



Розділ 2

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ В ЗМІ

Протидія торгівлі людьми – процес, в якому зусилля поєднують не тільки державні структури, громадські й міжнародні організації, але й засоби масової інформації. Однак представники мас-медіа не завжди мають чітке уявлення про власну роль у цьому процесі. Часто торгівля людьми сприймається як одна з нескладних соціальних тем, яка не потребує додаткового вивчення й аналізу. У результаті таке непросте явище висвітлюється поверхово, публікації сповнено стереотипами, оцінки й думки переважають над фактами. Це призводить до ще більшого зміцнення стереотипів щодо торгівлі людьми й не сприяє подоланню проблеми.

Розуміння своєї ролі допоможе журналістам відповідальніше підходити до висвітлення цієї теми.

2.1. Завдання та роль ЗМІ в процесі протидії торгівлі людьми

Серед основних завдань ЗМІ в процесі протидії торгівлі людьми можна виділити такі:

- інформувати суспільство про торгівлю людьми як проблему в цілому;
- поширювати інформацію про механізм торгівлі людьми з метою запобігання цьому злочині;
- сприяти поширенню інформації про заходи протидії торгівлі людьми та боротьби з нею;
- поширювати інформацію про умови працевлаштування за кордоном;
- сприяти формуванню толерантного ставлення до потерпілих;
- поширювати інформацію про організації та соціальні проекти, що працюють у сфері запобігання торгівлі людьми;
- висвітлювати питання виконання/невиконання владою взятих на себе зобов'язань у сфері боротьби з торгівлею людьми, ефективності витрати бюджетних коштів, що виділяються на таку діяльність.

Одним із найважливіших завдань ЗМІ є інформування суспільства про торгівлю людьми як про актуальну проблему. Теле- і радіопрограми, публікації в друкованих ЗМІ, в яких висвітлюються випадки

торгівлі людьми, даються експертні оцінки, оприлюднюються дані, допомагають людям довідатися про проблему й усвідомити її значущість. У певному розумінні саме від ЗМІ залежатиме ставлення суспільства до торгівлі людьми як до реальної загрози або як до явища, яке можна ігнорувати.

Розкриваючи характер цього злочину, журналісти дають змогу зрозуміти, що в різних країнах він має безліч загальних і прикметних рис. Якщо в Україні експерти більше говорять про торгівлю жінками й дівчатами з метою сексуальної експлуатації, для Таджикистану актуальною є експлуатація праці на виробництві, в сільському господарстві, взяття в заручники з метою викупу, продаж заручників у рабство як усередині країни, так і за її межами²⁹. І в регіонах однієї країни можна спостерігати різні тенденції у вербуванні, країнах призначення тощо. Наприклад, люди, що проживають у далекосхідних регіонах Росії, запрошуються на роботу до Японії, Кореї та Китаю, а ті, хто живе на північному заході країни, – до скандинавських країн. Подібні відмінності спостерігаються й в Україні. За даними громадських організацій, в Україні простежується певна залежність регіону та країни призначення. Наприклад, жителів Закарпаття частіше вербують на роботу до Чехії, Словаччини й Угорщини, Тернопільської та Львівської областей – до Італії. Окрім того, в тенденціях вербування спостерігається «сезонність». Жителів південних областей, зокрема Криму, вербують на роботу до Туреччини переважно в зимовий час, оскільки в курортний сезон вони забезпечені роботою³⁰. Журналісти мають право аналізувати тенденції, властиві саме їх регіону. Це може привернути увагу суспільства до проблеми торгівлі людьми, оскільки будь-яка інформація, підготовлена на місцевому матеріалі, завжди викликає більшу зацікавленість аудиторії.

Як уже зазначалося в попередньому розділі, до основних причин, через які люди потрапляють до тенет торговців людьми, належать такі: недостатня поінформованість про можливості працевлаштування, незнання законів і своїх прав, перекошена інформація про реалії життя за кордоном. Єдиний спосіб перебороти міфи та брак знань – **поширювати правдиву інформацію про легальні можливості**

²⁹ Дані неурядової жіночої організації «Модар», Душанбе (Таджикистан), <http://www.tajik-gateway.org>.

³⁰ Дані Міжнародного жіночого правозахисного центру «Ла Страда-Україна».

працевлаштування за кордоном, інформацію про неможливість роботи при наявності туристичної візи, про становище нелегального мігранта, про існування покарання за нелегальне перебування або роботу, про реальний рівень життя та ринок праці для іноземців у країнах Європи, Азії та США. Залежно від того, яка країна є найбільш привабливою для потенційного працевлаштування жителів конкретного регіону, журналісти можуть розповідати про особливості трудового законодавства й умови роботи в цій країні, про ризики та небезпеку, які можуть чатувати на трудових мігрантів, тощо. Наприклад, до вступу Угорщини до Європейського Союзу в українських газетах друкувалися оголошення про наймання дівчат для роботи офіціантками в цій країні. Мало хто знав, що традиційно в Угорщині офіціантами працюють чоловіки і вербування жінок на подібну роботу було ошуканством.

Висвітлення методів, за допомогою яких діють торговці людьми, – ще одне важливе завдання ЗМІ. Поширення інформації про механізм торгівлі людьми допомагає запобігти появі нових жертв. Як приклад можна навести випадок, що розслідувався правоохоронними органами України в 2001 р., коли одна київська фірма вербувала людей для роботи в США. Її жертвами ставали жителі великих обласних центрів, оскільки оголошення про послуги публікувалися саме в рекламних газетах цих міст. Із появою в друкованих ЗМІ статей про торгівлю людьми й методи вербування фірма змушена була припинити розміщувати оголошення в цих виданнях.

Основним засобом боротьби з торгівлею людьми є кримінальне переслідування торговців людьми. Поширенню проблеми в світі певним чином сприяє те, що в деяких країнах цей вид бізнесу не переслідується кримінальним законодавством. І хоча Україна стала першою країною на пострадянському просторі, що включила до Кримінального кодексу статтю, яка передбачає відповідальність за такий злочин, залучення людей до процесу торгівлі людьми, зокрема в ролі вербувальників, нерідко стає можливим через незнання про існування покарання за торгівлю людьми. Особи, які стають свідками торгівлі людьми, також не завжди знають, що цей тип злочину є кримінально караним. Тому **поширення інформації про переслідування торговців людьми** для зменшення кількості осіб, залучених у цей кримінальний бізнес, є важливим завданням ЗМІ.

Прикладом цього може слугувати випадок, коли працівники однієї з авіакомпаній повідомили правоохоронним органам України про те, що щомісяця рейсами цієї компанії в країни Азії перевозяться десятки молодих дівчат. Підозру викликав той факт, що дівчата ніколи не були присутні при купівлі квитків, а лише віддавали свої паспорти людині, яка оплачувала дорогу. Співробітники авіакомпанії вирішили звернутися до міліції після того, як по одному з телеканалів пройшла програма, в якій ішлося про механізми торгівлі людьми, зокрема про перевезення молодих дівчат із метою експлуатації.

Слід особливо підкреслити: від ЗМІ значною мірою залежить не лише сприйняття суспільством самої проблеми, але й ставлення до потерпілих від торгівлі людьми. ЗМІ можуть і повинні **сприяти формуванню толерантного ставлення до потерпілих** від торгівлі людьми й осуду суспільством торгівлі людьми як явища. Публікація реальних історій, підготовка різних програм на ТБ й радіо із розповідями історій потерпілих допоможуть суспільству зрозуміти цих людей, спробувати відчувати їхній біль і сприятимуть встановленню нормальних відносин між ними й суспільством. Розуміння та допомога з боку оточення, відсутність осуду – основа повернення потерпілих до нормального життя. Величезне значення в цьому процесі відіграє зважений і продуманий підхід до оприлюднення будь-якої інформації про потерпілих, оскільки порушення конфіденційності й розголошення особистих даних може призвести до трагічних наслідків для них.

За даними різних організацій, в Україні можуть перебувати десятки тисяч потерпілих від торгівлі людьми. Однак, відповідно до статистики громадських об'єднань і міжнародних організацій, допомога надається лише незначному відсотку від цієї ймовірної кількості. На думку громадських організацій, причиною такої різниці є той факт, що люди не знають про подібну діяльність або не вірять у можливість отримання допомоги. Тому, з огляду на соціально важливий характер такої роботи й суспільний резонанс, що має торгівля людьми, завдання ЗМІ – сприяти **поширенню інформації про структури, які допомагають жертвам торгівлі людьми.**

Журналісти можуть і повинні стежити **за виконанням владою взятих на себе зобов'язань щодо протидії торгівлі людьми, а також за ефективністю використання бюджетних коштів, які виділяються на боротьбу із цим явищем.**

2.2. Стереотипи та їх подолання

Соціальний стереотип – це схематичний стандартизований образ або уявлення про соціальний об'єкт. Він здебільшого емоційно забарвлений та має високу сталість. Стереотипи виникають через схильність людей до редукціонізму, спрощеного мислення. Стереотипи виступають як умовні ярлики, які наклеюють на людей і явища. Вони зумовлюють формування сталих поглядів, які визначають ставлення до деяких ідей, людей і предметів³¹.

Стереотипи досить поширені в суспільстві, й журналісти також є їх носіями. Проблема полягає у привнесенні соціальних стереотипів у професійну діяльність, адже стереотипи «цементують явища», характеризуючи їх спрощено, поверхово й часто викривлено. Завдання журналіста – знаходити нову інформацію, аналізувати та зіставляти, сумніватися й бути готовим сприймати будь-які явища в новому ракурсі, щоб дати аудиторії змогу сформулювати власну думку.

Нижче наведено п'ять відомих у сфері торгівлі людьми стереотипів, які найчастіше тиражують ЗМІ.

СТЕРЕОТИП № 1

- Жінки, що потерпіли від сексуальної експлуатації, самі винні в тому, що з ними трапалося. Вони прекрасно знали, навіщо та куди їдуть. За це їх варто засудити, оскільки проституція є суспільним злом.

Цей стереотип досить часто тиражується ЗМІ і є найпоширенішим у суспільстві. Його появу нерідко можна пояснити тим, що проблема торгівлі людьми нова для пострадянського простору й основні її складники (вербування, перевезення, передача, а потім і експлуатація) невидимі. Набагато простіше уявити собі дівчат, що хочуть добровільно надавати сексуальні послуги.

Разом із тим згідно з даними НУО та міжнародних організацій більшість українських жінок і дівчат, що стали жертвами сексуальної експлуатації, було завербовано для роботи няньками, перемиваль-

³¹ Салеева Д. Учет стереотипов как условие повышения эффективности межкультурной коммуникации/Сборник научных трудов, (Казань, 2003 г.).

ницями посуду, офіціантками. Вербувальники зацікавлені в тому, щоб, як мінімум, не розкривати всієї правди дівчатам – адже їхній прибуток залежить виключно від кількості жертв, відправлених за кордон.

СТЕРЕОТИП № 2

- У рабство потрапляють лише молоді жінки, які використовуються в сексуальній сфері. Чоловіки, діти або жінки середнього віку ніколи не стають жертвами торговців людьми.

Основною причиною поширення такого стереотипу є велика кількість випадків торгівлі молодими жінками з метою сексуальної експлуатації в 1998–2000 рр., коли проблема тільки починала висвітлюватися українськими ЗМІ. У той час і громадські організації, й правоохоронні органи як України, так і інших країн наводили приклади саме такої експлуатації.

Але експлуатація дівчат у сексуальній сфері є далеко не єдиним видом торгівлі людьми. Серед інших форм можуть бути використані насильницький шлюб, примусова праця, використання в домашньому господарстві, промисловому або сільськогосподарському секторах, народження дитини примусово або на замовлення. Чоловіків переважно використовують на будівництві, в промисловості, сільському господарстві, дітей – для жебракування.

Продовжуючи приділяти увагу лише одному аспектові торгівлі людьми, не розкриваючи тему повною мірою, ЗМІ лише ускладнюють проблему.

СТЕРЕОТИП № 3

- Жертвами торговців людьми стають тільки малоосвічені та наївні люди.

За даними дослідження, проведеного в 2003 році Українським інститутом соціальних досліджень і центром «Ла Страда-Україна» серед потерпілих від торгівлі людьми 49% опитаних мали середню освіту, 16% – середню спеціальну, 8% – неповну вищу й 7% мали вищу освіту. Причому серед тих, хто мав вищу освіту, були лікарі, педагоги, інженери. Тому говорити про низький рівень освіти потерпілих не можна.

Часто люди, що повірили обіцянкам торговців людьми, доведені до розпачу відсутністю засобів до існування, що і штовхає їх на пошук роботи за кордоном. Важливо зазначити одну психологічну особливість: будь-яка людина, особливо та, яка опинилася в складному матеріальному становищі та без роботи, швидше повірить у поліпшення життєвої ситуації, аніж у її погіршення. Дуже часто цим користуються вербувальники, діючи за формулою «Що тобі втрачати?».

Крім того, більшості потерпілих пропозиції про працевлаштування за кордоном надходили від людей, яким вони довіряли. За даними правоохоронних органів, нерідко вербувальниками виступали родичі. Тому варто говорити швидше про зловживання злочинцями довірою цих людей, аніж про наївність останніх.

СТЕРЕОТИП № 4

- Люди, які не обмежені у свободі пересування, не є жертвами торговців людьми.

Як уже зазначалося, після доставлення людей до країни призначення торговці людьми використовують безліч методів для примусу людини до виконання необхідної роботи. Серед них – вилучення паспорта та інших документів, шантаж, боргова кабала, фізичне насильство, погрози, а також обмеження свободи переміщення та спілкування. Деякі журналісти вважають: якщо до людини не застосовувалися фізичні методи впливу і її не замикали «у чотирьох стінах», торгівля людьми як злочин не відбулася. Це не так, оскільки більше, аніж погрози або фізичне насильство, на поведінку потерпілих впливають психологічний тиск, шантаж, приниження. Навіть якщо потерпілі можуть вільно пересуватися, вирватися з рабства вони не можуть. У багатьох випадках це пов'язано з переконанням, що за порушення візового режиму чи за інші дії, які вони вчинили під впливом примусу або непоінформованості, їм загрожує тривале ув'язнення.

За даними громадських організацій, саме страх переслідування потерпілих як злочинців утримує їх від звернення до правоохоронних органів. Крім того, багато потерпілих не довіряють правоохоронним органам і не воліють звертатися до них по допомогу. Часто переконаність потерпілих у власній «злочинності» й неможливості отримати допомогу активно підтримується торговцями людьми для забезпечення контролю над жертвами.

Звинувачення людей у тому, що вони не скористалися з можливості вільного переміщення для звільнення з рабства, або заперечення в цьому разі їхнього статусу потерпілих призводить до ще більшого поширення наведеного стереотипу.

СТЕРЕОТИП № 5

- Торгівля людьми не може здійснюватися в межах однієї країни й завжди пов'язана з виїздом громадян за кордон.

Справді, якщо величезна кількість людей їде на заробітки за кордон, то звідки взятися торгівлі людьми всередині країни? Які причини можуть викликати це явище? Здавалось би, у власній країні легко можна звернутися до правоохоронних органів та вийти із ситуації рабства. У реальності ж не все так просто.

Випадки торгівлі людьми в межах країни, зокрема в Україні, набувають дедалі більшого поширення. Переправляючи людей усередині країни з метою сексуальної, трудової та іншої експлуатації, торговці людьми ризикують набагато менше, ніж перевозячи їх за кордон. Істотно меншими є й витрати. Способом примусу до виконання тієї чи іншої роботи часто є насильство і шантаж.

Відомий випадок, коли подружжя протягом тривалого часу змушувало молоду жінку з обласного центру надавати сексуальні послуги іноземцям, які приїжджали до Києва. Дівчину рекламували та продавали через інтернет, при цьому із замовників вимагали передоплату через перерахування електронних платежів на пластикові картки. Потерпілу шантажували відвертими фотографіями, на яких її було зображено із чоловіками. Злочинці обіцяли в разі відмови дівчини надавати секс-послуги показати фотографії її синові. Протягом року вона зазнавала експлуатації, постійно побоюючись, що торговці людьми передадуть знімки дитині.

Наведений випадок є прикладом так званої внутрішньої торгівлі людьми, що є досить поширеною в усьому світі.

У тому разі, якщо людину не перевозять через державний кордон, а піддають експлуатації на території однієї держави, остання виступає і країною походження, і країною призначення.

2.3. Факти й коментарі

Досить часто журналісти не тільки України, але й інших країн вважають за необхідне висловлювати власну думку про проблему торгівлі людьми, її причини, а також коментувати дії та вчинки потерпілих. Мова не йде про аналітичні або публіцистичні жанри: коментарі та оціночні судження зустрічаються в інформаційних матеріалах, насамперед у друкованих ЗМІ.

Розглядаючи описане явище, слід зазначити, що питання відокремлення коментарів від фактів – питання журналістської етики. Воно чітко зафіксовано в низці документів, що регулюють діяльність працівника інформаційних служб різних країн.

«Програми новин мають пропонувати глядачам і слухачам інформаційний ряд, що дасть їм змогу сформулювати власні погляди, – зазначає редакційне керівництво Телерадіомовної асоціації країн Британської співдружності «Сі-Бі-Ей» (2004 р.) – Глядачі не повинні сприймати з програми особисті погляди ведучого або кореспондента щодо будь-якої спірної проблеми».³²

«У справжній журналістиці проводиться чітка межа між новинами та коментарем. Новини не повинні містити думки або упередження журналіста, але мають висвітлювати тему всебічно», – говорить Кодекс етики Спілки професійних журналістів США (1993 р.).³³

«Інформацію та її коментування має бути чітко розмежовано», – сказано в Кодексі принципів журналістської діяльності (Бельгія, 1982 р.).³⁴

В українській телевізійній журналістиці перший публічний досвід фіксування редакційної політики продемонстровано **«5 каналом»**. «Репортер випуску новин не має права висловити власну думку. Ведучі й автори програм та новин мають ухилятися від власних оцінок, коментарів, поглядів, заяв, тверджень і припущень стосовно обговорюваних подій і тем. Аудиторія не повинна робити з програми висновків про особисті погляди ведучих або репортерів на спірні

³² Цитата за сайтом <http://www.unesco.ru/files/cd/ci-acts/texts/323.htm>.

³³ Цитата за сайтом <http://www.gdf.ru/books/books/liberty/0007.shtml>.

³⁴ Цитата за сайтом <http://www.unesco.ru/files/cd/ci-acts/texts/203.htm>.

питання»³⁵. **Етичний кодекс українського журналіста**, розроблений Комісією з журналістської етики, зазначає: «Факти, судження й припущення повинні бути чітко розмежовані».

Водночас у журналістських дискусіях час від часу зустрічається таке переконання: «Наша аудиторія – не така, як на Заході, і наші ЗМІ мають зовсім іншу історію. Думка журналістів – це те, чого люди чекають». Багато експертів із країн пострадянського простору заперечують це твердження.

«Позиція тележурналіста не зводиться до публічного самовираження, тим більше в новинах, що здатне тільки дискредитувати їх. Ця позиція – не в словесних оцінках (сфері аналітиків і експертів), а в прагненні до достовірності й повноти наведених фактів і думок, що дають глядачеві змогу самостійно робити висновки.

Оцінки подій або явищ доречні у вустах експертів, коментаторів або осіб, у чий компетенції немає сумнівів.

Чітке відокремлення фактів від думок у новинах – неухильний журналістський принцип».³⁶

2.4. Соціальна відповідальність

Говорячи про висвітлення в ЗМІ проблеми торгівлі людьми, не можна не торкнутися теми відповідальності ЗМІ перед суспільством.

Працюючи в оперативному режимі, опановуючи нові технології, журналісти іноді забувають, що, інформуючи суспільство, вони значною мірою формують світогляд людей, отже, відповідають за стан суспільства – за його моральні орієнтири та цінності.

Підхід до висвітлення проблеми, заснований на стереотипах, які розглядалися в попередньому розділі, призводить до того, що люди одержують неповні, спрощені чи абсолютно недостовірні відомості.

³⁵ Засади редакційної політики «5 каналу» (ТРК «Експрес-Інформ», ТРК «НБМ»). *Належна безсторонність у випусках новин*. Цитата за сайтом <http://5tv.com.ua/zasady>.

³⁶ Муратов С.А., *Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса* (Москва, 1997 г.).

У першу чергу це стосується інформування виключно про торгівлю жінками з метою сексуальної експлуатації. Унаслідок цього про ризик бути залученим до торгівлі людьми не підозрюють, наприклад, чоловіки, які їдуть працювати на будівництві, або жінки середнього віку, які погодилися на працю на підпільних текстильних підприємствах чи як хатні робітниці, а також діти.

Безумовно, не можна створити універсальний механізм, який захищав би від помилкових дій та вчинків, однак можна спробувати сфокусуватися на окремих темах, які мають стосунок до торгівлі людьми, й проаналізувати, до яких соціальних наслідків може призвести непродуманий підхід щодо їх висвітлення.

Огляд ринку сексуальних послуг

Матеріали на подібну тематику найчастіше з'являються на сторінках жовтої преси, видавці якої рідко замислюються не тільки про соціальну, але й про юридичну відповідальність за свої публікації. Завдання цієї категорії ЗМІ – привернути до себе увагу за всяку ціну. Часом журналістів не турбують навіть можливі судові позови, які готові подати люди, чиї права було порушено.

Висвітлення теми торгівлі людьми на сторінках подібних видань прикметне «сенсаційністю», «викривальністю» і спробою підлаштуватися під існуючі стереотипи. Саме в жовтій пресі найчастіше зустрічаються кричущі заголовки на зразок «Рабство вигадали повії». Однак найнебезпечнішими є публікації, які можуть спонукати людину до дій, замовчуючи при цьому можливі негативні наслідки.

Як приклад можна навести статтю, присвячену аналізу ринку секс-послуг на різних курортах, яку було опубліковано в одній із відомих в Україні російських газет. Вона містить докладний перелік цін на сексуальні послуги як в Україні, так і за кордоном. Наведені цифри в кілька разів перевищують середню зарплату в Україні. При цьому ані слова не сказано про те, чим може загрожувати заняття проституцією в цих країнах, а також про те, що вербувальники часто пропонують роботу з надання сексуальних послуг для залучення до сексуальної експлуатації.

Щасливий шлюб з іноземцем

Матеріали про щасливе заміжжя з іноземцем мають великий резонанс, оскільки подібний шлюб нерідко розглядається жінками як єдина можливість улаштувати власне життя. Для вербувальників одруження – прекрасний привід вивезти дівчину з країни для продажу. Залежність від чоловіка поряд із незнанням відповідного законодавства обох країн та інші фактори створюють підґрунтя для експлуатації. Наприклад, у Німеччині жінка – громадянка іншої країни не має права на самостійне проживання, якщо вона прожила із чоловіком менше двох років³⁷.

Як же повинен вчинити журналіст щодо інформації про щасливий шлюб з іноземцем? Замовчувати, руйнуючи надії тисяч жінок на щасливе життя? Говорити про те, що подібний шлюб – дорога до секс-рабства? Щоб дати відповідь на поставлені запитання, варто спробувати уявити, які наслідки можуть мати подібні публікації. Найімовірніше, після подібних «щасливих історій» жінки спробують порівняти себе з героїнею, «приміряти» матеріал до себе, дійти висновку, що аналогічний успіх цілком досяжний і для них. Люди, які перебувають у складній життєвій ситуації, прагнуть кращого, і відчуття небезпеки в них мінімізоване. Це значно полегшує роботу вербувальникам і призводить до нових жертв.

Такі матеріали, хоч би про яку щасливу історію йшла мова, краще доповнити експертною оцінкою того, наскільки велика ймовірність улаштувати своє життя подібним чином. Експерт-правозахисник або соціолог підтвердять: подібних випадків одиниці. Нерідко шлюбні агенції – вдале прикриття для торговців людьми, шахраїв або аферистів.

Вдале працевлаштування за кордоном

Вдале працевлаштування – основна мета трудових мігрантів. Вирушаючи за кордон самостійно в надії знайти роботу на місці або ж користуючись послугами напівлегальних фірм, люди від самого початку дуже ризикують – своєю безпекою, здоров'ям і врешті-решт життям. Безумовно, ЗМІ мають зазначати таку небезпеку. Водно-

³⁷ Український інститут соціальних досліджень. *Торговля людьми: протидія і захист прав жінок. Збірник матеріалів* (Київ, 2000 г.), с. 43.

час виникає питання: як не викривити реальність, як бути з даними, згідно з якими «за окремими експертними оцінками, українці, які виїхали за кордон, заробляють понад 2 млрд. гривень на місяць, тобто близько 400 млн. доларів США»?³⁸

Мовчати про це було б неправильно, але ставати на шлях узагальнень та поспішних висновків означає створювати нові прецеденти торгівлі людьми. Факти вдалого працевлаштування не виключають наявності проблеми торгівлі людьми. Трудові мігранти – люди, які вимушено залишають власну країну для пошуку роботи, – одна з найбільш незахищених категорій громадян. Саме вони найчастіше є жертвами експлуатації. Тому із прикладами вдалого працевлаштування варто бути особливо обережними: лише одна щаслива історія – і тисячі людей, змучених бідністю, готові виїхати за кордон. Для збалансованості інформації в даній ситуації логічно надавати дані про ризики нелегального працевлаштування.

Аналіз діяльності громадських організацій

Готуючи матеріали про проблему торгівлі людьми, журналісти аналізують діяльність неурядових організацій (НУО), які працюють у сфері протидії цьому злочину. Разом із тим іноді журналісти погано уявляють собі механізми роботи таких організацій, принципи їх діяльності, ресурси, які мають НУО. Це призводить до того, що у відносинах ЗМІ та НУО виникає ряд проблем, які в окремих випадках погіршують співробітництво. У практиці МЖПЦ «Ла Страда-Україна» був випадок, коли було проведено розслідування діяльності центру. Журналістка однієї з газет, видаючи себе за потерпілу, намагалася побачити роботу «Ла Страда» зсередини. Після викриття задуму журналістки на сторінках газети з'явилася стаття «Журналістське розслідування», яка містила висновки про «черствість і байдужість» соціальних працівників. У цьому разі потреби у конспірації не було: представники НУО завжди готові йти на контакт із пресою. Якщо ефективність діяльності НУО в тому або іншому напрямі викликає в журналістів сумніви, вони мають право критикувати роботу органі-

³⁸ Стан дотримання та захисту прав громадян України за кордоном. Спеціальна доповідь Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, (Київ, 2003 р.), с. 21.

зації. Однак для цього необхідно мати всю інформацію, в тому числі з боку об'єкта критики.

Зазначмо також, що при висвітленні теми торгівлі людьми розуміння журналістом своєї відповідальності набуває особливо важливого значення. Говорячи про це явище, журналіст має справу не з цифрами, помилка або перекручування щодо яких призведуть до дезінформації суспільства, але які все ж таки відносно легко виправити. Змінити стереотип або переконання людини набагато складніше.

Від того, наскільки журналіст усвідомлює значення своєї роботи, залежатимуть розуміння людьми ступеня небезпеки і повернення до нормального життя тих, хто пройшов через рабство.

«Між правом аудиторії знати та обов'язком журналіста повідомляти й показувати виникає ситуація вибору, а тому слід приймати рішення – етичні, моральні, соціальні.

Іншими словами, там, де існує свобода вибору, існує й відповідальність за свої рішення. Стосовно журналіста це означає відповідальність:

- перед суспільством загалом;
- перед аудиторією;
- перед героями передач і статей;
- перед гільдією журналістів, яку він представляє;
- перед теле/радіокомпанією або друкованим виданням, від імені якого він звертається до аудиторії;
- перед самим собою.

...Соціальна відповідальність журналіста зобов'язує його взяти до уваги всі можливі результати розголошення інформації, з публікацією якої варто було б принаймні почекати, або, навпаки, приховання фактів, які потребують невідкладної суспільної уваги. Від подібного морального вибору журналістів «звільняють» лише дві умови: наявність зовнішньої цензури (як політичної, так і економічної) та відсутність моральної самоцензури».³⁹

³⁹ Муратов С.А. *Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса* (Москва, 1997 г.).

2.5. Юридична відповідальність⁴⁰

Журналіст, який повідомляє суспільству інформацію, має соціальну відповідальність перед громадянами. Однак, окрім соціальної, він може мати і юридичну відповідальність перед особою, про яку він розповідає. Журналістська недбалість, помилки, непрофесіоналізм можуть завдати людині серйозної шкоди, результат якої виправити дуже складно. Поширення інформації про торгівлю людьми є надзвичайно делікатною темою, тому журналіст має підходити до її висвітлення вкрай обережно.

У юридичній площині журналісти здебільшого стикаються з двома категоріями проблем: дифамацією та втручанням у приватне життя. Дифамація – це поширення про особу недостовірної інформації, яка принижує честь і гідність людини. Втручання у приватне життя – поширення про особу без її дозволу інформації, яка стосується особистого життя. Приватне життя особи, її честь і гідність охороняються Конституцією України, яка у статті 32 зазначає:

«Ніхто не може зазнавати втручання в його особисте і сімейне життя, крім випадків, передбачених Конституцією України.

Не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також права на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації».

Приватне життя

Приватне життя особи є великою цінністю для кожного. Журналісти не завжди усвідомлюють, що поширення інформації про чиєсь при-

⁴⁰ Автор розділу – Т.С. Шевченко, юрист, директор Інституту Медіа Права.

ватне життя може завдати значної шкоди. Небажана публічність може повністю зіпсувати чи зруйнувати життя людини. Основне правило, яким має керуватися журналіст, – про приватне життя особи можна писати, тільки маючи згоду цієї особи.

Висвітлюючи питання торгівлі людьми, журналіст завжди має бути обережним при підготовці матеріалів, оскільки в цій темі завжди міститиметься інформація щодо приватного життя людини. Інколи журналісти вважають, що роблять послугу людині, показуючи її по телевізору або пишучи про неї в газеті. Але далеко не всі люди прагнуть публічності, особливо коли мова йде про примусову працю, продаж людей у рабство тощо.

В Україні приватне життя особи захищено не лише Конституцією, але й Цивільним кодексом. Зокрема про це йдеться у статті 301 кодексу «Право на особисте життя та його таємницю»:

«1. Фізична особа має право на особисте життя.

2. Фізична особа сама визначає своє особисте життя і можливість ознайомлення з ним інших осіб.

3. Фізична особа має право на збереження у таємниці обставин свого особистого життя.

4. Обставини особистого життя фізичної особи можуть бути розголошені іншими особами лише за умови, що вони містять ознаки правопорушення, що підтверджено рішенням суду, а також за його згодою».

Таким чином, для того щоб уникнути проблем у юридичній площині, журналісти повинні дотримуватися таких правил. Якщо журналіст подає інформацію про особу, йому необхідно отримати згоду (дозвіл) на оприлюднення інформації. Найкраще отримати письмову згоду – будь-який текст довільної форми, в якому особа дозволяє поширювати про неї інформацію. Письмова форма гарантуватиме наявність доказів, якщо у когось згодом виникне бажання притягти журналіста до відповідальності за неправомірне втручання у приватне життя.

Окрім письмової, можуть використовуватися інші форми отримання дозволу.

Наприклад, у разі проведення відеозйомки можна записати особисту згоду на оприлюднення інформації на відео. У такому разі необхідно, щоб на записі, який треба зберігати постійно, особа чітко висловила свою згоду на те, що її знімають, та дозволила, аби цей запис використовувався у майбутньому. Слід пам'ятати, що це виняткове право особи – дозволяти зйомку та поширювати інформацію про себе.

Візуальні образи – фотокартки та відеоматеріали мають окремий захист. Правила проведення відео- та фотозйомки і порядок використання відзнятих матеріалів достатньо чітко вписано у Цивільному кодексі України:

«Стаття 307. Захист інтересів фізичної особи при проведенні фото-, кіно-, теле- та відеозйомок

1. Фізична особа може бути знята на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку лише за її згодою. Згода особи на знімання її на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку припускається, якщо зйомки проводяться відкрито на вулиці, на зборах, конференціях, мітингах та інших заходах публічного характеру.

2. Фізична особа, яка погодилася на знімання її на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку, може вимагати припинення їх публічного показу в тій частині, яка стосується її особистого життя. Витрати, пов'язані з демонтажем виставки чи запису, відшкодовуються цією фізичною особою.

3. Знімання фізичної особи на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку, в тому числі таємне, без згоди особи, може бути проведене лише у випадках, установлених законом.

Стаття 308. Охорона інтересів фізичної особи, яка зображена на фотографіях та в інших художніх творах

1. Фотографія, інші художні твори, на яких зображено фізичну особу, можуть бути публічно показані, відтворені, розповсюджені лише за згодою цієї особи, а в разі її смерті – за згодою осіб, визначених частиною четвертою статті 303 цього Кодексу (родичів – Прим. авт. розділу 2).

Згода, яку дала фізична особа, зображена на фотографії, іншому художньому творі, може бути після її смерті відкликана особами, визначеними частиною четвертою статті 303 цього Кодексу. Витрати особи, яка

здійснювала публічний показ, відтворення чи розповсюдження фотографії, іншого художнього твору, відшкодовуються цими особами.

2. Якщо фізична особа позувала авторові за плату, фотографія, інший художній твір може бути публічно показаний, відтворений або розповсюджений без її згоди.

Фізична особа, яка позувала авторові фотографії, іншого художнього твору за плату, а після її смерті – її діти та вдова (вдівець), батьки, брати та сестри можуть вимагати припинення публічного показу, відтворення чи розповсюдження фотографії, іншого художнього твору за умови відшкодування автору або іншій особі пов'язаних із цим збитків.

3. Фотографія може бути розповсюджена без дозволу фізичної особи, яка зображена на ній, якщо це викликано необхідністю захисту її інтересів або інтересів інших осіб».

Таким чином, на зйомку та відтворення зображень теж треба отримувати дозвіл. Однак згідно з правилами, викладеними у кодексі, навіть якщо людина дала згоду, в майбутньому вона може свою згоду відкликати.

У разі якщо особа має претензії до журналіста чи засобу масової інформації через те, що її зображення було використано без дозволу, такий конфлікт вирішується як у судовому порядку, так і в позасудовому. Краще, якщо обидві сторони намагаються не доводити справу до суду і шукають шляхи до виправлення ситуації. Здебільшого це можна зробити через вибачення або будь-яким іншим способом, узгодженим сторонами. Якщо журналіст припустився помилки, треба докласти максимум зусиль для врегулювання конфлікту.

Іще одне положення Цивільного кодексу, про яке варто згадати у цьому розділі, стосується поширення інформації про жертви злочину. Журналістам слід пам'ятати, що стаття 296 «Право на використання імені» у пункті 5 передбачає, що «Ім'я потерпілого від правопорушення може бути оприлюднено лише за його згодою».

Практика Європейського суду з прав людини, а також українське законодавство передбачають випадки, коли інформація про приватне життя людини може поширюватися без дозволу цієї людини.

Рішення про відповідне надання інформації журналіст може прийняти за умови, якщо розголошуються відомості, які мають надзвичайну важливість для суспільства, – суспільно значуща інформація. Тобто втручання у приватне життя може бути виправдане в разі його здійснення в інтересах суспільства як реалізації права суспільства отримувати інформацію. У таких випадках мова йтиме найімовірніше про відомих осіб, про організаторів торгівлі людьми тощо, наприклад, якщо інформація стосуватиметься посадової особи, причетної до торгівлі людьми.

Обсяг інформації, яка повідомляється, так само має бути виправданий метою інформування. Тобто навіть якщо інформація розповсюджується в інтересах суспільства, наприклад телеканал подає в новинах приховані відеозйомки, пов'язані з торгівлею людьми, журналісти повинні вжити заходів для того, щоб замаскувати обличчя зображених людей, за відсутності переконливих аргументів не робити цього.

При маскуванні зображення у такому чи подібних випадках немає чітких критеріїв, наскільки великою повинна бути, наприклад, чорна смуга на обличчях, для того щоб вважати людину замаскованою. Основний принцип – людину не повинні впізнати. Тому інколи маскування, яке обмежується лише обличчям, є недостатнім, якщо людина носить одяг, що може бути впізнано її знайомими та друзями. За таких обставин претензії до журналістів виправдані.

Дифамація

Дифамація – це поширення про особу недостовірної інформації, яка принижує її честь та гідність, завдає шкоди діловій репутації. Дифамація є синонімом до терміну «приниження честі, гідності та ділової репутації». Узагалі українське законодавство не вживає терміну «дифамація». Але це слово іншомовного походження активно використовується в Україні завдяки його лаконічній формі. Щодо законодавства, то правила захисту честі та гідності встановлено у статті 32 Конституції, цитату з якої наведено вище, та у Цивільному кодексі, зокрема у статті 297:

«Стаття 297. Право на повагу до гідності та честі

1. Кожен має право на повагу до його гідності та честі.

2. Гідність та честь фізичної особи є недоторканими.

3. Фізична особа має право звернутися до суду з позовом про захист її гідності та честі».

Журналісти мають ретельно перевіряти інформацію, оскільки правдивість інформації є завжди найкращим захистом від дифамації, тоді як неправдивість може призвести до позовів на великі суми. Україна має практику пред'явлення позовів на мільйонні суми. Були випадки, коли засіб масової інформації, який програв судову справу, був змушений закриватися.

Відповідальність за дифамацію встановлюється в судовому порядку. Загальні правила про дифамацію є такими. Для того щоб притягти журналіста до відповідальності, треба встановити наявність чотирьох елементів: *факт поширення інформації; інформація має бути про особу, яка висуває претензії; інформація має бути недостовірною; інформація має принижувати честь і гідність.* Відсутність будь-якого з цих елементів означає неможливість притягнення журналіста до відповідальності. Розгляньмо детальніше кожне з положень.

Поширення інформації означає, що інформацію було повідомлено принаймні одній людині за винятком тієї, про яку йдеться. Тобто в разі якщо журналіст підготував матеріал, але ще не встиг його оприлюднити, не буде факту поширення інформації, а отже, і підстав для позову про дифамацію.

Інформація про особу. Подавати позов про дифамацію може особа, прямо чи опосередковано ідентифікована у публікації або іншому матеріалі, поширеному журналістом. Ідентифікація можлива як у формі прямого називання імені та прізвища, так і будь-яким іншим способом. Ключовим для ідентифікації є не наявність імені, а те, якою мірою читачі можуть зрозуміти, про кого йде мова. Так, зазначення точної посади та місця роботи особи буде достатньою ідентифікацією, так само як і зазначення її місця проживання (особливо якщо це маленьке село). Прізвище та ім'я особи буде завжди ідентифікацією, незалежно від того, що в населеному пункті можуть

проживати десятки людей з таким ім'ям. Тому, якщо ім'я вигадане, краще відразу це зазначити, щоб не було проблем через випадковий збіг. У спірних випадках, наприклад, якщо людину описано за звичками, зовнішністю тощо, суд установлюватиме, чи була людина ідентифікована у статті, чи ні. Якщо особу через завуальовану ідентифікацію впізнало лише кілька людей, цього достатньо для подання позову. Різниця полягатиме лише в питанні шкоди – компенсація, очевидно, в такому разі буде меншою.

Ідентифікація через приналежність до великої групи осіб. Якщо газетна публікація стосувалася великої групи осіб – усіх адвокатів, суддів, журналістів чи всіх українців, росіян тощо, виникає запитання, чи може представник цієї групи захищати свою честь і гідність через приналежність до такої групи або захищати від власного імені інтереси всієї групи загалом. Відповідь на це запитання негативна. По-перше, особа має право захищати лише власну честь, гідність та ділову репутацію, а не честь іншої особи. По-друге, поширення інформації про велику групу людей, яка налічує сотні та тисячі осіб, не сприймається як поширення інформації про кожну людину.

Разом із тим чим менша група, тим більше шансів, що кожна особа може подавати позов про захист власної честі й гідності. Наведемо приклад. Якщо написати у публікації, що *«всі українські жінки, які їдуть за кордон працювати, стають жертвами сексуальної експлуатації»*, це не даватиме серйозних підстав кожній із жінок подавати позов про дифамацію. Така фраза за своїм змістом говоритиме про поверховий та стереотипний підхід журналіста до проблеми. Натомість, якщо писати про маленьке село й зазначити, що *«всі жінки, які поїхали на заробітки за кордон із села N, стали жертвами сексуальної експлуатації»*, то група осіб суттєво звужується і за таких обставин кожна з жінок може мати обґрунтовані претензії до засобу масової інформації та журналіста.

Недостовірність. Відповідальність за поширення інформації виникає тільки в тому разі, якщо інформація недостовірна. Недостовірною є інформація, яка не відповідає істині. Синонімами, що вживаються у законах, є також терміни «не відповідає дійсності» та «неправдива». Правдива інформація також може зашкодити репутації, навіть більше, ніж неправдива, однак наявність доказів правдивості однозначно звільняє особу від відповідальності за дифамацію.

У питанні правдивості та неправдивості слід також мати на увазі, що інформація поділяється на факти та оціночні судження (ідеї). Перші підлягають перевірці на достовірність, а другі – ні.

Для оцінки достовірності великого значення набуває контекст інформації – тобто як її зрозуміють пересічні читачі та глядачі, на яких спрямовано інформацію, а не дослівне значення слів, речень, зображень. Інформація може бути визнана такою, що викладена неправдиво (і, відповідно, недостовірно), через неправильне поєднання текстів та фотокарток або дикторського тексту та відеоряду, навіть якщо кожен з елементів є достовірним. Наприклад, газетна публікація про торгівлю людьми супроводжуватиметься реальною фотокарткою, взятою з архіву. Журналіст чи редактор може не замислитися над тим, що внаслідок добору (використання випадкової фотокартки) читачі пов'язуватимуть текст статті з особами, зображеними на фотокартках. Через таке поєднання інформація стане недостовірною.

Особливо часто подібні проблеми виникають на телебаченні у новинах, коли накладаються картинка і дикторський текст.

Так, на одному з київських телеканалів на тексті ведучого «Багато українських дівчат, які вирушають на заробітки за кордон, потрапляють у сексуальне рабство» показали дівчину, що сідає в автомобіль. Насправді це була представниця правозахисної організації, яка їхала в аеропорт зустрічати потерпілу від торгівлі людьми. Кадри було взято з архіву іншого телепроекту і надано станції виключно для цілісної трансляції. Судового позову пощастило unikнути, однак телеканал змушений був просити вибачення й підготувати сюжет про правозахисну організацію, в якому співробітницю організації було представлено адекватно.

Приниження честі, гідності, завдання шкоди діловій репутації

Приниження честі, гідності та завдання шкоди діловій репутації розглядається через призму реакції споживачів інформації. Інформація є принизливою, якщо ті, хто її отримав, почали гірше думати про особу. Зрозуміло, ця категорія є здебільшого оціночною, однак суд вислуховуватиме всі аргументи.

Недостовірні інформація може не завдавати шкоди, а може навіть стати позитивною для особи. Чи буде завдано шкоди, якщо журналіст випадково назве полковника генералом? Швидше за все не буде.

Важливо зауважити, що журналіст не повинен нести відповідальності, якщо помилка була незначною і наслідки від поширення недостовірної інформації такі ж, як і від поширення достовірної інформації.

Використання архівної інформації. Ще раз звертаємо увагу на те, що у своїй роботі тележурналісти повинні обережно ставитися до використання інформації з архіву. У таких випадках необхідно чітко зазначати (титрами чи дикторським текстом), що інформація архівна, та в разі потреби зазначити, до якого періоду належать архівні зйомки, чого зазвичай не роблять. Нехтування цим правилом може призвести до тлумачення інформації як недостовірної, оскільки глядачі помилково можуть сприйняти певні події як такі, що відбуваються зараз, або пов'язуватимуть осіб на картинці з особами, про яких розповідає диктор. Те ж саме стосується фотокарток.

Назви статей. Назва статті може бути підставою для позову щодо недостовірної інформації. Інколи журналісти та редактори навмисно перебільшують певні факти у назвах матеріалів, для того щоб зробити їх провокаційними. Зрозуміло, в подальшому контексті стаття може прояснювати заголовок, але як відокремлена частина тексту він вважатиметься недостовірним. Адже заголовок має індивідуальне інформаційне навантаження, а дехто може читати лише заголовки.

Таким чином, журналіст, який відповідально ставиться до своєї професії, має змогу захистити себе від небажаних позовів та претензій. Законодавство дає для цього достатньо інструментів. Головне – знати свої права та обов'язки й уміти правильно ними користуватися.