



VII

Методи прихованого збирання інформації

1. МЕТОД «МАСКИ»

Журналіст має уникати прихованого збирання інформації, за винятком випадків, коли за допомогою відкритих методів не вдається висвітлити важливу для суспільства інформацію. На жаль, це трапляється досить часто. У цьому разі можна використовувати *метод прихованого спостереження*, або, як його ще називають, *метод «маски»*. Проте необхідність використання прихованих методів збирання інформації має бути обов'язково пояснена у матеріалі. Метод «маски» має досить тривалу історію. Його використовували журналісти по обидва боки «залізної завіси».

Наприклад, відомий радянський публіцист Михайло Кольцов, збираючи матеріал для своїх нарисів, працював і на заводі, і таксистом. Інша радянська журналістка Лариса Райснер навіть нелегально на пароплаві перетнула кордон з Німеччиною, деякий час працювала там молочницею. Повернувшись, вона писала про те, яке погане життя в капіталістичному світі. До речі, може саме цей приклад спонукав молодого журналіста з України (тоді ще студента факультету журналістики Київського університету ім. Т. Шевченка), який на початку 90-х років минулого століття спеціально відстав у Німеччині від туристичної групи і певний час жив спочатку як нелегальний працівник, а потім перебував у таборі для нелегальних іммігрантів до моменту депортації на батьківщину. По поверненні він опублікував свої спостереження у тільки-но відкритій приватній газеті «Киевские ведомости».

На Заході цей метод також використовують досить часто. У тій самій Німеччині відомий публіцист Гюнтер Вальраф видавав себе то за турецького іммігранта, то за представника різних професій, щоб зібрати інформацію для своїх матеріалів. Одного разу під вигаданим ім'ям він влаштувався на роботу до журналу «Штерн», щоб зсередини вивчити «кухню» цього видання.

Британські журналісти час від часу влаштовують перевірки своїм правоохоронним органам, заносючи муляжі вибухівки то до літаків, то до школи, де навчається спадкоємець престолу.

Метод «маски» дає можливість зібрати інформацію зсередини, уникнути перекручень. Однак при цьому постають численні етичні проблеми. Чи має право журналіст публікувати всю інформацію щодо внутрішніх стосунків у колективі, за яким він спостерігав? Чи не завдасть це шкоди приватним інтересам людей, що там працюють? Де межа застосування цього методу? Чи може журналіст представлятися працівником правоохоронних органів?

Відповідь на ці запитання має бути суто індивідуальною. Журналіст у кожному конкретному випадку сам вирішує, що і як робити. Головне, що він при цьому має керуватися не бажанням похизуватися та прославитись, а правом аудиторії знати ту суспільно важливу інформацію, яку не можна зібрати за допомогою відкритих методів.

2. Фабрикування інформації

Поширення мас-медіа вигаданої інформації є абсолютно неприпустимим. Журналістика існує задля інформування суспільства про події, явища та процеси, що дійсно відбуваються.

Маніпулювання громадською думкою через поширення неправдивої інформації вже, власне, не є журналістикою. Ті, хто це роблять, втрачають право називатися журналістами.

Випадки поширення вигаданої інформації, на жаль, не є поодинокими. В Україні вони взагалі вважаються одним з елементів PR-компаній і широко використовуються політтехнологами для дискредитації політичних та бізнесових опонентів.

Найбільш невинні — це поширення штучних рейтингів, де «свій» кандидат лідирує, а суперники набагато відстають від нього. Цей, так званий соціологічний, PR — досить небезпеч-

не явище. Справа в тому, що люди часто підсвідомо схильні голосувати так, як це роблять інші. Отже, рейтинги, які фіксують перевагу одного з кандидатів, додають йому кілька відсотків голосів при реальному волевиявленні.

Часто вигадану інформацію використовують для просування чи збільшення обсягу продажу певних товарів. Цікаві приклади наводить І. Вікент'єв.

В Одесі для зниження цін на житло у приморській зоні свого часу поширювалися повідомлення про можливі зсуви ґрунту, які зроблять ці будинки непридатними для проживання. У Ризі, коли після розпаду СРСР там виявили великий запас емальованого посуду великого розміру, з'явилися оголошення про високу вірогідність перебоїв з водопостачанням. Усі тази і баки, звичайно, були розкуплені.

А один з книготорговців, який мав нереалізований наклад роману П. Дюпона «На все життя», дав оголошення в газетах від імені молодого мільйонера про бажання одружитися з дівчиною, яка схожа на героїню цього роману.

Інколи така інформація має працювати на імідж журналіста.

Наприклад, американська газета «Today» вимушена була звільнити свого репортера за підробку репортажів із зон бойових дій. Причому це був не рядовий журналіст. Він мав 21 рік професійного стажу, п'ять разів був номінований на Пулітцерівську премію. В 1999 р. журналіст опублікував репортаж з Косово, в якому, зокрема, писав про те, що знайдено зошит з описом злочинів сербських вояків проти мирного населення. Через чотири роки з'ясувалося, що такого зошита взагалі не існує. Під час службового розслідування журналіст зізнався в брехні й був звільнений.

Часто для дезінформації використовують інтернет-медіа. Через це в багатьох поважних газетах та телекомпаніях взагалі заборонено користуватися інтернет-джерелами та посилатися на них. Якщо інформація явно сфабрикована, то її «вкидають» ненадовго, щоб на неї мали послатися газети та теле-радіокомпанії, що беруть участь у спецоперації з дискредитації певного політика чи товару.

Новим видом порушення, що пов'язаний з Інтернетом, є запуск сфальсифікованих повідомлень нібито від інформаційних агентств. Наприклад, у розпал президентської компанії в Росії

1996 р. до західних країн надійшло повідомлення від імені агентства ІМА-ПРЕС про смерть президента Б. Єльцина. Агентство в одному з випусків мусило офіційно спростовувати це повідомлення і розцінило його як провокацію. Від імені цього ж агентства московським мас-медіа і банківським структурам було розіслано сфальсифіковане повідомлення про «наїзд» на один із банків. А за наступне втручання хакерів у мережу ІМА-ПРЕС довелося відповідати волгоградській газеті «Молодежный курьер». Справа в тому, що у сфальсифікованій інформації, яка надійшла до газети електронною поштою нібито від ІМА-ПРЕС, містилися наклепницькі відомості про тодішнього астраханського губернатора. Газета вимушена була виплатити губернатору 10 млн рублів і надрукувати спростування. Інший гучний скандал був пов'язаний із сайтом «Коготь-2». На ньому було розміщено інформацію щодо «корупційних» зв'язків «алюмінієвого» магната А. Бикова. При цьому жодних доказів таких зв'язків не наводилося. Попри це, скандал широко обговорювався громадськістю Красноярського краю і мав неабиякі наслідки. А. Биков втратив значну частку довіри населення на користь свого опонента. З одного боку, це може викликати подив. Адже кількість користувачів Інтернету залишається незначною. Проте, згідно з теорією багатосходинового потоку комунікації, саме «лідери думок» в основному формують громадські настрої. Таким чином, роль порівняно дешевих кампаній з пропаганди (часто дезінформації) в Інтернеті важко переоцінити.

Не зважаючи на численні загрози, які можуть виникнути через Інтернет (про них ми поговоримо далі), слід визнати, що Інтернет — це засіб спілкування нового століття і перевага в його регулюванні має віддаватися не правовим засобам (законам, нормативним актам тощо), а зусиллям самих користувачів, тобто саморегулюванню.

Інтернет-провайдери вже розпочали процес саморегулювання. Так, у Великій Британії працюють системи саморегулювання в роботі провайдерів Інтернет. Прийнято «Кодекс поведінки» і створено Фонд «Безпечна мережа», який допомагає провайдерам визначитися, є та чи інша інформація незаконною. Саморегулюючим органом Великої Британії є фонд Internet Watch Foundation (IWF), керівництво якого складається з трьох структур. Це політична рада, рада управління (до неї входять провайдери) та директорат. Створили цей фонд під тиском обставин. У 1996 р. поліція надіслала провайдерам лист, у якому було перелічено 140 груп, які розміщували дитячу порнографію в Інтернет. Провайдери мали почати розслідування. 23 вересня

1996 р. вони об'єдналися з метою саморегулювання. У грудні того самого року держава створила «гарячу лінію», якою користувачі могли повідомляти про незаконні матеріали. Ці повідомлення передаються у фонд для прийняття рішення про реагування. Якщо матеріал незаконний і він розміщений у британського провайдера, фонд примушує цей матеріал прибрати і стежить за тим, щоб він не з'явився в іншого провайдера.

Канадська асоціація провайдерів послуг Інтернету також розробила Кодекс поведінки в Інтернеті. Його мета — допомогти членам Асоціації у дотриманні правових стандартів у роботі. У Франції існує Хартія Інтернет, у якій визначаються добровільні обов'язки користувачів і провайдерів в Інтернеті. У Німеччині провайдери Інтернет зорганізувалися у *Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Dienstleanbieter (FSM)* — Спілку добровільного саморегулювання служб мультимедіа. Ця організація створена з метою вжиття заходів за скаргами на зміст онлайн потоків. При цьому скарги мають стосуватися виключно інформації, що є пропагандою насильства чи у якийсь інший спосіб може зашкодити молодим людям. Кроки щодо створення подібних організацій саморегулювання зроблені й у ряді інших країн. Деякі неурядові організації у Великій Британії навіть організують тиск на членів парламенту з вимогою забезпечити законодавчу підтримку приватності спілкування у WWW. Члени руху «Візьми шефство над депутатом» створили свою веб-сторінку, на якій всі бажаючі можуть взяти шефство над одним із депутатів парламенту і проводити з ним через Інтернет чи пошту роз'яснювальну роботу з цього питання. У Бельгії в травні 1999 р. було підписано протокол між Асоціацією провайдерів інтернет-послуг, Міністерством юстиції та Міністерством у справах телекомунікації. Мета цього протоколу — запобігання злочинам за допомогою Інтернету: дитячої порнографії, пропаганди расизму, порушення законодавства про гральний бізнес. У протоколі закріплено обов'язок провайдера інформувати виконавчу владу про порушення, які він виявив. Провайдери при цьому не зобов'язані перевіряти інтернет-ресурси та шукати порушення.

3. ПЛАГІАТ

Плагіат є брутальним порушенням не тільки норм професійної етики, а й законодавства. Це означає, що порушник має бути покараний як осудом з боку колег, так і в судовому порядку.

Наприклад, у 2003 р. «Нью-Йорк таймс» вимушена була звільнити репортера, який копіював цілі абзаци зі статей з інших видань. Показово, що на Заході газети обов'язково повідомляють аудиторію про подібні скандали. Здається, це дивно, адже газета визнає, що була майданчиком для брехні чи плагіату. Проте, демонструючи свою чесність та рішучість у боротьбі з порушеннями, газети завойовують довіру читачької аудиторії.

Дотримання авторського права — це ще одна проблема, яка виникає у зв'язку з розвитком глобальних комп'ютерних мереж. Наприкінці 1996 р. представники Міжнародної організації із захисту інтелектуальної власності обговорювали у Женеві три нові міжнародні договори про введення авторського права в Інтернеті. В проєктах передбачено такі умови: електронна копія користується тими самими правами, що й оригінал, і при її копіюванні необхідно виплачувати авторові гонорар. Ці правила стосуються і тимчасових файлів (наприклад, музика, що звучить у режимі он-лайн з Інтернету, але не зберігається на комп'ютері користувача); забороняються «креки», тобто програми для зламування шифрів дистрибуторів і незаконного копіювання ліцензійного продукту; юридичний захист поширюється на бази даних, створення яких потребувало від авторів значних зусиль чи коштів. Така увага міжнародного співтовариства не є випадковою. Тільки за даними США, щорічні порушення авторських прав в Інтернеті «коштують» близько 10 млрд дол. США. У Сполучених Штатах Америки нині активно обговорюється питання, чи мають видавництва газет право розміщувати авторські статті позаштатних кореспондентів в електронних версіях своїх газет. Взагалі, у США ще 1995 р. були вироблені рекомендації до Закону про авторські права у зв'язку з бурхливим розвитком Інтернету і переходом суспільства від індустріальної фази розвитку до інформаційної. При цьому відкидалася точка зору, що захист авторських прав має бути послаблений в умовах Інтернету, бо, з одного боку, новітні технології дають змогу легко їх порушувати, а з іншого — суспільство потребує більше вільної інформації, і закон має це відображувати.

Американські юристи вважають, що тільки впевненість авторів у надійному правовому захисті інформації сприятиме створенню нових якісних творів, і в такий спосіб цей захист слугує інтересам суспільства. Обов'язковою умовою для фіксації авторського права, за американським законодавством, є фіксація інформації на матеріальному носії. Це означає, що

інформація, яка записана на вінчестері, охороняється згідно з законодавством США про авторські права, а от якщо будь-який твір просто протрансльований в ефірі без його запису на матеріальному носії, то цього ще недостатньо для визнання авторських прав. Загалом, провідну роль у визначенні факту порушення авторських прав відіграє доктрина «чесного використання». Вважається, що обмежене використання авторського твору в розумних межах не може завдати шкоди інтересам автора. Для того щоб визначити ці розумні межі, використовують такі критерії, як мета і характер використання (тобто чи використовується твір з комерційними цілями); характер самого інформаційного продукту (якщо це творчий доробок, то він більш захищений); кількість використаного матеріалу; чи завдало це шкоди розповсюдженню твору. Судове покарання застосовується тільки до тих, хто порушує авторські права з комерційною метою.

Цікава пропозиція щодо застереження про авторські права в Інтернеті міститься в рекомендаціях Співки журналістів Данії від 11 серпня 1997 р. Пункт 6 цих рекомендацій пропонує вміщувати на веб-сторінках таку заяву: «Цей матеріал є доступним тільки для демонстрації або читання. Ви не маєте права робити копії на папері чи копіювати його електронним способом. Передрук з екрану можливий тільки для вашого приватного користування. Додаткові права на цей матеріал ви можете отримати після контакту з (ім'я, адреса, номер телефону, факсу, e-mail)».

Є й технічні засоби захисту, наприклад, «водяні знаки». Це програмне забезпечення, яке вмонтовує спеціальний код у різні зображення. Зовні цей код ніяк себе не виявляє, але при суперечці щодо авторських прав він є доказом того, що права на зображення належать певному суб'єкту чи організації.

4. Маніпулювання інформацією

У газетних матеріалах і телевізійних новинах українських каналів досить часто використовуються різноманітні маніпуляційні технології. Розглянемо найпоширеніший в українській практиці вид порушень. При визначенні інформаційних та маніпуляційних технологій було використано визначення А. Едельстайна (Тотальна пропаганда) та Е. Ефрона (Тенденційна редакційна політика). Ці видання використовуються у перекладі Г. Почепцова за його книгою «Как ведутся тайные войны: Психологические операции в современном мире» (Рівне, 1999).

Різноманітні маніпуляційні технології використовували всі провідні телевізійні канали України. Слід звернути увагу на різницю між підходами до проблеми у вечірніх та нічних випусках новин. У нічних випусках у журналістів «прорізується» голос, вони оприлюднюють досить сміливі власні оцінки подій, роблять сюжети значно професійніше, більше дотримуючись принципів «гарної» журналістики. Залишається пошкодувати, що значна частина населення України не є глядачами саме нічних випусків новин і свою «картинку світу» вибудовує на матеріалах вечірніх випусків.

Багато журналістів прямо ідентифікує себе з однією зі сторін у конфлікті та, отже, порушує принципи інформаційної журналістики. Часто журналісти використовують при цьому прийом «авторитету», тобто подають свою позицію під прикриттям цитати якогось політика. Можна навести також прийом «аргумент», коли репортер фактично вступає у дебати, відстоюючи одну із сторін у конфлікті. Враховуючи те, що журналіст користується, внаслідок зовнішньої нейтральності, більшим авторитетом в аудиторії порівняно з прямими учасниками конфлікту, такі техніки є особливо небезпечними при маніпулюванні свідомістю аудиторії.

Важливу роль у визначенні інформаційних пріоритетів має формування «порядку денного», тобто місця розташування новин. Зрозуміло, що найголовніші події дня мають подаватися на початку випуску. Часто цей принцип порушується і глядач отримує спотворене уявлення про пріоритетність подій у країні та світі.

На українських каналах часто використовується також прийом «підтасовування карт», коли журналісти пересмикують поняття, події, фігури, вводячи цим аудиторію в оману.

Майже на всіх каналах широко використовується прийом «останнє слово», тобто після повідомлення про протилежні позиції журналіст насамкінець викладає позицію тільки однієї із сторін, «забуваючи» про другу.

На жаль, ми спостерігаємо майже повну відсутність дебатів на українських каналах. Робота ведеться переважно на основі «напівдебатів», коли слово надається тільки представникові однієї сторони конфлікту. Звичайно, це порушує права глядача на об'єктивну інформацію.

Інколи використовується прийом сарказму та іронії. Важливі події представляються смішними та неістотними. Зрозуміло, що в цьому разі права аудиторії на інформацію також порушуються.

Інколи журналісти повністю ідентифікують себе з однією із сторін конфлікту та здійснюють прямі атаки на протилежну сторону. Однак найчастіше ми спостерігаємо техніку, коли журналіст під прикриттям «фальшивого нейтралітету» здійснює приховані атаки проти опонентів «правильної» точки зору.

Одним із способів маніпулювання інформацією є компромат, особливо в періоди політичних протистоянь. Взагалі, суспільство має знати про політиків усе, що стосується виконання ними своїх обов'язків. Однак загроза компромату в тому, що він представляє особу з одного боку та часто містить повністю або частково неправдиву інформацію.

Висновки



У журналістиці є дозволені та недозволені методи прихованого збирання інформації.

До дозволених належить так званий метод «маски». Журналіст здійснює приховане спостереження, не відкриваючи свій фах та завдання. Використання цього методу має бути обґрунтоване серйозними причинами: тим, що відкритими методами суспільно важливу інформацію здобути не вдається. Крім того, при використанні методу «маски» слід обережно ставитися до оприлюднення інформації, щоб не завдати невідповідної шкоди тим людям, які оточували журналіста, сприймаючи його за представника іншої професії.

Грубим порушенням журналістської етики та професійних стандартів є фабрикування інформації. Це взагалі ставить порушника за межі професії. Журналіст не має права вигадувати події. Він лише фіксує та аналізує те, що дійсно відбулося.

Особливим різновидом порушення вимог журналістської етики та законодавства є плагіат. Це порушення авторського права небезпечно ще й тим, що вводить в оману аудиторію стосовно справжнього автора матеріалів, а також брутально порушує права журналістів, що є авторами матеріалів.

Ще однією прямою загрозою інтересам аудиторії є маніпулювання інформацією. На жаль, в цій сфері Україна має сталі традиції. Маніпулювання є абсолютно неприпустимим, оскільки порушує право аудиторії на отримання збалансованої інформації про всі актуальні події. Мас-медіа, що регулярно маніпулюють інформацією, неминуче втрачають довіру аудиторії.

Однією з форм маніпулювання є використання компромату. Ці односторонні та часто сфабриковані відомості мають на меті скомпрометувати людину, причому не дають їй можливості для виправдання. Журналіст, будучи знарядом з використання компромату, стає інструментом у спробах маніпулювання громадською думкою.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА



- Берлин М.* Пособие по преподаванию журналистской этики. (pri.iip.net/forjour/vbibl.htm)
- Здоровега В. Й.* Вступ до журналістики. — Л., 1994.
- Здоровега В.* Теорія і методика журналістської творчості. — 2-ге вид. — Л., 2004.
- Капелюшний Л.* Жертовна кров: Дайжест-дослідження. — К., 2004.
- Приступенко Т. О.* Теорія журналістики, етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. — К., 2004.
- Різун В. В.* Маси: Тексти лекцій. — К., 2003.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ



1. Що таке приховане спостереження?
2. У яких випадках журналіст може використовувати метод «маски»?
3. Чому не можна фабрикувати новини?
4. Чому для дезінформації часто використовують мережу Інтернет?
5. Які наслідки може мати оприлюднення вигаданої інформації?
6. Що таке плагіат і чому він неприйнятний у журналістиці?
7. Яке покарання несуть винні в плагіаті журналісти?
8. Які прийоми маніпулювання інформацією ви можете назвати?
9. У чому полягає небезпека маніпулювання інформацією?
10. Що таке компромат і чому його використання неприпустиме?

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ



Створіть так званий портрет (обсягом 4–9 сторінок) і оцініть рівень професійної етичності відомого українського журналіста за його публікаціями.