

ЖУРНАЛИСТИКА БЕЗ МАСКИ*

2020 Г. – ГОДИШНО ИЗСЛЕДВАНЕ ЗА СВОБОДАТА НА СЛОВОТО В БЪЛГАРИЯ

*ЗАГЛАВИЕТО НА ДОКЛАДА АКЦЕНТИРА ВЪРХУ ОТКРИТАТА, ЧЕСТНА ЖУРНАЛИСТИКА В ЕДНА НЕОБИЧАЙНА СИТУАЦИЯ. ПО НИКАКЪВ НАЧИН ТО НЯМА ОТНОШЕНИЕ КЪМ ДЕБАТА ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЛИЧНИ ПРЕДПАЗНИ СРЕДСТВА.



АСОЦИАЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ЖУРНАЛИСТИ – БЪЛГАРИЯ (АЕЖ-БЪЛГАРИЯ)

СТАТИСТИЧЕСКА ОБРАБОТКА – СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ „АЛФА РИСЪРЧ“

АВТОР: Д-Р ИЛИЯ ВЪЛКОВ



УСЕЩАНЕ ЗА СВОБОДА

Като „развитие в застой“ може да се опише медийната среда в България през 2020 г. Оценките, които дават участниците в петото проучване за усещането за свобода на словото в страната, направено от АЕЖ-България, остават почти непроменени от 2015 г. насам. Почти всеки втори български журналист дава оценки „лоша“ и „много лоша, а „отлична“ – едва 3%.

През 2020 г. се регистрира сериозно увеличаване на културата на натиска. Ако през 2017 г. има леко подобрене – след негативните резултати две години по-рано, то сега се наблюдава опасен ръст.

Външният натиск от политически лица върху медиите не само че не си е отишъл, не е намалял, но и е сравнително двойно по-голям от другите центрове на влияние върху медийното съдържание – икономически субекти, рекламодатели, държавни и общински институции.

Автоцензурата и самоограниченията, които си налагат журналистите в ежедневната си работа, са се превърнали в тревожна, неписана норма. А в извънредни ситуации и периоди на несигурност те стават още по-видими.

Мерките срещу медийната концентрация и разпространение на печатните издания продължават да се виждат като инструмент за подобряване на медийната среда в страната. Все повече надежда се възлага на алтернативните форми на журналистика (медии, които предлагат различен и по-задълбочен прочит на събитията, търсят независимо финансиране от дарения и месечни такси на потребители и т.н.). А регионалните медии са вече „заstraшен вид“.

КАК ОЦЕНЯВАТЕ СВОБОДАТА НА СЛОВОТО В БЪЛГАРИЯ ?

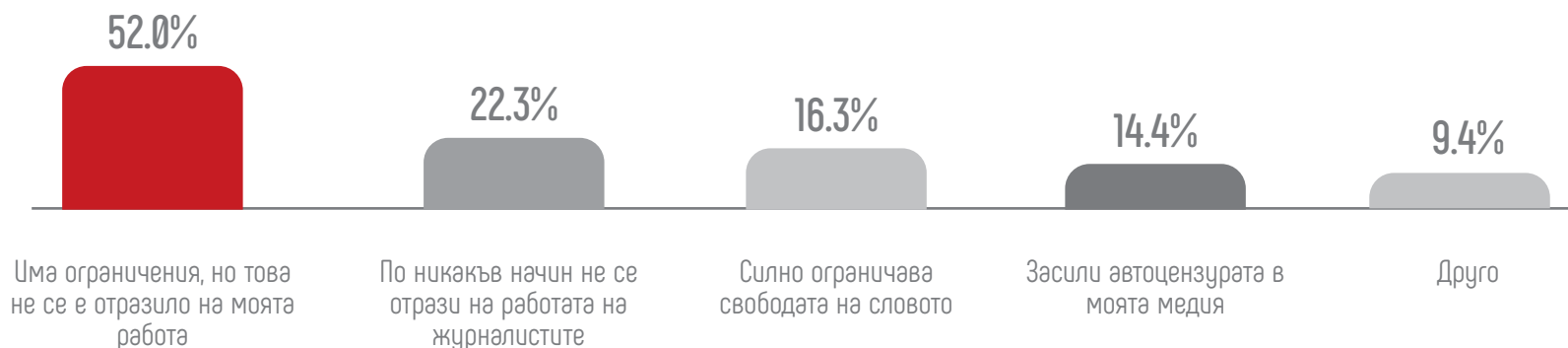
	2011 г.	2013 г.	2015 г.	2017 г.	2020 г.
Отлична	4%	0.59%			3%
Добра	4%	5.3%	5.6%	4.5%	5.9%
Средна	36%	28.9%	31.5%	25.3%	32.2%
Лоша	43%	65.09%	42.0%	42.4%	37.6%
Много лоша	1%		21.0%	27.8%	21.3%

За първи път тази година АЕЖ-България включва в своето проучване и два нови индикатора – отношението на държавни и общински институции към критичната журналистика и ефектите на коронавирусната пандемия върху медиите и работната среда в редакциите.

Наблюдава се притеснителна тенденция държавни институции да отказват да предоставят информация или да демонстрират различно, пренебрежително или арогантно отношение към критични медии. Над 80% от анкетираните журналисти заявяват, че са били обект на подобно отношение „често“ или „понякога“.

Пандемията от коронавируса се е отразила не само върху финансовото състояние на медиите, но се е наложила промяна в режима на работа на журналистите. В анкетите се отбелязват и случаи на свръхнатоварване. Всеки втори респондент (52%) вижда ограничения върху свободата на словото от приложените мерки по време на извънредното положение, обявено през март 2020 г. Пандемията силно ограничава свободата на словото, смятат 16,3%, а за малко над 14,4% тя е засилила автоцензурата. Ограниченията не са се отразили само на 22,3% от участниците в анкетата.

КАК ПАНДЕМИЯТА ОТ КОРОНАВИРУС ВЛИЯЕ НА СВОБОДАТА НА ИЗРАЗЯВАНЕ?



МЕТОДОЛОГИЯ

Проучването е с национален обхват. Не е представително. Данните се набират чрез онлайн анкета, която се попълва доброволно. През 2020 г. се запазва тенденцията в допитването да се включат голям брой журналисти и медийни експерти. Ако през 2017 г. участниците са 200, то през 2020 г. те са 204-ма. Анкетата бе отворена на 3 май и затворена на 10 юни. Отговорите на въпросите се попълваха единствено онлайн – през сайта на АЕЖ-България.

Подобно на останалите четири проучвания досега, и през тази година въпросите са насочени към оценка на медийната среда в България, независимостта и условията на работа, проблемни области като вътрешен и външен за медиите натиск, автоцензура, условия на труд. Една от основните цели на допитването е да бъде дадена моментна картина на медийната среда в България, нивата на усещането за свобода на словото в България, самооценката, която правят журналистите за своята работа.

Анонимността на участниците е напълно гарантирана. Информацията от проучването се използва в обобщен вид за всички участници. По време на провеждане на допитването е осигурена защита от евентуални онлайн атаки и опити за манипулации.

ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ НА УЧАСТНИЦИТЕ

Най-голямата възрастова група участници в анкетата е на възраст между 30-40 години (32,2%), следвана от 40-50-годишните (24,3%). Поравно – 17,8%, са разпределени респондентите до 30 г. и над 60 г. По традиция жените са повече от мъжете – 54,4% към 45,5%. Мнозинството от респондентите – над 75%, имат висше образование, като 53% имат и завършена магистратура. Докторска степен са посочили 8,9%, а средно и полувисше образование са посочили съответно 3% и 5% от анкетираните. Близо 70% от респондентите работят в медиите повече от 10 години, а един на четирима е с утвърден опит между 2 и 10 години.

Графика 1

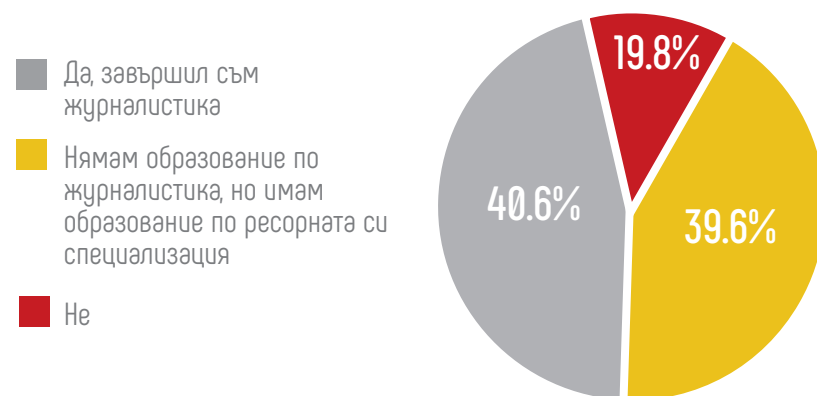
ОТ КОЛКО ГОДИНИ РАБОТИТЕ В СФЕРАТА НА МЕДИИТЕ?



Все повече намаляват журналистите с журналистическо образование. Ако през 2017 г. 46% от анкетираните посочват, че са завършили журналистика, то три години по-късно те са 40,6%, а тези, които имат образование по ресорната специализация, увеличават своето присъствие в анкетата до 39,6% (Графика 2). Тази промяна е любопитен индикатор, който е редно да се вземе под внимание от университетите, в които се преподава журналистика.

Графика 2

ИМАТЕ ЛИ ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПО СПЕЦИАЛНОСТТА ЖУРНАЛИСТИКА ИЛИ ДРУГА СВЪРЗАНА СПЕЦИАЛНОСТ?



РЕДАКЦИОННА МОБИЛНОСТ

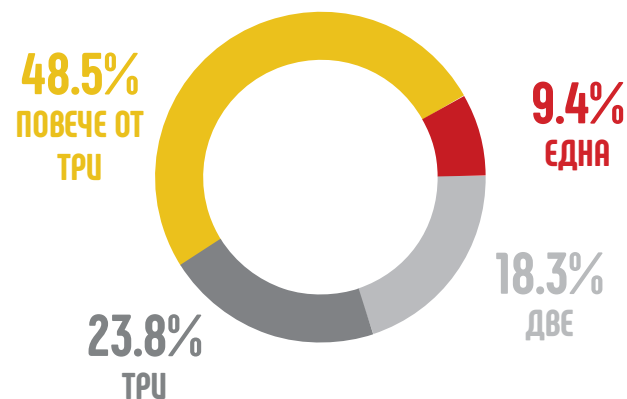
Въпросите, свързани с редакционната мобилност – честата смяна на работното място, годините професионален опит и задържане в журналистическата професия, са индикатор за стабилността на трудовата среда в медиите (заплащане, трудово-правни отношения...).

Проблемите в медийната среда, орязване на щатни места, увеличаването на натовареността в редакциите, отливът на рекламни приходи и намаляване на заплащането, западащите професионални стандарти – всички тези фактори принуждават журналисти с опит да търсят друга професионална изява в пиара или извън сферата на публичните комуникации.

Остава висок процентът на журналистите, които към момента на проучването са работили в три и повече от три медии. Изследването през 2015 г. също регистрира тенденцията в журналистическата професия да се сменят три и повече редакции за период от 10 години. Ако през 2017 г. тази група формира мнозинство (71,7%), то през 2020 г. това присъствие се запазва (графика 3).

Графика 3

ИМАТЕ ЛИ ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПО СПЕЦИАЛНОСТТА ЖУРНАЛИСТИКА ИЛИ ДРУГА СВЪРЗАНА СПЕЦИАЛНОСТ?



Централизацията на медийната среда в София вече се е превърнала в устойчива тенденция. Ако през 2015 г. двама от трима бяха посочили, че работят в столицата, през 2017 г. те са трима от четирима, или 76.3%. През 2020 г. резултатите се приближават до тези преди три години. Близко 70% са посочили, че работят в София, 25,7% в друг областен град (в сравнение с 2017 г. те са малко над 17%).

Голямо мнозинство от 75,7% от участниците са отбелязали, че работят в национална медия, а в регионална – 15,8%. Едва 3% заявяват, че са кореспонденти на национална медия, а 5,4% на международна медия в България. Общият прочит на тези данни показва, че **регионалната журналистика вече е изчезващ вид.**

Нестабилността на медийния пазар и надигащата се световна икономическа криза, ефектите от коронавирусната пандемия дават отражение и върху заплащането на журналистите. Ако преди три години най-голяма група от отговори събираше отговорът: „Няма промяна в нивото на доходите на журналистите“ (36,9%), а оптимистичните нагласи: „Доходите по-скоро се повишиха“, достигнаха 21,1%, то през 2020 г. картината е в далеч по-минорни тоналности.

Мнозина от участниците в допитването отбелязват понижаване на доходите си през последните три години, а всеки трети споделя, че те са без промяна (графика 4). Ако оценката на респондентите върху заплащането в медийната среда е с обратен заряд, то при втория въпрос – как са се променили личните им доходи през последните години, излизат по-добри резултати. Всеки четвърти заявява, че в личен план доходите му са се увеличили (графика 5).

Промяна се наблюдава и в трудово-правния статус. През 2017 г. 52,5% са заявили, че работят на трудов договор. Три години по-късно те са 45,5%. Има леко покачване на броя на журналистите, които работят на срочен трудов договор (3% през 2017 – 4% през 2020 г.), както и тези, които работят на хонорар, а работодателят им не ги осигурява по никакъв начин (9,1% през 2017 г. – 10,4% през 2020 г.). Броят на трудещите се на граждански договор остава почти непроменен – 20,8%.

Графика 4

В РАМКТЕ НА ВАШИЯ ПРОФЕСИОНАЛЕН ОПИТ, КАК СПОРЕД ВАС СЕ ПРОМЕНИ НИВОТО НА ЗАПЛАЩАНЕ НА ТРУДА НА ЖУРНАЛИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ 3 ГОДИНИ?



Графика 5

А КАК СЕ ПРОМЕНИХА ВАШИТЕ ЛИЧНИ ДОХОДИ ПРЕЗ ТОЗИ ПЕРИОД?



„КУЛТУРАТА НА НАТУСК“

Културата на натиск е обобщено понятие, което АЕЖ-България използва вече в няколко свои изследвания. То включва група индикатори – това са форми на „неправомерен натиск“, които организацията определя като „заплаха за физическия, финансов и морален интегритет на журналиста“. Тук се търсят отговори на въпроси дали анкетираният е бил свидетел на неправомерен натиск, или той самият е бил обект на такъв. Има ли неправомерна намеса в неговата работа от ресорен редактор, главен редактор, собственик на медията, рекламен отдел на медията. Има ли случаи на външна намеса в редакционното съдържание от страна на политически, икономически, криминални субекти. В тази група от въпроси се разглежда и проблемът с автоцензурата.

През 2020 г. се регистрира сериозно засилване на културата на натиска. Ако през 2017 г. има леко подобрене след негативните резултати две години по-рано, то сега се наблюдава опасен ръст. През 2017 г. надделяват отрицателните отговори: 52.5% казват, че не са били обект на неправомерен натиск заради работата си, а другата графа е отбелязана от 47.5%. Три години след това показателите се обръщат – 53% отговарят с „да“ срещу 47% с „не“.

Тази негативна тенденция се отразява и на питането за оказван натиск към „колега журналист“. Ако в изследването на АЕЖ-България за свободата на словото през 2015 г. на този въпрос двама от трима (72%) отговаряха положително, а през 2017 г. резултатите се задържаха с много малка разлика (69%), то **през 2020 г. се наблюдава рязък скок с десет пункта – 81% от анкетиранияте са били свидетели на неправомерен натиск върху тежен колега журналист** (графика 6).

Графика 6

БИЛИ ЛИ СТЕ СВИДЕТЕЛ НА НЕПРАВОМЕРЕН НАТУСК ВЪРХУ ВАШ КОЛЕГА ЖУРНАЛИСТ ЗАРАДИ СЪДЪРЖАНИЕТО НА РАБОТАТА МУ?

18.3%
НЕ



81.7%
ДА

И през 2020 г. се запазва усещането сред българските журналисти, участвали в проучването на АЕЖ-България, че намесата в журналистическото съдържание е неизменна част от българската медийна среда. В трето поредно изследване отговорите „по-скоро практика“ и „широко разпространена“ достигат над и около 91%. Така че формите на външна и вътрешна намеса в работата на журналистите не може да се смятат за изолирано мнение или изключение, а са тревожно състояние.

Този извод се потвърждава и от значителния ръст на външните форми на натиск. Ако през 2017 г. „външният натиск“ е оценен на 59%, а „вътрешният“ е посочен от около 65% от респондентите, то три години по-късно има отново видим обрат. „Външният натиск“ върху редакциите става все по-доминираща форма за намеса в редакционното съдържание (Графика 7).

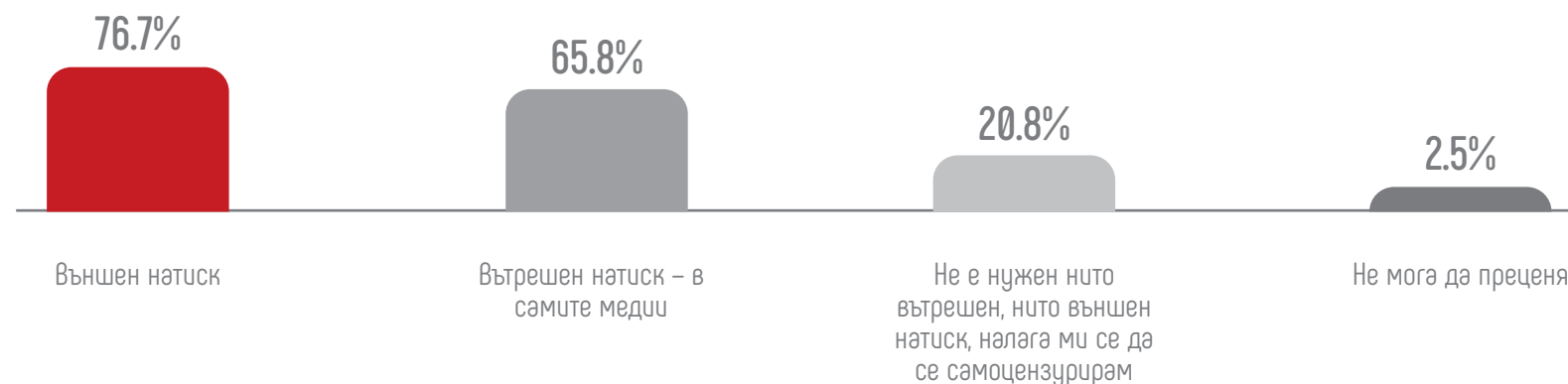
„Вътрешният натиск“ не губи позиции, за разлика от автоцензурата, която се свива с близо 6% спрямо 2017 г. Видимо е, че тези проценти се вливат в отговорите на външната намеса. Ако автоцензурата се смята за форма на самозащита от налагане на вътрешноредакционни санкции като мъмрене, глоби и намаляване на възнаграждението, то това преливане няма добър знак. Напротив, то е изключително тревожно, защото журналистите губят дори и тези съпротивителни сили и донякъде съхранението на своите лични убеждения.

Дори през ситото на автоцензурата – сложните маневри за съобразяване с особеностите на редакционната политика към политически и икономически центрове на власт – все пак има варианти да се промъкне нещо различно и критично през пропускателната мембрана на вътрешната йерархия. Смазващото въздействие на външните фактори обаче намалява тази вероятност.

Така журналистическата работа все повече се превръща в изпълнение на директиви, спуснати отгоре през фунията на редакционната политика, която, както се вижда, все повече се формира отвън.

Графика 7

КОИ СПОРЕД ВАС СА НАЙ-ЧЕСТО СРЕЩАНИТЕ ФОРМИ НА ОГРАНИЧЕНИЕ СВОБОДАТА НА СЛОВОТО (ВЪЗМОЖЕН Е ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР):



Ето какво разказват журналисти, решили да споделят своя опит (Мненията тук и по-надолу се споделят без редакторска намеса):

„Отказ на директор на регионална структура на държавна агенция да бъде записван на публичен брифинг, комуникация с него, че събитието е публично, звънене на въпросния директор до директор на медията, критика уж по друг повод срещу журналиста вследствие на това.“

„Била съм свидетел на натиск над журналисти в медията, в която работя, по повод критични публикации и публикуване на разследвания на фирми, свързани с местната власт. Упражняван е натиск по повод критични публикации, свързани с финансови нарушения от страна на местната власт. Упражняван е натиск и лично върху мен под различни форми.“

„Била съм свидетел на телефонни обаждания от засегнати страни и привикване на колеги за мъмрене от собственик, главен редактор, висшестоящ.“

„Бях наказан да съкратя едно интервю със стачкуващи колеги от друга медия от 5 на 3 минути и текстът ми беше тотално променен, защото според гл. редактор исканията им не били съществени.“

„Бях уволнена от медия, в която работих близо 18 години – от стажант-репортер до зам. главен редактор, заради смяна на собствеността. Конкретна причина – лична съпротива срещу налаганите от новия собственик методи на работа, които нямат общо с журналистическите стандарти.“

„В момента има дело за клевета срещу мен от съдията от Административен съд в С. за това, че съм публикувал информация за подаден сигнал срещу нея във ВСС от лидера на БСП за непрофесионално, необективно и незаконосъобразно водене на съдебно заседание по делото за изборите в село Б. През 2019 г. в. „Отзвук“ бе изгонен от офиса си от кмета на града заради публикувани статии, свързани с обществени поръчки и изпълненията на договорите за чистота.“

„В частната медия, в която работех преди две години, ултимативно са сваляни мои материали и части от новинарски емисии, които не биха се харесали на действащото правителство.“

„Видял съм „закопаването“ на толкова много предавания и водещи, че може и роман да се напише. Основният проблем на българските медии е безсмъртният соцреализъм, който все още властва в тях – „да се разказват приятни неща за началника (собственика) в достъпна за него форма“. Последното за достъпността на формата е все по-трудно.“

„Да, неведнъж. Висш политик преди години заведе съдебно дело срещу мен за сумата от 50 000 лв., тъй като във водещ материал в медията, в която работех през 2008 г., написах, че съответният лидер е уволнил по интернет цялото си общинско ръководство заради несъгласие с него. Преди това от медията, на която бях главен редактор, бях уволнена заради политически натиск. Много мои колеги също са били съдени и заплашвани.“

„Заради мои разследвания два пъти се „оправдавах“ в съда по дела за клевета и уронване на престиж. И двата пъти съдът отсъди в моя полза. Но най-често съм подложена на вербални заплахи и тормоз чрез анонимни профили. Някои са доста стресиращи, действат демотивиращо на работата ми и определено влияят на психическото ми здраве. Ежедневният тормоз от страна на местната Община се изразява в отказване на информация. Само за 2019 г. имам три спечелени дела по ЗДОИ за отказ на информация.“

„Както вече споделих – натискът е основно от рекламодатели. Виждам съм рекламодател да се обажда на главния редактор, за да оспорва написаното в статия, представяща някакъв негов нов продукт или услуга, който се е появил на пазара. Не е постоянна практика, но има случаи, в които медията отстъпва и се правят корекции в статиите или – много по-рядко – се свалят материали.“

„Моленя съм да пиша под псевдоним, за да не дразня рекламодателите, намалявана ми е заплатата, уволнена съм от БНТ за филм, злепоставил политик (отдавна), и на 4 пъти съм намирала работа само в чуждестранни медии след провалени опити да работя за български. Свидетел съм на твърде много уволнения на подготвени журналисти с опит и замяната им с посредствени, които на свой ред биват заменяни с лица без никаква възискателност към обществената си роля.“

„Общо в практиката ми 13 пъти съм давала обяснения пред следовател за публикации, политически лидер ме даде на съд заради разобличаващо го разследване, но разполагах с неоспорими документни доказателства и не успях да ме осъди. Осем преписки бяха образувани срещу мен от името на посочените в публикацията в централен всекидневник, инициативата беше на тогавашен окръжен прокурор със спорна слава. Пиян полицай ме повали на земята по време на работа, строши техниката ми, разминах се с комоцио, уволниха ме.“

„Ответник съм по гражданско дело, заведено от магистрат за непозволено увреждане, въпреки че в статиите си съм цитирал единствено публична информация, която не е била опровергавана от ищеца. По случая ми е наложено и обезпечение по бъдещ иск, заради което нямам достъп до банковата си сметка от месеци. В миналото съм бил заплашван от прокурор с повдигане на обвинение, ако не разкрия свой източник на информация.“

„Преди години, когато работех в българска печатна медия, в последния момент собственикът свали моя тема на броя, тъй като засягаше интересите на негов бизнес партньор.“

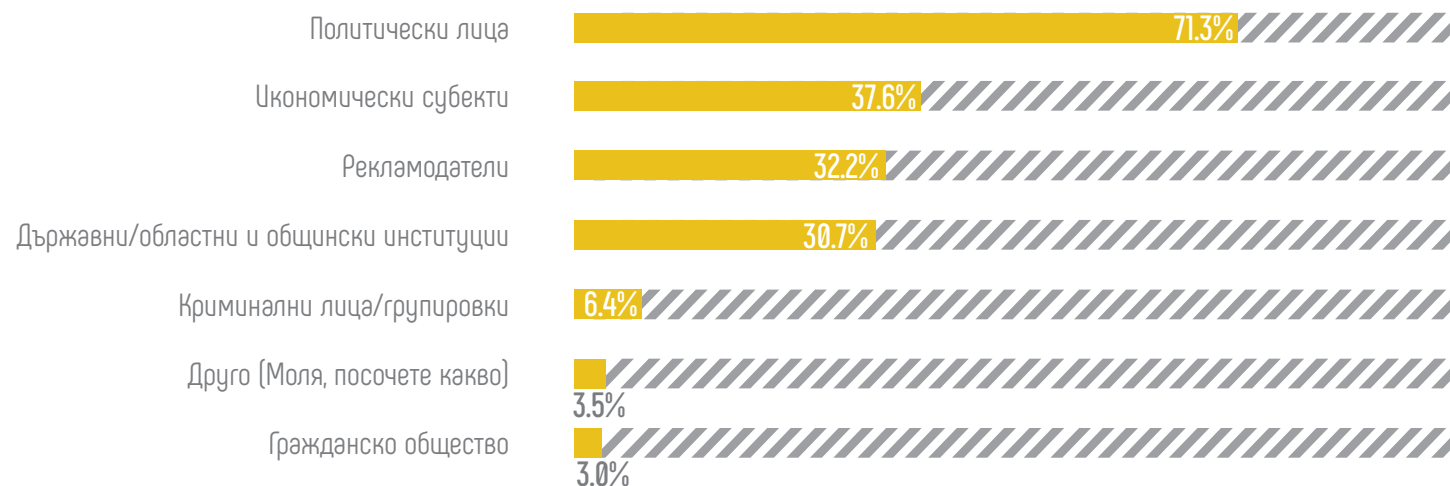
„Телефонни обаждания от кметове на общини и зам. областен управител с директни заплахи, обиди и искания за сваляне на материали, независимо че преди това са търсени за позиция и са отказали всякакви коментари. Опит за натиск от фирми тип - ще пусна реклама , но забравяте да пишете за ...“

ПОЛИТИЧЕСКИЯТ НАТИСК ОТНОВО С ВОДЕЩА РОЛЯ

През 2017 г. АЕЖ-България озглави своя доклад от изследването върху медийната среда „Голямото завръщане на политическия натиск“. През 2020 г. външният натиск от политически лица върху медиите не само че не си е отишъл, не е намалал, но и се среща два пъти повече от другите инструменти за влияние върху медийното съдържание – икономически субекти, рекламодатели, държавни и общински институции, които получават сравнително еднакви оценки (графика 8).

Графика 8

АКО СМЯТАТЕ, ЧЕ ИМА ВЪНШЕН НАТИСК, КАКЪВ Е НАЙ-ЧЕСТО НЕГОВИЯТ ИЗТОЧНИК:



За първи път в проучванията на АЕЖ-България е зададен и въпрос, който очертава отношенията между критични медии и държавните институции. Откази или системно забавяне на получаване на обществена информация, изваждане от списъци с прессъобщения или официална информация, избягване да се дават интервюта в медии с критични журналистически гласове.

„Аз лично съм ставала жертва на публикации с клевети и обиди срещу мен и медията ми. Срещу мои колеги са водени съдебни дела, били са обект на чести данъчни проверки, те също (и в по-голяма степен) са били обект на клевети и обиди. Макар това да не влиза във вашата дефиниция, най-сериозна пречка пред това аз да мога да си върша работата, е отказът на институции да предоставят информация и да отговарят на въпроси“, споделя един от анкетираните журналисти.

Все по-видими са практиките партийни централни и представители на различни институции да имат двойко отношение към журналисти, които дават критична оценка на техни решения и работата им (Графика 9).

Графика 9

СТАВАЛИ ЛИ СА ПРИЧИНА КРИТИЧНИ ПУБЛИКАЦИИ – ВАШИ ИЛИ НА МЕДИЯТА, ЗА КОЯТО РАБОТИТЕ, ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ ДА ОТКАЗВАТ ДА ВИ ПРЕДОСТАВЯТ ИНФОРМАЦИЯ ИЛИ ДА СЕ ОТНАСЯТ С ВАС ПО РАЗЛИЧЕН НАЧИН ОТ ЖУРНАЛИСТИ ОТ ИЗДАНИЯ, ПОДКРЕПАЩИ ВЛАСТТА?



Още повече че действителните рекламни и финансови донори в някои медии често пъти са зорко пазени от критика. На въпроса: „Допускат ли се във вашата медия материали, съдържащи критики срещу действителни рекламодатели и други финансови спомоществователи, с които имате сключени договори?“, 22,3% отговарят „по-скоро не“, други близо 20% отбелязват, че имат такива примери в техните редакции, но по изключение, а близо 17% заявяват категорично: „не, не се допускат в никакъв случай“. 19,3% са отбелязали, че не знаят, а почти всеки пети от анкетираните (21,8%) твърдо заявява, че в неговата медия се критикуват всички без ограничения.

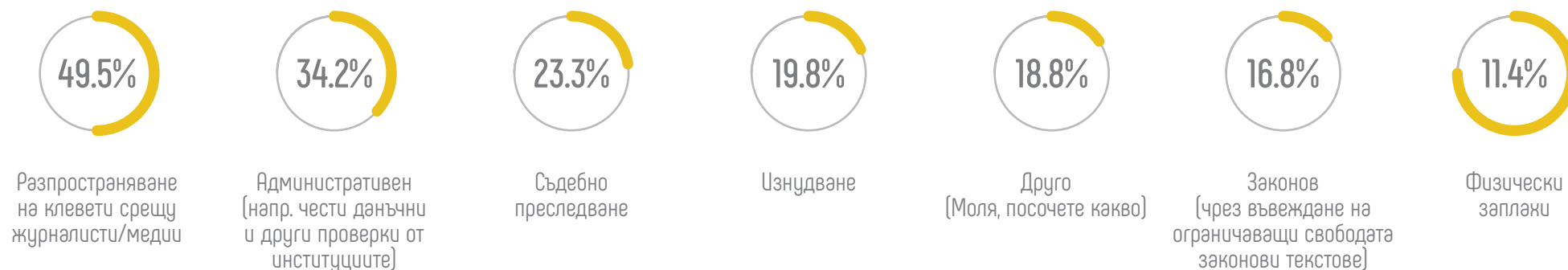
Интересно е, че през 2020 г. намалява натискът от криминални лица и групировки. През 2017 г. той е бил 13,1%, но три години по-късно пада до 6,4%.

КЛЕВЕТИТЕ СРЕЩУ ЖУРНАЛИСТИ ВЕЧЕ ИМАТ УСТОИЧИВО ПРИСЪСТВИЕ

Ако през 2017 г. около 41% бяха посочили, че разпространяването на клевети срещу журналисти и медиуми е най-често срещаната форма за оказване на външен натиск, то три години след това всеки втори извежда оклеветяването като водещ инструмент (49%). „Административният натиск“ е нареден на второ място (34,2%). Близо 17% посочват и „физическите заплахи“ (графика 10).

Графика 10

АКО СМЯТАТЕ, ЧЕ ИМА ВЪНШЕН НАТУСК, КАКВА СПОРЕД ВАС Е НАЙ-ЧЕСТО НЕГОВАТА ФОРМА (ВЪЗМОЖЕН Е ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР):



Още по-сериозна тревога будят и отговорите на някои журналисти, попълнили анкетата, които описват случаи на различни форми на външен натиск. А сред тях изпъкват: „уволнение и изолация“, намаляване на заплатата, предупреждения, че при сериозно провинение няма да си намериш работа в нито една друга медия, отказ от рекламиране.

„Заплаха от загуба на работа, което в сегашната ситуация с малко останали независими медии би означавало избор между трайна безработица и работа за още по-зависима медия.“

„Заплаха от уволнение чрез оплакване пред работодателя.“

„Заплаха, че ще изгубиш работата си и няма да ти бъде позволено да я практикуваш никога вече.“

„Заплахи за сигурността на работното ми място.“

„Икономически. От типа: „Ако пишете срещу нас, няма да ви бъдем рекламодател“ и подобни. Или чрез обвързване на медиите с определени бизнес кръгове и създаване на финансова зависимост.“

„Икономически и психологически – понижения, изолиране от ресори, редуциране на възможността за работа.“

„Клевети, уволнения на близки хора с цел принуда, натиск от работодател, проверки, окулване в обществото, финансови изнудвания.“

„Много често директори на една медия се обаждат на директорите на друга медия, за да оказват влияние.“

„Намеци, че няма да има реклама поради повдигането и разглеждането на дадена тема.“

„Ограничаване на достъпа до информация и събеседници.“

„Прекратяване на договор. С нас рядко се разправят физически, защото ни ликвидират икономически.“

„Рекламодатели, икономически и политически субекти често могат да спрат финансирането на медията.“

ВЪТРЕШЕН НАТУСК – ОТ СВАЛЯНЕ НА ЖУРНАЛИСТИЧЕСКИ МАТЕРИАЛ ДО СТРУКТУРНИ ПРОМЕНИ

Редакторската намеса или „последната дума“ на собственика на медията са сред водещите източници на вътрешна намеса (графика 11).

„Мен ме принудиха да напусна иначе добре плащан регионален сайт, защото забавих сигнал за замърсена вода в голям завод край града, докато го проверя. Други сайтове го пуснаха още вечерта, когато пристигна. Беше ми наредено – първо пускаш, после проверяваш. Само че целият ми професионален опит се възпротиви. След което ми бе казано в прав текст – ще пишеш това, което ти кажем, както ти кажем, без значение какво мислиш. Сбогувах се със заплатата на момента и се махнах, почерпила ценен опит“, споделя журналистка.

Но ако през 2015 г. 35% от анкетираните изведоха водещата роля на рекламния отдел сред факторите на вътрешна намеса в редакционното съдържание, то през 2020 г. те са далеч по-малко (около 20%). Почти толкова отбелязват и структурните промени, възпрепятстващи свободната работа (18,8%). Сред тях може да се изброят създаване на нови дирекции и закриване на утвърдени през годините структурни звена, сливане на продуцентски екипи и предавания и т.н. Някои от респондентите споменават и автоцензурата като източник на вътрешен натиск. Не са малко и мненията, в които присъстват силно позитивни примери.

„В моята медия няма никакъв натиск.“

„В медията, където работя, ако съществуват такива практики, те са крайно изолирани случаи, върху които нямам преки наблюдения.“

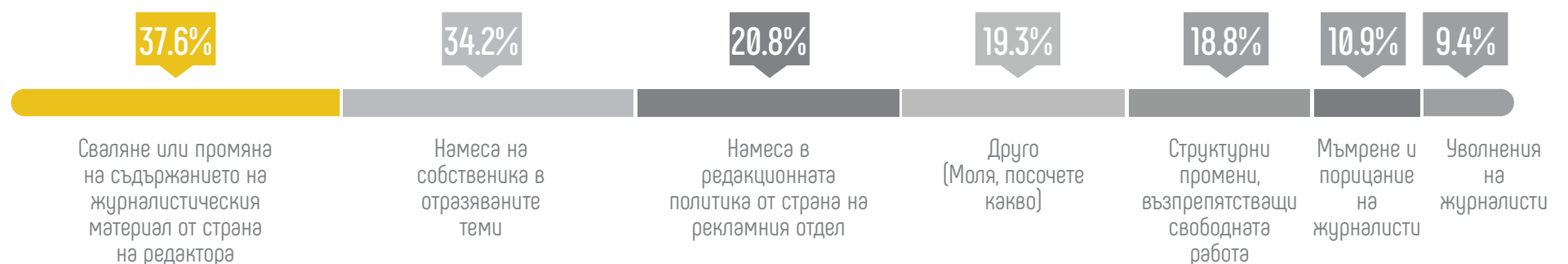
„В рамките на моята медия няма подобни практики, тъй като тя се финансира от читателите си.“

„Медията е с чужд и независим собственик и подобни ефекти няма.“

„Точно при нас това не е възможно. Прекалено анархистка е атмосферата :)”

Графика 11

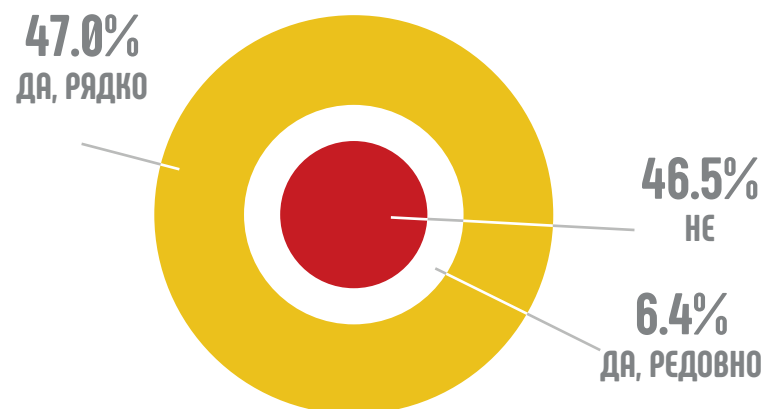
В РАМКЪТЕ НА ВАШАТА МЕДИЯ, КОИ СПОРЕД ВАС СА ВЪЗМОЖНИТЕ „ВЪТРЕШНИ“ ИЗТОЧНИЦИ НА НАМЕСА И УПРАЖНЯВАНЕ НА НАТИСК ВЪРХУ ЖУРНАЛИСТЪТЕ (ВЪЗМОЖЕН Е ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР:)



“КУЛТУРАТА НА НАТУСК”

Графика 12

ИМАЛО ЛИ Е СЛУЧАИ ВЪВ ВАШАТА ПРАКТИКА САМУ ДА СПИРАТЕ СВОЯ ПУБЛИКАЦИЯ/РЕПОРТАЖ ИЛИ ДА ОТБЯГВАТЕ ЕДНА ИЛИ ДРУГА ОБЩЕСТВЕНО ВАЖНА ТЕМА?



Макар и процентните отношения в отговорите, които маркират проблема на автоцензурата, да остават почти непроменени през последните три проучвания на АЕЖ-България – от 2015 г. насам, тревожните описания на случаи на самоналожени ограничения и честото повтаряне на думата „страх“ (от уволнение, от намаляване на заплатата, съдебно преследване, физическа сигурност), „явлението чиновническа журналистика“ повишават смущаващите сигнали за работната среда в българските медии.

„Налагало ми се е да си направя автоцензура, както вече упоменах. Конкретните случаи са няколко, но основно последния път бе по време на изборната кампания, когато действащият тогава заместник-кмет прекрати регистрацията на над 200 изборни прищълци. Публикувах това, след което статията набързо бе свалена, а причината – голям бизнесмен, с когото главният ни редактор работи, бе в комбина с конкретния кандидат за кмет, който тогава си доведе хора да гласуват. Иронията – същият си стана кмет“, споделя участник в проучването.

Дори и да не се случва редовно, почти всеки журналист е спирал своя публикация или репортаж под натиска на автоцензурата (47%), показват резултатите. А 6,4% заявяват, че това е редовна практика (Графика 12).

„Общоприетите табута – там не се пипа, тези не се пипат. Съзнателно поведение да не се ядоса рекламодател в лицето на министерство/община/политическа партия. Страх, че никой няма да застане зад теб в случай на натиск, преследване“, описва причините за автоцензурата в български медии един от респондентите.

Друг разказва: *„Автоцензурата е естествено следствие на цензурата. Нормално е в българските медии да съществува автоцензура, при положение че се наблюдава редовно сваляне на журналисти от ефир. Въпросните журналисти, които са жертва на насилие (психическо/физическо, понякога и двете), плашат журналистите, които не са го преживели. Страхът е една от най-честите причини за автоцензура.“*

„Автоцензурата е почти задължителна и зависи от собственика на изданието и/или кръговете, които то обслужва. Медийната политика се определя от външни за самата журналистика фактори и лица. Автоцензурата е основен елемент от всекидневната работа в медиите с основно правило – не се критикува собственикът или кръгът от лица, които финансират/контролират медиата, в която работиш“, описва трети.

Ето и други проблемни сюжети на автоцензурата:

„В моята сфера – най-вече икономически. Медиите, в които работя, са тематично профилирани, нямат разследвания и рядко засягат теми, свързани с вътрешна политика. Политическият и олигархичен натиск, който е факт в медиите с по-обща насоченост, тук липсва. В същото време пренасянето на рекламните бюджети онлайн не подпомага по никакъв начин за финансирането и оттам – за качествената работа, тъй като заради малкия потенциален пазар този тип медии няма как да се финансират основно от Google и Facebook.“

„В основата на всяка автоцензура стои страхът. Страх от уволнение, от смяна на административната позиция, от загуба на влияние в медията. Най-важната причина обаче е недостатъчната подготвеност и аргументираност на самите журналисти при подготовка на темите, както и negliжирането на основни правила в журналистиката като използването на различни източници на информация.“

„В частните регионални медии журналистите се автоцензурират спрямо очакванията за финансови постъпления в медията от страна на общински институции и рекламодатели. Възможно е да се отбягват теми и заради конкретна личност, която би могла да представлява заплаха за журналиста.“

„Голяма част от медиите са собственост на един определен кръг от хора, които диктуват какво да бъде публикувано и излъчвано, като се избягват неудобните теми за властта.“

„Епизод от филма „Маската“ с Джим Кери (The Mask, 1994): Главният герой задава кратък въпрос на журналистката, която го е предала на мафиотите: „Защо?“. Нейният отговор: „Заради ипотеката“. Мисля – логичен отговор в анкета под надслов „Журналистика без маска“.

„Журналистите бързо се ориентират в неписаните редакционни политики и започват да се съобразяват с тях, за да запазят работата си или да подсигурят несигурния си месечен доход. В печатните и онлайн медии, в които съм работила, понякога с месеци не се получаваше заплата, а пари се даваха на ръка от собствениците. Шансът да получиш възнаграждение се увеличава, ако си сред по-близките до ръководството хора.“

„Журналистите не се чувстват свободни да отстояват позициите си, защото няма силна синдикална структура, която да защитава правата им – те остават сами в тази битка. Фактът, че в медиите в момента работят хора, които нямат нищо общо с журналистиката, също помага – те са специално наети лица да обслужват дадени интереси и професионалните журналисти вече са маргинали в собствената си среда.“

„Зависимостите – тези на издателя и личните, както и страховете от последствията. Тук отговарям на следващия въпрос – нямаме договори с рекламодатели или финансови спомоществователи. В медиите, в които съм работила преди, имаше „забранителни“ списъци, както и разпоредби за ласкаене на определени хора.“

„Конформизъм, съобразяване със силните на деня, с икономически и др. интереси, „непрестижност“ на темите и тезите, вкл. стигматизирани и от представители на т.нар. гражданско общество.“

„Липса на законови гаранции за свобода на словото. Липса на достатъчно силна синдикална и обществена защита на сериозните медии. Ниско заплащане в медиите. Ниско ниво на обща и медийна култура дори при редакторите. Политически назначения на ключови постове. Свиване на регионалните медии до изчезването им. Стремение медията да слезе до нивото на най-необразованите, вместо да стимулира любопитството им.“

„Липса на компетентност и подвеждане по „лекото и мекото“, зависимост заради типа трудово-правни отношения – работа на хонорар, желание да се харесаш и да не създаваш проблеми, съобразяване с външни играчи и идеята да се угоди на силните на деня, страх от репресия от страна на началници, които репортерът си представя, че може да са свързани със силните на деня, непознаване на закона, липса на познание за механизмите за редакционна и журналистическа независимост, непознаване на нормативната уредба...“

„Невъзможността да бъдат конфронтирани, избегнати или заобиколени политическите и икономическите фактори, които пречат свободата на словото. В българския контекст те просто са по-силни и като се изключат спечелените индивидуални дела от оклеветени хора, цялостната среда е извънредно лоша. Свободни медии в България на практика няма.“

„Ниското заплащане, както и липсата на стабилност и сигурност в работните отношения са сериозна причина за налагане на автоцензура. Журналистите като цяло не се чувстват спокойни да вършат работата си и мнозина започват да пишат по-леки и ежедневни теми, които не биха предизвикали натиск.“

„Опасения от институционална репресия спрямо изданието; опасение от загуба на рекламодатели; съзнание, че конкретна тема няма да се допусне в съответното издание.“

„Опасенията, че ще останеш без работа, особено ако имаш семейство. В регионалните медии е още повече като тенденция. Няма медии, ако има, останали са на ръба на фалита. Също така соченето с пръст вътре в самите медии. Тенденциозността в редакциите, ако си позволиш да имаш мнение, не е нужно дори да е различно, просто да имаш мнение, което води до ежедневно словесно начукване на канчето, понякога и обидни изказвания по твой адрес.“

„Свиритият медиен пазар води до страх, че при уволнение няма алтернатива за работа. Друга възможност е страхът от разправа (изгонване, физическа разправа или друго) от страна на собствениците на медиуми (или по тяхна поръчка) с конкретни журналисти. Вероятно има и страх по повод заплахи за личния живот и този на семействата на журналисти. Автоцензура би могла да се появи и ако на журналист му плащат да говори неща, в които не вярва.“

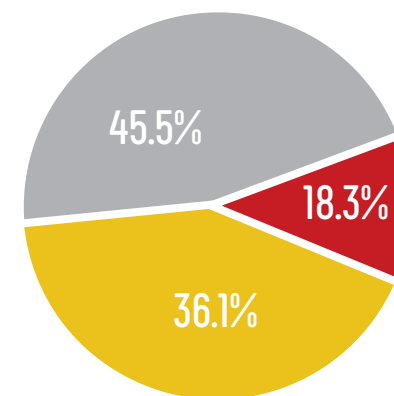
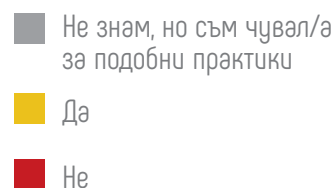
МЕДИИ, PR И ИЗБОРНИ КАМПАНИИ

Скритото финансиране и разпространение на „PR материали“, които не са обозначени като такива, продължава да бъде проблем без решение. Около 16% са сигурни, че това е широко разпространена практика. А близо 17% имат впечатление, че това се случва в други ресори на медията, в която работят. Всеки трети респондент (34,6%) заявява, че се е сблъсквал с подобни PR практики, макар и това да е само изключение. Почти равен брой събират и отрицателните отговори, че подобна практика в някои медии не съществува (32,4%).

Огромно мнозинство групират отговорите, в които се наблюдават скрити, тайни договорки между общини и регионални медии. 36% отговарят положително на въпроса дали общината плаща на медии от техния регион да публикуват готови прессъобщения. А почти всеки втори (45,5%), дори и да не е бил пряк свидетел на подобни отношения, е чувал за подобни практики (Графика 13).

Графика 13

**ПЛАЩА ЛИ ОБЩИНАТА НА МЕДИИ ОТ
ВАШИЯ РЕГИОН ЗА ПУБЛИКУВАНЕ
НА ГОТОВИ ПРЕССЪОБЩЕНИЯ?**



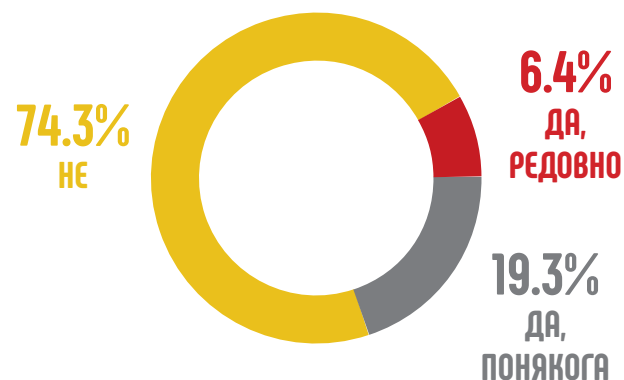
В контекста на изминалите местни избори през 2019 г., почти без промяна, в сравнение с 2017 г., остават оценките във въпроса за нечисти практики в медиите по време на изборната кампания (Графика 14).

Платеното съдържание, което се представя като редакционно, черният пиар и непропорционалното представяне на определени партии за сметка на други обаче продължават да бъдат посочвани като най-сериозни проблемни практики в медиите по време на избори (Графика 15).

На фона на нестихваща политическа криза в страната това изправя медиите пред невъзможността да изпълняват своите обществени задължения на безпристрастни наблюдатели, балансьори и медиатори, пазачи на обществения интерес.

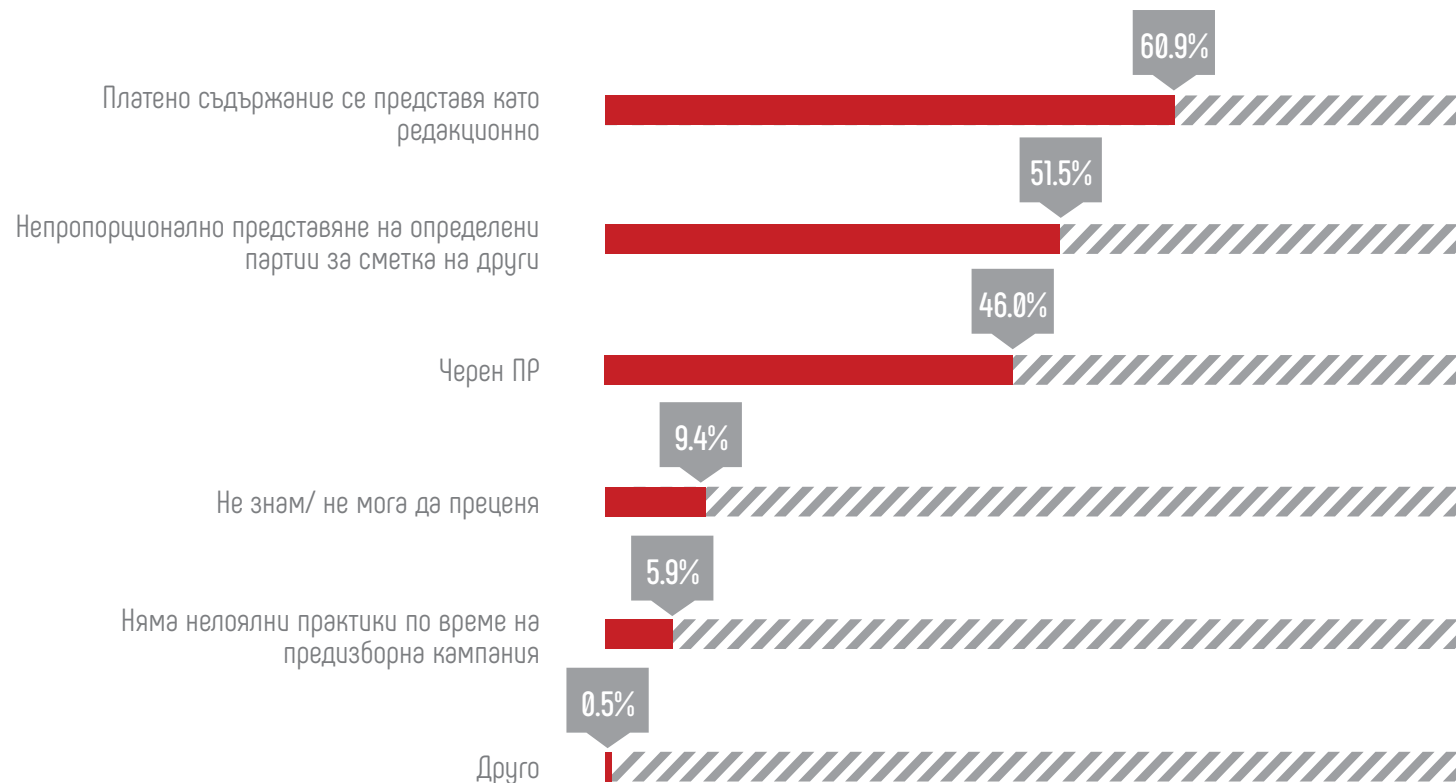
Графика 14

СМЯТАТЕ ЛИ, ЧЕ ВАШАТА МЕДИЯ ДОПУСКА НЕЛОЯЛНИ ПРАКТИКИ ПО ВРЕМЕ НА ПРЕДИЗБОРНА КАМПАНИЯ:



Графика 15

КАКВИ СА НАЙ-ЧЕСТО СРЕЩАНУТЕ НЕЛОЯЛНИ ПРАКТИКИ ПО ВРЕМЕ НА ПРЕДИЗБОРНА КАМПАНИЯ В МЕДИИТЕ СПОРЕД ВАС (ВЪЗМОЖЕН ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР):



МЕДИИ И КОРОНАВИРУСНАТА ПАНДЕМИЯ

Освен в икономиката и здравната система пандемията от COVID-19 оставя дълбока следа и в медийната сфера. Финансови загуби, съкращения и дори негативни оценки за ограничаване на медийната свобода регистрира изследването на АЕЖ-България. Близо 60% от анкетираните посочват, че медиите са претърпели финансови загуби, 22,3% отбелязват, че коронавирусната пандемия е предизвикала съкращения (Графика 16).

Тези оценки получават пълнокръвна картина от примери, които се споделят – намаляване на заплати, претоварване заради различния режим на работа, ограничаване на тематичното разнообразие и фокусиране в теми, свързани с COVID-19, а някои медии са били закрити в резултат на кризата. Сред положителните ефекти от пандемията се посочва увеличеният трафик и потокът потребители към някои медии, което на свой ред е довело и до повече рекламодатели.

Графика 16

КАК СЕ ОТРАЗЯВА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОРОНАВИРУС И ИЗВЪНРЕДНОТО ПОЛОЖЕНИЕ НА ВАШАТА МЕДИЯ? (ВЪЗМОЖЕН Е ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР)



„Бях външен автор на две български медии, и двете вече отказват сътрудничество заради липса на финанси.“

„Вече не съществува, но не заради коронавируса.“

„Заради пандемията бяха обособени по-малки екипи, които трябваше да се справят с много по-голям обем информация, събития и фалшиви новини. Намаленият ресурс доведе до фрагментарност.“

„Медията ми не е пред закриване само защото работя и за други издания, а с хонорарите покривам разходите на собствения си сайт.“

„Медията претърпява финансови загуби, заплатите не се изплащат в пълен обем, принудително ползване на неплатен отпуск. За сметка на това се работи в пъти повече, в рискови условия, с допълнителни ангажменти.“

„Увеличава се натискът за обслужване на рекламодатели/спонсори.“

„Наложил цензура, като ни се забрани да ходим на събития с цел „нашето предпазване от заразата.“

„Ограничи пътуванията и срещи, сви тематичното и жанрово разнообразие на журналистическата продукция.“

„Редуциране на темите. Не се виждат теми, които често се срещаха преди пандемията. Намаляха рязко интервютата и авторските материали за сметка на приоритетните за Ковид-19.“

„Натовареността на екипа журналисти е станала повече.“

„Нашето финансиране е публично и пряко финансово въздействие няма. Но ограничените ресурси направиха още по-трудно да се отговори на повишеното търсене от страна на публиката.“

„Медията, за която работя в момента, се издържа от дарения и засега няма трусове.“

ЖУРНАЛИСТИЧЕСКА АВТОРЕФЛЕКСИЯ – НЕРЕШЕНИ ПРОБЛЕМНИ ЗОНИ И САМООЦЕНКА

От 2015 г. насам остава непроменено отношението към непрозрачната собственост и разпространение на печатни издания. Тази проблемна линия е водеща сред анкетираните журналисти и през 2020 г. (графика 17). Всеки втори я отбелязва като първа мярка за подобряване на медийната среда в страната (55%).

Ако преди три години осветляването на медийното финансиране бе определено за втори открояващ се проблем на българската среда, чието решаване би променило медийния фон в България, то през 2020 г. 52% виждат надежда в създаването на нови форми на независими медии. Вероятно промените в медийното законодателство от ноември 2018 г. и задължението Министерството на културата да води регистри дават определен позитивен резултат.

Заедно с това обаче има известен спад в отношението към осигуряване на допълнителна квалификация за журналистите – през 2017 г. тази мярка е била подкрепена от 48,5%, а три години след това от 27,7% от анкетираните. По-малка подкрепа среща и идеята за създаване на закон за медиите. Ако в предишното изследване на АЕЖ-България тя е била посочена от близо 40%, то сега те са 20,8%.

Наблюдава се и видим спад в подкрепата за засилване на саморегулацията, синдикалната дейност в медийната среда и подобряване на университетското образование като работещи мерки.

Този картина намира образ и в коментарите на респондентите към този въпрос. Някои виждат възможност за промяна чрез създаване на „регламент за по-голяма прозрачност при финансирането на медиите“, други чрез „промяна на политическия модел“, а трети настояват за „по-високи стандарти у редакторите и отговорниците по съдържанието“.

„Демократизация и либерализация и обща координация на медиите с ясни демократични ценности за самозащита от репресии.“

„Институциите трябва да се задължат да разкриват договорите с медии и сумите, които данъкоплатците индиректно плащат за купуване на медийно влияние.“

„Концентрацията между политици, институции и медии в един инструмент с общо управление – докато това съществува, другото има по-малко значение.“

„Насърчаване на журналистическите разследвания с програми и проекти.“

„Не мисля, че в момента има административен капацитет, който може да предприеме адекватни мерки. Практиката показва, че най-близо до свободата на словото са медии с публично финансиране (БНР), за съжаление.“

„Осигуряване на независимо финансиране на медиите. Сега те изцяло зависят от държавно/общинско финансиране или от парите на „крупни бизнесмени“ с „крупни“ интереси.“

„Приемане на закон за медиите и създаване на нови форми на независими медии! Относно образованието, в тази професия единственото, което е много важно, е човек да е ГРАМОТЕН ! Образованието не прави журналиста.“

Графика 17

А СЕГА ИСКАМЕ ДА РАЗБЕРЕМ МНЕНИЕТО ВИ ЗА НАЙ-ВАЖНИТЕ МЕРКИ, КОИТО МОЖЕ ДА СЕ ПРЕДПРИЕМАТ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА МЕДИЙНАТА СРЕДА В БЪЛГАРИЯ. (ВЪЗМОЖЕН Е ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР.)





Kingdom of the Netherlands

*Анкетата се реализира с финансовата подкрепа на **Посолството на Кралство Нидерландия** в България. Цялата отговорност за съдържанието на анкетата, обработването и представянето на резултатите е на АЕЖ-България и по никакъв начин не може да се приема, че отразява гледната точка на финансиращата организация.*