



Часть 2

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ В СМИ

Противодействие торговле людьми — процесс, в котором свои усилия объединяют не только государственные структуры, общественные и международные организации, но и средства массовой информации. Однако представители масс-медиа не всегда четко представляют собственную роль в этом процессе. Часто торговля людьми воспринимается как одна из несложных социальных тем, не требующая дополнительного изучения и анализа. В результате столь непростое явление освещается поверхностно, публикации изобилуют стереотипами, оценки и мнения преобладают над фактами. Это приводит к еще большему укреплению стереотипов в отношении торговли людьми, и не способствует преодолению проблемы.

Понимание своей роли поможет журналистам более ответственно подходить к освещению данной темы.

2.1. Задачи и роль СМИ в процессе противодействия торговли людьми

Среди основных задач СМИ в процессе противодействия торговле людьми можно выделить следующие:

- информировать общество о торговле людьми как проблеме в целом;
- распространять информацию о механизме торговли людьми с целью предупреждения этого преступления;
- способствовать распространению информации о мерах противодействия и борьбы с торговлей людьми;
- распространять информацию об условиях трудоустройства за рубежом;
- способствовать формированию толерантного отношения к потерпевшим;
- распространять информацию об организациях и социальных проектах, работающих в сфере предотвращения торговли людьми;
- освещать вопросы выполнения/невыполнения властями взятых на себя обязательств по борьбе с торговлей людьми, эффективности расходования бюджетных средств, выделяемых на такую деятельность.

Одной из наиболее важных задач СМИ является информирование общества о торговле людьми как об актуальной проблеме. Теле- и радиoprogramмы, публикации в печатных СМИ, в которых освещаются случаи торговли людьми, даются экспертные оценки, обнародуются данные, помогают людям узнать о проблеме и осознать ее значимость. В немалой степени именно от СМИ будет зависеть отношение общества к торговле людьми либо как к реальной угрозе, либо как к явлению, которое можно игнорировать.

Раскрывая характер этого преступления, журналисты позволяют увидеть, что в различных странах оно имеет множество общих и отличительных черт. Если в Украине эксперты больше говорят о торговле женщинами и девушками с целью сексуальной эксплуатации, для Таджикистана актуальна также эксплуатация труда на производстве, в сельском хозяйстве, взятие в заложники с требованием выкупа, продажа заложников в рабство как внутри страны, так и за ее пределами³⁰. И в регионах одной страны можно наблюдать различные тенденции в вербовке, странах назначения и других аспектах проблемы. Например, люди, проживающие в дальневосточных регионах России, приглашаются на работу в Японию, Корею и Китай, а живущие на северо-западе страны — в Скандинавские страны. Подобные отличия наблюдаются и в Украине. По данным общественных организаций, в Украине существует определенная зависимость региона и страны назначения. Например, жителей Закарпатья чаще вербуют на работу в Чехию, Словакию и Венгрию, Тернопольской и Львовской областей — в Италию. Кроме того, в тенденциях вербовки наблюдается «сезонность». Жителей южных областей, в частности Крыма, как правило, вербуют на работу в Турцию в зимнее время, поскольку в курортный сезон они обеспечены работой³¹. Журналисты вправе анализировать тенденции, присущие именно их региону. Это послужит привлечению внимания общества к проблеме торговли людьми, поскольку любая информация, подготовленная на местном материале, всегда вызывает больший интерес аудитории.

³⁰ Данные неправительственной женской организации «Модар», Душанбе (Таджикистан), <http://www.tajik-gateway.org>.

³¹ Данные Международного женского правозащитного центра «Ла Страда-Украина».

Как уже указывалось в предыдущей главе, к основным причинам, по которым люди попадают в сети торговцев, относится недостаточная информированность о возможности трудоустройства, незнание законов и своих прав, искаженное представление о реалиях жизни за рубежом. Единственный способ преодолеть мифы и недостаток знаний — **распространять правдивую информацию о легальных возможностях трудоустройства за границей**, информацию о невозможности работы по туристической визе, о положении нелегального мигранта, о существовании наказания за нелегальное пребывание или работу, о реальном уровне жизни и рынке труда для иностранцев в странах Европы, Азии и США. В зависимости от того, какая страна является наиболее привлекательной для потенциального трудоустройства жителей конкретного региона, журналисты могут рассказывать, например, об особенностях трудового законодательства и условиях работы в этой стране, о рисках и опасностях, которые могут подстерегать трудовых мигрантов. Так, до вступления Венгрии в Европейский Союз в украинских газетах печатались объявления о найме девушек для работы официантками в этой стране. Мало кто знал, что традиционно в Венгрии официантами работают мужчины и вербовка женщин на подобную работу изначально была обманом.

Освещение методов, которыми действуют торговцы людьми, еще одна важная задача СМИ. Распространение информации о механизме торговли людьми, помогает предотвратить появление новых жертв. Примером может служить случай, расследованный правоохранительными органами Украины в 2001 году, когда одна киевская фирма вербовала людей для работы в США. Ее жертвами становились жители крупных областных центров, поскольку объявления об услугах публиковались именно в рекламных газетах этих городов. С появлением в печатных СМИ статей о торговле людьми и методах вербовки фирма вынуждена была прекратить размещать объявления в этих изданиях.

Основным способом борьбы с торговлей людьми является уголовное преследование торговцев людьми. Распространению проблемы в мире в немалой степени способствует то, что в некоторых странах этот вид криминального бизнеса не является уголовно наказуемым. И хотя Украина стала первой страной на постсоветском пространстве, которая внесла в Уголовный кодекс статью,

предусматривающую ответственность за данное преступление, вовлечение людей в процесс торговли, в частности в роли вербовщиков, нередко становится возможным из-за незнания о существовании наказания за торговлю людьми. Люди, которые становятся свидетелями торговли людьми, тоже не всегда знают, что данный тип преступления является уголовно наказуемым. Поэтому **распространение информации о преследовании торговцев людьми** для уменьшения вовлечения людей в этот криминальный бизнес является важной задачей СМИ. Примером этому может служить случай, когда работники одной из авиакомпаний сообщили правоохранительным органам Украины о том, что ежемесячно рейсами этой компании в страны Азии перевозятся десятки молодых девушек. Подозрение вызвал тот факт, что девушки никогда не присутствуют при покупке билетов, а лишь отдают свои паспорта человеку, который и оплачивает дорогу. Сотрудники авиакомпании решили обратиться в милицию после того, как по одному из телеканалов прошла программа, в которой шла речь о механизмах торговли людьми, в частности о перевозке молодых девушек с целью эксплуатации.

Особо следует отметить: от СМИ в значительной степени зависит восприятие обществом не только самой проблемы, но и отношение к потерпевшим от торговли людьми. СМИ могут и должны **способствовать формированию толерантного отношения к потерпевшим** от торговли людьми и осуждению обществом торговли людьми как явления. Публикация реальных историй, подготовка различных программ на ТВ и радио, где были бы рассказаны истории потерпевших, поможет обществу понять этих людей, попытаться прочувствовать их боль и послужит установлению нормальных взаимоотношений между ними и обществом. Понимание и помощь со стороны окружающих, отсутствие осуждения — основа возвращения потерпевших к нормальной жизни. Огромное значение в этом процессе приобретает взвешенный и продуманный подход к обнародованию любой информации о потерпевших, поскольку нарушение конфиденциальности и разглашение личных данных может привести к трагическим последствиям для них.

По данным различных организаций, в Украине могут находиться десятки тысяч потерпевших от торговли людьми. Однако, в соответствии со статистикой общественных объединений и международных

организаций, помощь была оказана лишь небольшому проценту от этой предполагаемой цифры. По мнению общественных организаций, причиной такой разницы является тот факт, что люди не знают о подобной деятельности или не верят в возможность получения помощи. Поэтому, учитывая социально важный характер такой работы и общественный резонанс, который имеет торговля людьми, задача СМИ — способствовать **распространению информации о структурах, которые помогают жертвам торговли людьми.**

Журналисты могут и должны следить за **выполнением властями взятых на себя обязательств по противодействию торговле людьми, а также за эффективностью использования бюджетных средств, которые выделяются на борьбу с проблемой.**

2.2. Стереотипы и их преодоление

Социальный стереотип — это схематический стандартизованный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий высокой устойчивостью. Стереотипы возникают из-за склонности людей к редукционизму, упрощенному мышлению. Стереотипы выступают как условные «ярлыки», наклеиваемые на людей и явления. Они участвуют в создании устойчивых взглядов, определяющих отношение к некоторым идеям, людям и предметам³².

Стереотипы достаточно распространены в обществе, и журналисты также являются их носителями. Проблема заключается в привнесении социальных стереотипов в профессиональную деятельность, ведь стереотипы «цементируют явления», характеризуя их упрощенно, поверхностно и, часто, ложно. Задача журналиста — находить новую информацию, анализировать и сопоставлять, сомневаться и быть готовым воспринимать любые явления в новом ракурсе, чтобы предоставить аудитории возможность сформировать собственное мнение.

Ниже приведены 5 стереотипов относительно торговли людьми, которые чаще всего тиражируют СМИ.

³² Салеева Д., *Учет стереотипов как условие повышения эффективности межкультурной коммуникации: Сборник научных трудов* (Казань, 2003 г.).

СТЕРЕОТИП № 1

- Женщины, пострадавшие от сексуальной эксплуатации, сами виноваты в том, что с ними случилось. Они прекрасно знали, зачем и куда едут. За это их стоит подвергнуть осуждению, поскольку проституция является общественным злом.

Этот стереотип достаточно часто тиражируется СМИ и является наиболее распространенным в обществе. Его появление отчасти можно объяснить тем, что проблема торговли людьми нова для постсоветского пространства, и основные ее составляющие (вербовка, перевозка, передача, а затем и эксплуатация) не видны. Гораздо проще представить девушек, желающих добровольно оказывать сексуальные услуги.

Вместе с тем, согласно данным НПО и международных организаций, большинство украинских женщин и девушек, ставших жертвами сексуальной эксплуатации, были завербованы для работы нянями, посудомойками, официантками. Вербовщики заинтересованы в том, чтобы, как минимум, не раскрывать всей правды девушкам — ведь их прибыль зависит исключительно от количества жертв, отправленных за рубеж.

СТЕРЕОТИП № 2

- В рабство попадают лишь молодые женщины, которые используются в сексуальной сфере. Мужчины, дети или женщины среднего возраста никогда не становятся жертвами торговцев людьми.

Основной причиной распространения данного стереотипа является большое количество случаев торговли молодыми женщинами с целью сексуальной эксплуатации в 1998–2000 гг., когда проблема только начинала освещаться украинскими СМИ. В то время и общественные организации, и правоохранительные органы как Украины, так и других стран приводили примеры именно такой эксплуатации.

Но эксплуатация девушек в сексуальной сфере является далеко не единственным видом торговли людьми. Среди других форм могут быть насильственный брак, принудительный труд, использование в домашнем хозяйстве и промышленном или сельскохозяйственном секторах, рождение ребенка принудительно или по заказу.

Мужчин преимущественно используют на стройках, в промышленности, сельском хозяйстве, детей — в попрошайничестве.

Продолжая уделять внимание лишь одному аспекту торговли людьми, не раскрывая тему в полной мере, СМИ лишь усугубляют проблему.

СТЕРЕОТИП № 3

- Жертвами торговцев людьми становятся только малообразованные и наивные люди.

По данным исследования, проведенного в 2003 году Украинским институтом социальных исследований и центром «Ла Страда-Украина» среди потерпевших от торговли людьми, 49% опрошенных имели среднее образование, 16% — среднее специальное, 8% — неполное высшее и 7% имели высшее образование. Причем, среди имеющих высшее образование были доктора, педагоги, инженеры. Поэтому говорить о малообразованности потерпевших нельзя.

Часто люди, поверившие обещаниям торговцев, доведены до отчаяния отсутствием средств к существованию, что толкает их на поиск работы за границей. Важно отметить одну психологическую особенность: любой человек, особенно оказавшийся в сложном материальном положении и без работы, скорее поверит в улучшение жизненной ситуации, чем в ее ухудшение. Очень часто этим пользуются вербовщики, действуя по формуле «Что тебе терять?».

Кроме того, большинству потерпевших предложения о трудоустройстве за границей поступали от людей, которым они доверяли. По данным правоохранительных органов, нередко вербовщиками выступали родственники. Поэтому следует говорить скорее о злоупотреблении преступниками доверием этих людей, чем о наивности последних.

СТЕРЕОТИП № 4

- Люди, которые не ограничены в свободе передвижения, не являются жертвами торговцев.

Как уже указывалось ранее, после попадания людей в страну назначения, торговцы используют множество методов для принужде-

ния человека к выполнению необходимой работы. Среди них — лишение паспорта и других документов, шантаж, долговая кабала, физическое насилие, угрозы, а также ограничение свободы перемещения и общения. Среди журналистов существует мнение: если к человеку не применялись физические методы воздействия и его не запирали «в четырех стенах» — торговля людьми как преступление не имеет места. Это не так, поскольку больше, чем угрозы или физическое насилие на поведение потерпевших влияет психологическое давление, шантаж, унижение. Даже если потерпевшие могут свободно передвигаться, вырваться из рабства они не могут. Во многих случаях это связано с убеждением, что за нарушение визового режима или за другие действия, которые они совершали по принуждению или неосведомленности, им грозит длительное тюремное заключение.

По данным общественных организаций, именно боязнь преследования потерпевших как преступников удерживает их от обращения в правоохранительные органы. Кроме того, многие потерпевшие не доверяют правоохранительным органам и предпочитают не обращаться к ним за помощью. Часто убежденность потерпевших в собственной «преступности» и невозможности получения помощи активно поддерживается торговцами людьми для обеспечения контроля над жертвами.

Обвинение людей в том, что они не воспользовались возможностью свободного перемещения для освобождения из рабства, или отрицание в данном случае их статуса потерпевших приводит к еще большему распространению данного стереотипа.

СТЕРЕОТИП № 5

- Торговля людьми не может осуществляться в пределах одной страны и всегда связана с выездом граждан за рубеж.

Действительно, если огромное количество людей уезжает на заработки за границу, то откуда взяться торговле людьми внутри страны? Какие причины могут вызвать это явление? Казалось бы, в собственной стране легко можно обратиться в правоохранительные органы и выйти из ситуации рабства. В реальности же все не так просто.

Случаи торговли людьми внутри страны, в частности в Украине, получают все большее распространение. Переправляя людей внутри страны для использования в сексуальной, трудовой и другие эксплуатации, торговцы рискуют гораздо меньше, чем при отправке за границу. Существенно меньшими являются и затраты. Способом принуждения к выполнению той или иной работы часто служит насилие и шантаж.

Известен случай, когда семейная пара в течение долгого времени вынуждала молодую женщину из областного центра оказывать сексуальные услуги иностранцам, которые приезжали в Киев. Девушку рекламировали и продавали по Интернету, при этом с заказчиков требовали предоплату посредством перечисления электронных платежей на пластиковые карты. Потерпевшую шантажировали откровенными фотографиями, на которых она была запечатлена с мужчинами. Торговцы обещали в случае отказа девушки оказывать секс-услуги показать фотографии ее сыну. В течение года она подвергалась эксплуатации, постоянно опасаясь, что торговцы передадут снимки ребенку.

Приведенный случай является примером так называемой «внутренней» торговли людьми, которая получила достаточно широкое распространение во всем мире.

В том случае, если человека не перевозят через государственные границы, а подвергают эксплуатации на территории одного государства, последнее выступает и страной происхождения, и страной назначения.

2.3. Факты и комментарии

Достаточно часто журналисты не только Украины, но и других стран считают необходимым высказывать собственное мнение о проблеме торговли людьми, ее причинах, а также комментировать действия и поступки потерпевших. Речь не идет об аналитических или публицистических жанрах: комментарии и оценочные суждения встречаются в информационных материалах, прежде всего — в печатных СМИ.

Рассматривая данное явление, необходимо обозначить, что вопрос отделения комментариев от фактов — вопрос журналистской

этики. Он четко зафиксирован в ряде документов, регулирующих деятельность работника информационных служб различных стран.

«Программы новостей должны предлагать зрителям и слушателям информационный ряд, который позволит им сформировать собственные взгляды..., — Редакционное руководство Телерадиовещательной ассоциации стран Британского содружества «Си-Би-Эй» (2004 г.), — Зрители не должны воспринимать из программы личные взгляды ведущего или корреспондента по любой спорной проблеме»³³.

«В истинной журналистике проводится четкая граница между новостями и комментарием. Сводки новостей не должны содержать мнение или предубеждение журналиста, но должны всесторонне освещать», — Кодекс этики Общества профессиональных журналистов США (1993 г.).³⁴

«Информация и ее комментирование должны быть четко разграничены», — Кодекс принципов журналистской деятельности (Бельгия, 1982 г.).³⁵

В украинской телевизионной журналистике первый публичный опыт фиксирования редакционной политики продемонстрирован **«5 каналом»**. «Репортер выпуска новостей не имеет права высказывать собственное мнение. Ведущие и авторы программ и новостей должны избегать собственных оценок, комментариев, мнений, заявлений, утверждений и предположений относительно обсуждаемых событий и тем. Аудитория не должна делать из программ выводов о личных взглядах ведущих или репортеров по спорным вопросам»³⁶. **Этический кодекс украинского журналиста**, разработанный Комиссией по журналистской этике гласит «Факты, суждения и допущения должны быть четко отделены друг от друга».

³³ Цитата по сайту <http://www.unesco.ru/files/cd/ci-acts/texts/323.htm>.

³⁴ Цитата по сайту <http://www.gdf.ru/books/books/liberty/0007.shtml>.

³⁵ Цитата по сайту <http://www.unesco.ru/files/cd/ci-acts/texts/203.htm>.

³⁶ *Засади редакційної політики «5 КАНАЛУ» (ТРК «ЕКСПРЕС-ІНФОРМ», ТРК «НБМ»), Належна безсторонність у випусках новин.* Цитата по сайту <http://5tv.com.ua/zasady>.

В то же время в журналистских дискуссиях время от времени встречается следующее утверждение: «Наша аудитория — не такая, как на Западе, и наши СМИ имеют совсем другую историю. Мнение журналистов — это то, чего люди ждут». Многие эксперты из стран постсоветского пространства оспаривают это утверждение.

«Позиция тележурналиста не сводится к публичному самовыражению, тем более в новостийных рубриках, которые оно способно только дискредитировать. Эта позиция — не в словесных оценках (сфере аналитиков и экспертов), а в стремлении к достоверности и полноте представленных фактов и мнений, позволяющих зрителю самостоятельно делать выводы.

Оценки событий или явлений уместны в устах экспертов, комментаторов или лиц, в чьей компетенции нет сомнений.

Четкое отделение фактов от мнений в новостийной программе — неукоснительный журналистский принцип».³⁷

2.4. Социальная ответственность

Говоря об освещении в СМИ проблемы торговли людьми, нельзя не затронуть тему ответственности СМИ перед обществом.

Работая в оперативном режиме, осваивая новые технологии, журналисты иногда забывают, что, информируя общество, они в значительной степени формируют мировоззрение людей и, соответственно, несут ответственность за состояние общества — его нравственные и моральные ориентиры.

Подход к освещению проблемы, основанный на стереотипах, которые рассматривались в предыдущей главе, приводит к тому, что люди получают неполные, упрощенные либо вовсе недостоверные сведения. В первую очередь это касается информирования исключительно о торговле женщинами в целях сексуальной эксплуатации. Вследствие этого о риске быть вовлеченным в торговлю людьми не подозревают, например, мужчины, едущие работать на

³⁷ Муратов С.А., *Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса* (Москва, 1997 г.).

стройках, или женщины средних лет, согласившиеся на труд на подпольных текстильных предприятиях или в качестве домработниц, а также дети.

Безусловно, нельзя создать универсальный механизм, защищающий от ошибочных действий и поступков, однако можно попытаться сфокусироваться на отдельных темах, имеющих отношение к торговле людьми, и проанализировать, к каким социальным последствиям может привести непродуманный подход в их освещении.

Обзор рынка сексуальных услуг

Материалы на подобную тематику чаще всего появляются на страницах желтой прессы, издатели которой редко задумываются не только о социальной, но и юридической ответственности за свои публикации. Задача данной категории СМИ — привлечь к себе внимание любой ценой. Порой журналистов не смущают даже возможные судебные иски, которые готовы подать люди, чьи права были нарушены.

Освещение темы торговли людьми на страницах подобных изданий изобилует «сенсационностью», «разоблачительностью» и попыткой подстроиться под существующие стереотипы. Именно в желтой прессе чаще всего встречаются кричащие заголовки наподобие «Рабство придумали проститутки». Однако наиболее опасными являются публикации, которые могут побуждать человека к совершению каких-либо действий, замалчивая при этом возможные негативные последствия.

Как пример можно привести статью, посвященную анализу рынка секс-услуг на различных курортах, которая была опубликована в одной из выходящих в Украине российских газет. Она содержит подробный перечень цен на сексуальные услуги как в Украине, так и за рубежом. Приведенные цифры в несколько раз превышают среднюю украинскую зарплату. При этом ни слова не сказано о том, чем может грозить занятие проституцией в этих странах, а также о том, что вербовщики часто предлагают работу по оказанию сексуальных услуг для вовлечения в сексуальную эксплуатацию.

Счастливый брак с иностранцем

Материалы о счастливом замужестве с иностранцем имеют большой резонанс, поскольку подобный брак нередко рассматривается женщинами как единственная возможность устроить собственную жизнь. Для вербовщиков бракосочетание — отличный повод вывести девушку из страны для продажи. Зависимость от мужа, наряду с незнанием соответствующего законодательства обеих стран и другими факторами, создает почву для эксплуатации. Например, в Германии женщина-гражданка другой страны не имеет права на самостоятельное проживание, если она прожила с мужем менее двух лет³⁸.

Как же должен поступить журналист с информацией о счастливом браке с иностранцем? Замалчивать, разрушая надежды на счастливую жизнь тысяч женщин? Говорить о том, что подобный брак — дорога в секс-рабство? Чтобы дать ответ на данные вопросы, следует попытаться представить, какие последствия могут иметь данные публикации. Вероятнее всего, после подобных «счастливых историй» женщины попытаются сопоставить себя с героиней, «примерить» материал на себя, приходя к выводу, что аналогичный успех вполне достижим и для них. Люди, находящиеся в сложной жизненной ситуации, стремятся к лучшему, и чувство опасности у них минимизировано. Это значительно облегчает работу вербовщикам и приводит к новым жертвам.

Такие материалы — о какой бы счастливой истории речь ни шла — лучше дополнить экспертной оценкой того, насколько велика вероятность устроить свою жизнь подобным образом. Эксперт-правозащитник либо социолог подтвердит: подобных случаев единицы. Нередко брачные агентства — удачное прикрытие для торговцев людьми, мошенников или аферистов.

Удачное трудоустройство за границей

Удачное трудоустройство — основная цель трудовых мигрантов. Отправляясь за границу самостоятельно, в надежде найти работу

³⁸ Украинский институт социальных исследований. *Торговля людьми: противодействие и защита прав женщин. Сборник материалов* (Киев, 2000 г.), с. 43.

на месте, или же пользуясь услугами полулегальных фирм, люди изначально рискуют очень многим. Своей безопасностью, здоровьем и, в конечном счете, жизнью. Конечно, СМИ должны указывать на такую опасность. В то же время возникает вопрос — как не исказить реальность, как быть с данными, согласно которым «...по отдельным экспертным оценкам, украинцы, которые выехали за границу, зарабатывают более 2 млрд. гривен в месяц, то есть около 400 млн. долларов США»³⁹.

Умалчивать об этом было бы неверно, но становиться на путь обобщений и поспешных выводов значит создавать новые прецеденты торговли людьми. Факты удачного трудоустройства не исключают наличие проблемы торговли людьми. Трудовые мигранты — люди, вынужденно покидающие собственные страны для поиска работы — одна из наиболее незащищенных категорий граждан. Именно они чаще всего являются жертвами эксплуатации. Поэтому с примерами удачного трудоустройства следует быть особенно осторожными: лишь одна счастливая история — и тысячи людей, измученных бедностью, готовы выехать за границу. Для сбалансированности информации в данной ситуации логично предоставлять данные о рисках нелегального трудоустройства.

Анализ деятельности общественных организаций

Подготавливая материалы о проблеме торговли людьми, журналисты анализируют деятельность неправительственных организаций (НПО), работающих в сфере противодействия этому явлению. Вместе с тем иногда журналисты необъективно представляют механизмы работы таких организаций, принципы их деятельности, ресурсы, которыми располагают НПО. Это приводит к тому, что во взаимоотношениях СМИ и НПО возникает ряд проблем, которые в отдельных случаях затрудняют сотрудничество. В практике МЖПЦ «Ла Страда-Украина» был случай, когда в отношении Центра было проведено так называемое «журналистское расследование». Журнали-

³⁹ Стан дотримання та захисту прав громадян України за кордоном. Спеціальна доповідь Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини (Київ, 2003 г.), с. 21.

стка одной из газет, выдавая себя за потерпевшую, пыталась увидеть работу «Ла Страды» изнутри. После разоблачения лжепотерпевшей на страницах газеты появилась статья — «журналистское расследование», содержащее выводы о «черствости и безучастности» социальных работников. В данном случае необходимость в конспирации отсутствовала: представители НПО всегда готовы идти на контакт с прессой. Если эффективность деятельности НПО в том или ином направлении вызывает у журналистов сомнения, они вправе критиковать работу организации. Однако для этого необходимо обладать всей информацией, в том числе и со стороны объекта критики.

Отметим также, что при освещении темы торговли людьми понимание журналистом своей ответственности приобретает особо важное значение. Говоря о данном явлении, журналист имеет дело не с цифрами, ошибка или искажение которых приведет к дезинформации общества, но которую все же исправить относительно легко. Исправить стереотип или переубедить человека гораздо сложнее.

От того, насколько журналист осознает значение своей работы, будет зависеть понимание людьми степени подстерегающей их опасности и возвращение к нормальной жизни побывавших в рабстве.

«Между правом аудитории знать и долгом журналиста сообщать и показывать возникает ситуация выбора, а значит, необходимости принимать решения — этические, моральные, социальные.

Иными словами, там, где существует свобода выбора, существует и ответственность за свои решения. В отношении журналиста это означает ответственность:

- перед обществом в целом;
- перед аудиторией;
- перед героями передач и статей;
- перед гильдией журналистов, которую он представляет;
- перед теле-радиокомпанией или печатным изданием, от имени которого он обращается к аудитории;
- перед самим собой.

...Социальная ответственность журналиста обязывает его принимать в расчет все возможные результаты оглашения информации, с которой следовало бы, по крайней мере повременить, или, напротив, сокрытия фактов, требующих безотлагательного общественного

внимания. От подобного морального выбора журналиста «освобождают» лишь два условия: наличие внешней цензуры (как политической, так и экономической) и отсутствие нравственной самоцензуры»⁴⁰.

2.5. Юридическая ответственность⁴¹

Журналист, который сообщает обществу информацию, несет социальную ответственность перед гражданами. Однако, кроме социальной, он может нести и юридическую ответственность перед лицом, о котором рассказывает. Журналистская небрежность, ошибки, непрофессионализм могут нанести человеку серьезный вред, исправить который сложно. Торговля людьми является деликатной темой, поэтому журналист должен подходить к ее освещению с чрезвычайной осторожностью.

В юридической плоскости чаще всего журналисты сталкиваются с двумя категориями проблем: диффамацией и вмешательством в частную жизнь. Диффамация — это распространение о лице недостоверной информации, которая унижает честь и достоинство человека. Вмешательство в частную жизнь — распространение о лице информации, которая касается личной жизни, без его согласия. Частная жизнь лица, его честь и достоинство охраняются Конституцией Украины, в 32-й статье которой отмечается:

«Никто не может подвергаться вмешательству в его личную и семейную жизнь, кроме случаев, предусмотренных Конституцией Украины.

Не допускается сбор, хранение, использование и распространение конфиденциальной информации о лице без его согласия, кроме случаев, определенных законом, и лишь в интересах национальной безопасности, экономического благосостояния и прав человека.

Каждому гарантируется судебная защита права опровергать недостоверную информацию о себе и членах своей семьи и права требовать изъятия любой информации, а также право на возмещение материального и морального ущерба, причиненного сбором, хранением, использованием и распространением такой недостоверной информации».

⁴⁰ Муратов С.А., *Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса* (Москва, 1997 г.).

⁴¹ Автор раздела — Т.С. Шевченко, юрист, директор Института Медиа Права.

Частная жизнь

Частная жизнь лица является большой ценностью для каждого. Журналисты не всегда осознают, что распространение информации о личной жизни может нанести значительный вред. Нежелательная публичность может полностью испортить или даже разрушить жизнь человека. Главное правило, которым должен руководствоваться журналист: о частной жизни можно писать только при наличии согласия того, о ком идет речь.

Освещая вопрос торговли людьми, журналист должен быть осторожным при подготовке материалов, поскольку в этой теме всегда будет содержаться информация относительно частной жизни человека. Иногда журналисты считают, что они оказывают услугу человеку, когда показывают его по телевизору или пишут о нем в газете. Но далеко не все люди стремятся к публичности, особенно когда речь идет о принудительном труде и продаже людей в рабство.

В Украине частная жизнь лица защищена не только Конституцией, но и Гражданским кодексом. Отдельно об этом говорится в статье 301 Кодекса «Право на личную жизнь и ее тайну»:

- «1. Физическое лицо имеет право на личную жизнь.*
- 2. Физическое лицо само определяет свою личную жизнь и возможность ознакомления с ней других лиц.*
- 3. Физическое лицо имеет право на сохранение в тайне обстоятельств своей личной жизни.*
- 4. Обстоятельства личной жизни физического лица могут быть разглашены другими лицами лишь при условии, что они содержат признаки правонарушения, которое подтверждено решением суда, а также по его согласию».*

Таким образом, для того чтобы избежать проблем в юридической плоскости, журналисты должны пользоваться следующими правилами. Если журналист дает информацию о лице, ему необходимо получить согласие (разрешение) на ее обнародование. Лучше всего получить письменное согласие: любой текст произвольной формы, в котором человек разрешает распространять о нем информацию. Письменная форма будет гарантировать наличие доказательств при возникновении желания привлечь журналиста к ответственности за неправомерное вмешательство в частную жизнь.

Кроме письменной, могут использоваться другие формы получения согласия. Например, при осуществлении видеосъемки можно записать на видео согласие на обнародование информации. В таком случае нужно, чтобы на записи, которую необходимо хранить, человек четко согласился на съемку и разрешил, чтобы эта запись использовалась в будущем. Следует помнить, что это исключительное право человека — разрешать съемку и распространение информации о себе.

Визуальные образы: фотографии и видеоматериалы имеют отдельную защиту. Правила проведения видео- и фотосъемки и порядок использования отснятых материалов достаточно четко выписаны в Гражданском кодексе Украины:

«Статья 307. Защита интересов физического лица при проведении фото-, кино-, теле- и видеосъемок

1. Физическое лицо может быть снято на фото-, кино-, теле- или видеопленку лишь с его согласия. Согласие лица на снятие его на фото-, кино-, теле- или видеопленку презюмируется, если съемки проводятся открыто на улице, на собраниях, конференциях, митингах и других мероприятиях публичного характера.

2. Физическое лицо, которое согласилось на то, чтобы его снимали на фото-, кино-, теле- или видеопленку, может требовать прекращения их публичного показа в той части, которая касается его личной жизни. Затраты, связанные с демонтажом выставки или записи, возмещаются этим физическим лицом.

3. Съемка физического лица на фото-, кино-, теле- или видеопленку, в том числе тайная, без согласия лица, может быть проведена лишь в случаях, установленных законом.

Статья 308. Охрана интересов физического лица, которое изображено на фотографиях и в других художественных произведениях

1. Фотография, другие художественные произведения, на которых изображено физическое лицо, могут быть публично показаны, воспроизведены, распространены лишь по согласию этого лица, а в случае его смерти — по согласию лиц, определенных частью четвертой статьи 303 этого Кодекса (родственники — примечание Т.С. Шевченко).

Согласие, которое дало физическое лицо, изображенное на фотографии, другом художественном произведении, может быть после его смерти отозвано лицами, определенными частью четвертой статьи 303 этого Кодекса. Затраты лица, которое осуществляло публичный показ, воспроизведение или распространение фотографии, другого художественного произведения, возмещаются этими лицами.

2. Если физическое лицо позировало автору за плату, фотография, другое художественное произведение может быть публично показано, воспроизведено или распространено без его согласия.

Физическое лицо, которое позировало автору фотографии, другого художественного произведения за плату, а после его смерти — его дети и вдова (вдовец), родители, братья и сестры могут требовать прекращения публичного показа, воспроизведения или распространения фотографии, другого художественного произведения при условии возмещения автору или другому лицу связанных с этим убытков.

3. Фотография может быть распространена без разрешения физического лица, которое изображено на ней, если это вызвано необходимостью защиты его интересов или интересов других лиц».

Таким образом, на съемку и воспроизведение изображений тоже нужно получать согласие. Однако, согласно правилам, изложенным в Кодексе, даже если человек предоставил согласие — в будущем он может его отозвать.

В случае возникновения претензии к журналисту или средству массовой информации за использование изображения без разрешения такой конфликт может быть решен как в судебном порядке, так и во внесудебном. Лучше, когда обе стороны стараются не доводить дело до суда и ищут пути к исправлению ситуации. В основном это возможно сделать путем принесения извинений или других действий, согласованных обеими сторонами. Если ошибку допустил журналист, необходимо приложить максимум усилий, чтобы урегулировать конфликт.

Еще одно положение Гражданского кодекса Украины, о котором следует упомянуть в этом разделе, касается распространения информации о жертвах преступления. Журналистам следует помнить, что статья 296 «Право на использование имени» в пункте 5 предусматривает следующее: *«Имя пострадавшего от правонарушения может быть обнародовано лишь с его согласия»*. Но даже если пост-

радавший от торговли людьми и дал разрешение на обнародование его имени, журналисту не стоит пользоваться этим правом, так как это может иметь негативные последствия для человека.

Практика Европейского суда по правам человека, а также украинское законодательство предусматривает случаи, когда информация о частной жизни человека может распространяться без разрешения этого человека. Решение о таком оглашении информации журналист может принять в том случае, если информация важна для общества — является общественно значимой. То есть вмешательство в частную жизнь может быть оправдано, если совершается в интересах общества как реализация права общества на получение информации. Например, в таких случаях речь пойдет скорее об известных лицах, об организаторах торговли людьми. То есть, когда информация будет касаться должностного лица, причастного к торговле людьми.

Объем информации, которая сообщается, так же должен быть оправдан целью информирования. То есть, даже если информация сообщается в интересах общества, например, телеканал подает в новостях скрытые видеосъемки, связанные с торговлей людьми, журналисты должны принять меры для того, чтобы скрыть лицо изображенных людей, если только нет убедительных аргументов этого не делать. Что касается маскировки изображения в таком или подобных случаях, нет четких критериев, насколько большой должна быть, например, черная полоска на лице, для того чтобы считать человека замаскированным. Главный принцип — человека не должны узнать.

Поэтому иногда маскировка, которая ограничивается лишь лицом, недостаточна, если человек носит одежду, по которой его могут узнать знакомые и друзья. При таких обстоятельствах претензии к журналистам оправданы.

Диффамация

Диффамация — это распространение о лице недостоверной информации, которая унижает его честь и достоинство, наносит ущерб деловой репутации. Диффамация является синонимом к термину «унижение чести, достоинства и деловой репутации». Украинское законодательство не применяет термина диффамация. Но это понятие иностранного происхождения активно используется в Украине благодаря своей лаконичности. Правила защиты чести и досто-

инства установлены в статье 32 Конституции Украины, которая процитирована выше, и в Гражданском кодексе Украины, в частности в статье 297:

«Статья 297. Право на уважение достоинства и чести

- 1. Каждый имеет право на уважение его чести и достоинства.*
- 2. Достоинство и честь физического лица являются неприкосновенными.*
- 3. Физическое лицо имеет право обратиться в суд с иском о защите его достоинства и чести».*

Журналисты должны тщательно проверять информацию, поскольку достоверность информации всегда является наилучшей защитой от диффамации. Тогда как несправедливость может вылиться в иски на большие суммы. Украина имеет практику предъявления исков на миллионные суммы. Бывали случаи, когда средство массовой информации, проигравшее судебное дело, было вынуждено закрыться.

Ответственность за диффамацию устанавливается в судебном порядке. Общие правила о диффамации таковы: для того чтобы привлечь журналиста к ответственности, нужно установить наличие четырех элементов: *факт распространения информации; информация должна быть о лице, которое предъявляет претензии; информация должна быть недостоверной; информация должна унижать честь и достоинство.* Отсутствие любого из этих элементов означает невозможность привлечения журналиста к ответственности. Рассмотрим детальнее каждое из положений.

Распространение информации означает, что информация была сообщена, по крайней мере, одному человеку за исключением того, о котором идет речь. То есть в случае, если журналист подготовил материал, но еще не успел сделать его достоянием гласности, не будет факта распространения информации, а значит и оснований для иска о диффамации.

Информация о лице. Подавать иск о диффамации может лицо, прямо или опосредованно идентифицированное в публикации или другом материале, распространенном журналистом. Идентификация возможна как в форме прямого названия имени и фамилии, так и любым другим способом. Ключевым для идентификации является не наличие имени, а то, насколько читатели/зрители/слушатели могут

понять, о ком идет речь. Так, точное указание должности и места работы лица будет достаточно для идентификации, равно как и указание его местожительства. Фамилия и имя лица будет всегда идентификацией, независимо от того что в населенном пункте могут проживать десятки людей с таким именем. Поэтому, если имя выдуманное, лучше сразу это указать, чтобы не было проблем из-за случайного совпадения. В спорных случаях, например, если человек описан через привычки, внешность и прочее, был он идентифицирован или нет, будет устанавливать суд. Если человека через завуалированную идентификацию, узнали лишь несколько людей, этого уже будет достаточно для предъявления иска. В таком случае, однако, размер компенсации должен быть уменьшен.

Идентификация через принадлежность к большой группе лиц. Если материал касался большой группы лиц: к примеру всех адвокатов, судей, журналистов или украинцев, россиян и тому подобное, возникает вопрос, может ли представитель этой группы защищать свою честь и достоинство, используя принадлежность к такой группе, или защищать от собственного имени интересы всей группы в целом. Ответ на этот вопрос отрицательный. Во-первых, лицо имеет право защищать лишь собственную честь, достоинство и деловую репутацию, а не честь другого лица. Во-вторых, распространение информации о большой группе людей, которая насчитывает сотни и тысячи лиц, не воспринимается как распространение информации о каждом из этих людей.

Вместе с тем, чем меньше группа, тем больше шансов, что каждое лицо может подавать иск о защите собственной чести и достоинства. Приведем пример. Если написать в публикации, что «все украинские женщины, которые едут за границу работать, становятся жертвами сексуальной эксплуатации», это не является основанием для каждой из женщин подавать иск о диффамации. Такая фраза скорее будет свидетельствовать о поверхностном и «стереотипном» подходе журналиста к проблеме. Но, если писать о маленьком селе и указать, что «все женщины, которые поехали на заработки за границу из села N, стали жертвами сексуальной эксплуатации», то группа лиц существенно уменьшается и при таких обстоятельствах каждая из женщин может иметь обоснованные претензии к средству массовой информации и журналисту.

Недостоверность. Ответственность за распространение информации может наступать только в том случае, если информация не-

достоверна. Недостоверной является информация, не отвечающая истине. Синонимами, которые употребляются в законах, являются также термины «не соответствует действительности» и «неправдивая». Правдивая информация тоже может вредить репутации, даже больше чем неправдивая, *однако наличие доказательств правдивости однозначно освобождает лицо от ответственности за диффамацию.*

Говоря о правдивости и неправдивости, следует также понимать, что информация делится на факты и оценочные суждения (идеи). Первые подлежат проверке на достоверность, а вторые — нет.

Для оценки достоверности большее значение имеет контекст информации — то есть, как ее воспримут обычные читатели и зрители, на которых ориентирована информация, а не дословное значение слов, предложений, изображений. Информация может быть признана изложенной неправдиво (и, соответственно, недостоверной), из-за неправильного объединения текстов и фотографий или дикторского текста и видеоряда, даже в случае, если эти элементы отдельно являются достоверными. Например, газетная публикация о торговле людьми может сопровождаться реальным фотоизображением, взятым из архива.

Журналист или редактор может не задуматься, что результатом подбора случайной фотографии станет то, что читатели будут связывать текст статьи с людьми, изображенными на фотографии. Как следствие, об этих лицах будет распространена неправдивая информация.

Зачастую подобные проблемы возникают на телевидении в новостях, когда накладывается картинка и закадровая начитка. Так, на одном из киевских телеканалов на тексте ведущего «Многие украинские девушки, которые отправляются на заработки за границу, попадают в сексуальное рабство» показали девушку, которая садится в автомобиль. На самом деле это была представительница правозащитной организации, которая отправлялась в аэропорт встречать потерпевшую от торговли людьми. Данные кадры были взяты из архива другого телепроекта, который данной станции был предоставлен исключительно для целостной трансляции. Судебного иска удалось избежать, однако телеканал вынужден был принести извинения и подготовить сюжет о данной правозащитной организации, в котором сотрудница организации была представлено адекватно.

Унижение чести, достоинства, деловой репутации

Унижение чести, достоинства и деловой репутации рассматривается через призму потребителей информации. Информация является унижительной, если те, кто ее получил, начали после этого думать о лице хуже. Обычно эта категория является достаточной оценочной мерой, однако суд будет выслушивать все аргументы.

Недостоверная информация может не нести никакого вреда, а может быть даже положительной относительно лица. К примеру, если журналист случайно назовет полковника генералом.

Важно отметить, что журналист не должен нести ответственности, если ошибка была незначительной, а ущерб от распространения недостоверной информации такой же, как и относительно достоверной информации.

Использование архивной информации. Еще раз обращаем внимание, что в своей работе тележурналисты должны осторожно относиться к использованию информации из архива. Во всех подобных случаях необходимо четко отмечать (титрами или дикторским текстом), что информация архивная, и по необходимости указывать, к какому периоду относятся архивные съемки, чего зачастую не делают. Пренебрежение этим правилом может привести к недостоверности информации. Это произойдет в том случае, если зрители по ошибке воспримут определенные события как происходящие сейчас. Или будут связывать лица на картинке с лицами, о которых рассказывает диктор. Это же касается фотографий.

Названия статей. Название статьи может само по себе быть основанием для предъявления иска относительно недостоверности информации. Иногда журналисты и редакторы нарочно преувеличивают определенные факты в названиях статей, для того чтобы сделать их провокационными. Однако даже в том случае, если статья проясняет название, само название статьи может быть расценено как недостоверное. Ведь заголовок несет индивидуальную информационную нагрузку, а некоторые люди могут читать лишь заголовки.

Таким образом, журналист, который ответственно относится к своей профессии, имеет возможность защитить себя от нежелательных исков и претензий. Законодательство дает для этого достаточно инструментов.