

ЗОШТО Е ВАЖЕН ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ

ЗА ПОДОБРО РАЗБИРАЊЕ НА ЗНАЧЕЊЕТО
И НА РИЗИЦИТЕ ЗА МЕДИУМСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ



South East European
MEDIAOBSERVATORY

КАКО СЕ ДЕФИНИРА МЕДИУМСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ?

Со цел да се осознае целиот склоп на квалитети на медиумскиот сектор што е од суштинска важност за неговата способност да им служи на јавниот интерес и на демократијата, истражувањето, спроведено во рамките на проектот „Медиумска опсерваторија на Југоисточна Европа“, го воведува поимот „медиумски интегритет“. Овој поим означува дека медиумите и новинарството го заштитуваат јавниот интерес.

Медиумскиот интегритет опфаќа неколку квалитети на медиумскиот систем - политики, структури и практики во медиумската сфера и нивните меѓусебни односи - коишто овозможуваат медиумите да бидат во служба на јавниот интерес и на демократските процеси, притоа демонстрирајќи во нивните активности и содржина:

слобода и независност од конкретните/специјални приватни или владини интереси;

транспарентност на сопствените активности и интереси, вклучувајќи јасно обелоденување на изложеноста или зависноста од конкретни приватни или владини интереси;

посветеност и почитување на етичките и професионалните стандарди, и

одговорност и отвореност кон граѓаните.

Медиумскиот интегритет поконкретно се однесува на способноста на медиумот да:

обезбедува прецизни и проверени информации за граѓаните без да биде зависен од конкретни/специјални приватни или владини извори, или да има клиентелистички односи со нив, или да им служи, и

осигурува дека граѓаните имаат пристап и се во состојба да презентираат широк спектар мислења и ставови без да бидат изложени на предрасуди или на пропаганда.

Медиумскиот интегритет, исто така, го претпоставува капацитетот на новинарите и на другите медиумски професионалци да се:

придржуваат кон професионалната автономија и стандарди, демонстрирајќи посветеност да му се служи на јавниот интерес наспроти врските и практиките што ја корумпираат и ја инструментализираат професијата за конкретни/специјални приватни или владини интереси.

Овој капацитет вклучува транспарентност во однос на зависноста од конкретни интереси и извори, како и заложба на новинарите да се заштитат професионалните стандарди во вакви околности.

КОИ СЕ РИЗИЦИТЕ ЗА МЕДИУМСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ?

Применувајќи го холистичкиот пристап и адаптирајќи ја рамката за анализа базирана врз ризици, методологијата на истражувањето, спроведено во рамки на Медиумската опсерваторија на Југоисточна Европа, посочи четири ризични зони за медиумскиот интегритет:

развојот на медиумските политики и имплементацијата,

медиумските структури (сопственоста, финансиите и јавниот радиодифузен сервис),

новинарите и

новинарските/медиумските практики.

За секоја од овие области се идентификувани специфични ризици за интегритетот на медиумите. Во таа насока, истражувањето на медиумскиот интегритет беше дизајнирано и спроведено со цел да ги објасни моделите на релации и практики, како и актерите кои што се важни за да се разбере како специфичните ризици за интегритетот на медиумите се манифестираат во секоја држава опфатена во истражувањето.

1 ОБЛАСТ НА РИЗИК ВРЗ ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ: РАЗВОЈ И ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА ПОЛИТИКИТЕ

РИЗИЦИ

Стратегија за развој и реформа на медиумскиот сектор не е усвоена или недостига поддршка за нејзината операционализација поради судирот на одредени интереси. Во вакви околности преовладуваат делумни интервенции во медиумската политика, следејќи конкретни интереси што преовладуваат во одредени периоди.

Мерките и механизмите на медиумската политика се изработуваат без претходни анализи, стратегии и јавни консултации бидејќи постапката на усвојување не се потпира врз знаењето и јавниот интерес, туку врз конкретни политички или деловни интереси на определени групи.

Механизмите на медиумската политика (вклучувајќи ги и регулаторните механизми) и нејзините мерки се воведуваат врз основа на модел што е наметнат со намера да се задоволат барањата на надворешните чинители, без соодветна анализа и јавни консултации или обсири кон состојбата и јавниот интерес во конкретната земја.

Механизмите на медиумската политика, вклучувајќи ги регулативите чијашто цел се транспарентноста, спречувањето на концентрациите и медиумската независност, не се доразвиени, содржат недоследности или не се делотворни, што укажува на други интереси на доминантни политички и приватни бизнис-групи за да се избегнат ефикасните политички механизми во таа област.

Медиумските закони често се менуваат, им недостигаат конзистентност и оперативни решенија. Нивото на имплементација е прениско. Измените во медиумската регулатива соодветствуваат со промените во Владата. Усвојувањето на медиумската регулатива не е прашање на јавна дебата и политички консензус, туку е предмет на високо ниво на политичка поларизираност и конфликти. Ваквите околности прават законодавниот процес да биде заложник, а самите медиуми да бидат инструмент на конкретни (спротивставени) политички и приватни интереси.

Институциите задолжени за креирање на медиумската политика (и телата, службените и формалните претставници на јавноста во ваквите тела) немаат доволно капацитет да ја развиваат медиумската политика (капацитети за собирање податоци, за изработка или нарачка на анализи, развој на стратегии, регулативи и мерки „што се потпираат на знаење и визија“; недостигот од капацитети вклучува и мал број службени лица, недоволна компетентност итн.) или нивните капацитети не наидуваат на слух кај владејачките политички групи. Компетентните лица со интегритет што се вработени во владините или во регулаторните тела задолжени за медиумите се изложени на притисоци и кампањи како резултат на конкретни политички и приватни интереси.

Институциите, телата и службените лица што ја креираат медиумската политика, како и процедурите, се цел на контрола и влијание од страна на конкретни политички или приватни интереси на одредени групи (вклучително и на одредени политички партии), наспроти генералните интереси на јавноста. Главните чинители во развојот на медиумската политика се клучни за одредени политички и приватни интереси, честопати по принципот „*quid pro quo*“ („ова за тоа“, „услуга за услуга“).

Независните, невладините и некомерцијалните чинители, како и граѓаните, се исклучени од процесот на развивање и усвојување на медиумската политика. Таквите чинители не се самоорганизирани и немаат институционални капацитети и иницијатива за учество во процедурите и во јавните консултации.

На политичарите во Владата и Собранието што се задолжени за медиумската политика и за нејзиното спроведување им недостига компетентност на полето на медиумите или имаат директно или индиректно спротивставени интереси на тоа поле.

Воведувањето нови механизми за политиките и за законските одредби не е проследено со развој на нови институции што би биле во состојба да ѝ дадат поддршка на нивната имплементација, ниту со јакнење на капацитетите на постојните установи да одговорат на таквите задачи.

Регулаторните тела во медиумската сфера немаат моќ (*de iure* и/или *de facto*) или не им се дадени можности да ги зајакнат своите капацитети и компетенции за да можат да дејствуваат во интерес на јавноста.

Регулаторните тела на управувачко и одлучувачко ниво се под контрола или влијание од одредени владини или приватни интереси. Постапката на именување и самиот состав на управните тела на медиумските регулатори остава простор за влијанија од одредени политички или приватни деловни интереси, а не и за интересите на јавноста.

Дејствата и одлуките на регулаторите не се транспарентни, пристапот до информациите во однос на нивните одлуки и документи, вклучувајќи ги и финансиите, не се дава на начин да ѝ се овозможи на јавноста да ја следи нивната работа и улога.

Одлуките на регулаторните тела во поглед на издавањето лиценци или фреквенции (спектар) или на воведувањето мерки согласно со сопствените овластувања за надзор и санкционирање се скроени за да им служат или се под влијание на конкретни политички или приватни интереси.

Изработката на медиумските политики во однос на приватизацијата најмногу е под влијание од конкретни приватни и политички интереси, што придонесува контролата врз важните медиумски ресурси (во поглед на финансиската и симболичната вредност) да се користи за потребите на ваквите интереси и/или да биде уништена од ваквите интереси.

Независните државни тела, како што се народниот правобранител, комесарот за информации, телото за спречување корупција и/или независното тело задолжено за надзор над државниот буџет и јавните расходи, немаат доволно правна основа, компетенции, капацитети и овластување за да се ангажираат и да интервенираат во областа на медиумските политики и медиумскиот сектор како таков.

Не се развиени тела и механизми за саморегулација или им недостигаат овластувања и влијание поради поларизацијата во новинарската и во медиумската заедница.

Телата и механизмите за саморегулација немаат доволно ресурси поради недоволниот интерес и поддршка од политички инструментализираните и поларизирани новинари и медиумската заедница.

2 ОБЛАСТ НА РИЗИК ВРЗ ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ: МЕДИУМСКИ СТРУКТУРИ И УСТАНОВИ

2.1 СОПСТВЕНИШТВО НА МЕДИУМИТЕ

РИЗИЦИ

Сопствеништвото во медиумите не е транспарентно. Дури и кога се познати формалните сопственици, се кријат податоците за вистинските сопственици и/или за изворот на инвестициите.

Сопственоста над медиумот не се стекнува и не е поттикната од стратегиски бизнис- интереси на медиумскиот пазар, туку од политички интереси за контрола и користење на медиумите за промоција на сопствената агенда и за дисквалификација на политичката агенда на спротивната страна, или од конкретни бизнис-групи што ги користат медиумите во клиентелистички односи со политичките групи (во потрага за најразлични „ренти“ и концесии).

Доминантните медиумски сопственици на националните и на локалните пазари ги користат медиумите за промовирање на сопствената агенда и за дисквалификација на политичката агенда на спротивната страна и/или за клиентелистички односи со различни политички групи.

Шемите на сопствеништво во медиумите овозможуваат широка инструментализација на медиумот за конкретни политички интереси и судири или за конкретни приватни бизнис-интереси што ги занемаруваат јавниот интерес и демократската улога на медиумите.

Сопствеништвото на медиумите - по хоризонтала, вертикала или дијагонала - е сконцентрирано во рацете на (мал број) политички или бизнис-групи, за да им послужи на нивните конкретни политички и приватни интереси, без да се земе предвид демократската улога на медиумите и јавниот интерес во медиумите.

Медиумите во државна сопственост (целосно или делумно) на национално и локално ниво се управувани и финансирани за да им служат на конкретни политички и бизнис-интереси на владејачките политички групи. Ова се отсликува во именувањето на клучните фигури и во уредувачката политика. На таквите медиуми понекогаш им се одземаат ресурсите (инфраструктурата, зградите, капиталот, професионалните капацитети) или ресурсите им се занемаруваат или се префрлаат во приватни структури, што државниот медиум го доведува до финансиски и професионален колапс.

Приватизацијата на медиумите во државна сопственост се спроведува на нетранспарентен начин и/или на начин со кој се осигуруваат конкретни политички и приватни интереси со цел да се стекнат ресурси, контрола и влијание врз база на политички врски и клиентелизам.

Приватизацијата на државните медиуми е забавена или блокирана со цел да се одржи контролата и влијанието на конкретни политички групи и интереси преку финансиски инструменти и именување клучни фигури.

Новинската агенција што има доминантната позиција на пазарот е во сопственост на државата, нејзината раководна структура, функции и уредувачка политика се под влијание на интересите на конкретни политички групи во Владата, и клучниот персонал се именува врз база на политичка припадност.

Странските сопственици на медиумите, вклучително и транснационалните (западните) медиумски корпорации, учествуваат и даваат свој придонес во ризиците врз медиумскиот интегритет, интегрирајќи ги своите структури, активности, одлуки и практики во нетранспарентноста, политичката инструментализација и клиентелизмот во нашите земји, како и во непочитувањето на правните и етичките правила.

Банките имаат голема контрола врз медиумите, најмногу преку должничкиот капитал на медиумските сопственици, со тоа давајќи им клучна важност на политичките и на бизнис-интересите на конкретните групи што ги контролираат банките.

Организираните криминални и криминалните групи се скриени сопственици на медиумите, кои интервенираат во јавната и политичката комуникација со контроверзна содржина базирана на сопствени интереси.

Тајните служби се кријат зад формалното/лажното медиумско сопствеништво, интервенирајќи во јавната и политичката комуникација со контроверзна содржина базирана врз скриените интереси на конкретни политички и бизнис-групации.

Сопствениците на медиумите основани или одржани со донаторска поддршка, кои во почетокот на „медиумската демократизација“ обезбедиле донации за да се зајакне демократската улога на медиумите и да се подобри пристапот на граѓаните кон независните вести и анализи, се обидуваат да ги инструментализираат медиумите за конкретни политички или приватни интереси или да им ги продадат на нови сопственици што им служат на таквите интереси.

Сопствеништвото во непрофитни, невладини, алтернативни и медиуми во заедницата што нудат вести и анализи, како и јавен простор за дебатирање без зависност или влијание од локални/национални политички и деловни интереси, се потпираат на слаби и нестабилни организациски и финансиски структури и зависат од поддршката што се потпира на проекти од меѓународни донатори со свои агенди.

Сопствеништвото во медиумите на етничките малцинства се инструментализира за конкретни политички и бизнис-интереси на доминантните политички групи во рамките на таа етничка група, со што се намалуваат партиципаторниот и демократскиот потенцијал и улогата на овие медиуми.

Новите медиуми се отвораат со нетранспарентни податоци за сопствеништвото и изворот на инвестицијата, а нивната работа укажува дека таквата инструментализација се користи за конкретни деловни и политички интереси.

Повлекувањето или колапсот на медиумските куќи не е резултат на неуспехот на конкурентскиот медиумски пазар, туку на структурите и релациите на клиентелизам со кои се оневозможуваат регуларни деловни активности и конкуренција.

2.2 ФИНАНСИРАЊЕТО НА МЕДИУМИТЕ

РИЗИЦИ

Податоците за финансиите во медиумите не се транспарентни. Медиумските компании ги кријат изворите на приходи.

Медиумите функционираат и покрај недоволните законити извори на приход.

Трошоците за медиумската продукција се кријат, како и податоците за бројот, структурата, работниот статус и платите на вработените.

Клучните податоци што влијаат врз финансиите во медиумите на конкурентниот медиумски пазар и транспарентноста на медиумскиот бизнис не се достапни или не се веродостојни. Тука се вклучени податоците за тиражот, претплатите, продадените примероци, тиражот на печатените медиуми; податоците за рејтингот и аудио и ТВ-гледаноста, податоците за единечни посети на интернет-медиумите, податоците за вкупните износи на пазарот за огласување и акциите итн. Не е даден механизам за проверка на овие податоци преку веродостојна методологија и независен надзор како инструмент за саморегулација и транспарентност од страна на медиумската индустрија. Агенциите што изработуваат вакви податоци се од клучна важност за одредени интереси.

Огласите во медиумите се дистрибуираат директно или преку рекламни агенции и/или агенции купени од медиумите врз база на политичката припадност или клиентелистичките односи.

Државното огласување, вклучително и рекламирањето на јавните претпријатија и органите на власта на национално, регионално и локално ниво, како и огласувањето на тендери, се прават на нетранспарентен начин и зависат од конкретните политички и бизнис-интереси на владејачките политички групи.

Државното огласување е несоодветно распределено во корист на медиумите што се поврзани/или поддржуваат политички групи во Владата. Критички настроените медиуми не добиваат реклами од државните установи/компани, независно од гледаноста.

Рекламирањето на државата, спонзорствата, промотивните кампањи и другите финансиски приливи од државниот буџет на национално или локално ниво до медиумите претставуваат значителен дел од севкупниот пазар на рекламирање.

Државните даночни политички мерки насочени кон медиумите се искористени од владејачките политички групи како инструмент за казнување или наградување на конкретни медиуми, или на некои нивни потсектори, врз основа на политичките и деловните интереси на владејачките политички групи.

Државната помош за медиумите (на пр. субвенциите) ниту е соодветно регулирана, ниту е транспарентна, но е под политичко влијание.

Банкарските заеми, отплатата на долгови и другите банкарски аранжмани им се доделуваат на медиумите врз база на политичката припадност или клиентелистичките релации.

Приходите на медиумите од претплатата и/или бројот на продадените копии, т.е. делот на директните потрошувачки односи со граѓаните, сочинуваат мал дел од приходот.

Медиумската поддршка на донаторите во почетокот на „медиумската демократизација“ даде значителен придонес кон јакнењето на капацитетите и функционирањето на медиумите што се посветени на јакнење на демократијата, човековите права и еднаквоста, но беше прекината и не е заменета со приходи од граѓаните/корисниците на други извори што им се посветени на истите вредности. Следствено на тоа, ваквите

медиуми се оставени на извори на приход и влијанија поврзани со определени приватни бизниси и политички интереси, без обзир кон таквите вредности.

Истражувачкото новинарство, чија цел е разоткривањето на ваквите клиентелистички и коруптивни практики и врски и на несоодветното постапување од страна на центрите на моќ, не добива никаква финансиска поддршка од медиумите, ниту од кој било независен извор од земјата, туку одвреме-навреме добива поддршка од меѓународни донатори.

2.3 ЈАВНИОТ РАДИОДИФУЗЕН СЕРВИС

РИЗИЦИ

Составот на управните тела на јавните радиодифузни куќи, процедурите и механизмите за именување и разрешување на нивните членови, како и на клучниот раководен и уреднички кадар, овозможуваат доминантно влијание од Владата и/или од одредени политички групи врз уредувачката и деловната политика на јавните сервиси.

Клучниот управен и уреднички кадар се менува со сменувањето на власта.

На јавните радиодифузни сервиси им недостигаат доволни, соодветни и конзистентни финансиски и други ресурси.

Распределбата на финансиските ресурси на јавните сервиси не се врши врз основа на транспарентни и објективни критериуми и процедури.

Владата е таа што одлучува за износот на радиодифузната такса без јавна расправа по тоа прашање. Значителен дел од буџетот на јавните сервиси отпаѓа на директно финансирање од Владата.

Владите се тие што одлучуваат за платите на новинарите и на другите вработени во јавните сервиси.

Договорите на јавните радиодифузери, како и другите аранжмани што се однесуваат на продажбата, огласувањето, копродукциите и набавката на независна продукција, не се потпираат врз транспарентни и објективни критериуми и процедури. Ваквите договори се потпираат врз конкретни деловни и политички интереси, како и врз клиентелизам.

Финансиските извештаи и располагањето со ресурси на јавните сервиси не се соодветно и независно контролирани и не се воспоставени механизми на финансиска отчетност или тие се неефикасни.

На јавноста не ѝ се достапни транспарентни и одговорни податоци за финансиските ресурси и за работата на јавниот сервис.

3 ОБЛАСТ НА РИЗИК ВРЗ ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ: НОВИНАРИ

РИЗИЦИ

На новинарите им недостигаат капацитети (во смисла на поединечни компетенции, образование и вештини и во однос на институционалните и хоризонталните форми на професионална социјализација) за да им се спротивставуваат на структурите и релациите што ја попречуваат демократската улога на медиумите.

Новинарите што се конфронтираат и ги обелоденуваат релациите, случаите и актерите во клиентелизмот, корупцијата и криминалот во политиката и во бизнисот, вклучувајќи ги медиумите, се изложени на најразлични форми на притисок, закани, напади и насилство.

Новинарите ја преземаат улогата на клиенти на политичките и на бизнис-спонзорите во замена за различни добра и привилегии. Ваквите практики ја земаат формата на пристрасно известување и пропаганда во врска со политички и бизнис-прашања.

Уредниците се именуваат независно од професионалните компетенции и интегритет, туку врз база на нивната политичка припадност, лојалност и врски со конкретни политички и бизнис-интереси на сопствениците на медиумите. Уредниците не ги разоткриваат и не се соочуваат со нив, туку им служат на деловните интереси.

Доколку уредникот разоткрие и се спротивстави на определени деловни и бизнис-интереси што го инструментализираат медиумот, уредникот бидува сменет.

Поларизираноста помеѓу новинарите одразува политичка поларизираност и новинарите дејствуваат како неформални портпароли на спротивставените политички блокови.

Ниска е професионалната солидарност кај новинарите. Бројот на новинарите организирани во здруженија и синдикати во поединечните медиуми е многу мал на локално, регионално и на меѓународно ниво.

Работничките и професионалните права на новинарите не се соодветно заштитени преку инструментите за саморегулација (пр. колективни договори).

Сигурноста на работните места во новинарството е ниска, новинарите работат во несигурни услови без регулирани договори, работничките права и платите им се намалуваат, што влијае врз релациите на зависност и отстапките кон работодавците и нивните политички или бизнис-спонзори.

Истражувачкото новинарство нема поддршка да се соочува или да поддржува различни форми на притисок и цензура во рамките на сопствените медиуми, бегајќи кон самовработеност, повремена финансиска помош од меѓународни донатори и форми на публикување на сопствениот труд надвор од најпопуларните медиуми.

4 ОБЛАСТИ НА РИЗИК ВРЗ ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ: НОВИНАРСКИ И МЕДИУМСКИ ПРАКТИКИ

РИЗИЦИ

Низок е степенот на придржувањето кон медиумската етика и другите нормативни инструменти.

Политичката пристрасност во известувањето е честа практика на јавните службеници и приватните медиуми, со тоа што се изложени на влијание и контрола на одредени политички и бизнис-интереси и групи.

Медиумската содржина е високополитизирана, што ја одразува нејзината инструментализација за спротивставување на политичките и партиските интереси; таа исто така ги одразува доминантните форми на социјално организирање и распределување на социјалната моќ и ресурси што се базирани врз клиентелизам и се посредуваат преку политичките партии.

Улогата на медиумите во обезбедувањето јавен простор за рационална политичка дебата и преговори по заеднички социјални прашања со учество на широк спектар политички гледишта и на различни актери во општеството е заменета со севкупна комерцијализација, како и шаблони на известување, пакување на вестите и содржински формати базирани на персонализација, драматизација и тривијализација на политиката и социјалните прашања, најчесто преку „за“ и „против“ формати што ги отсликуваат политичките конфликти и поларизации, а ги игнорираат сложеностите.

На медиумската агенда доминираат прашања и настани поврзани со критикување на конкретни политички и деловни интереси.

Медиумите играат важна улога во блокирањето, погрешното претставување и оцрнувањето на историската меморија, меморијата за значајните социјални искуства од скорашната историја, којашто е клучна за способноста на граѓаните да ги сузбиваат новите форми на хегемонистички идеологии.

Застапеноста на етничките, верските, половите и другите малцинства, како и родовата застапеност во медиумите, предизвикуваат и одржуваат форми на социјално организирање, распределба на улоги и ресурси во општеството што се базираат на социјална исклученост, нееднаквост и доминација на конкретни политички и економски интереси.

ОВАА ПУБЛИКАЦИЈА ја објаснува методологијата на истражувањето спроведено во рамки на регионалниот проект „Медиумска опсерваторија на Југоисточна Европа – градење капацитети и коалиции за мониторирање на интегритетот на медиумите и за унапредување на медиумските реформи“ во 2013/2014. Резултатите од истражувањето се објавени во публикацијата „Зошто е важен интегритетот на медиумите – враќање на јавниот интерес во работата на медиумите и во новинарството.“ Повеќе информации и слободен пристап до книгата може да најдете на **WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET**.

©2015 Мировен институт, Институт за современи социолошки и политички студии, Лубљана, Словенија **ИЗДАВАЧ** Мировен институт, Институт за современи социолошки и политички студии, Метелкова 6, 1000-Лубљана, Словенија **АВТОР** Бранкица Петковиќ **ПРЕВОД ОД АНГЛИСКИ ЈАЗИК** Лина Данова, Љубинка Брашнарска **ПРОЕКТ** Медиумска опсерваторија на Југоисточна Европа - градење капацитети и коалиции за мониторирање на медиумскиот интегритет и и унапредување на медиумските реформи **[HTTP://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET](http://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET)**.



Оваа брошура е издадена со финансиска поддршка од Европската Унија. За содржината на брошурата се одговорни издавачот и авторот и во никој случај не може да се смета дека таа ги одразува ставовите на Европската Унија.