

МЕДИИ ПОД ОБСТРЕЛ

За повече редакционна
отговорност

2022 г. — годишно изследване за
свободата на словото в България



Kingdom of the Netherlands



АСОЦИАЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ЖУРНАЛИСТИ – БЪЛГАРИЯ (АЕЖ-БЪЛГАРИЯ)

СТАТИСТИЧЕСКА ОБРАБОТКА – СОЦИОЛОГИЧЕСКА АГЕНЦИЯ „АЛФА РИСЪРЧ“

АВТОР: Д-Р ИЛИЯ ВЪЛКОВ

ВЪВЕДЕНИЕ

Пандемията, войната в Украйна и спиралата от политически кризи се превръщат във водещи фактори с дълбок отпечатък и върху медийната среда в България. Макар и да се виждат прояви на бодър дух и умерен оптимизъм, журналистите са изправени пред поредица от предизвикателства – стрес, онлайн тормоз, опити за намеса в редакционното съдържание, автоцензура, финансови затруднения. Това са някои от белезите на шестото поред проучване на АЕЖ-България за усещането за свобода на словото в страната.

През 2022 г. се наблюдава ръст на позитивните нагласи в сектора. Почти всеки втори анкетиран дава средна оценка на свободата на словото в България, а добра – 16,2%. Един от петима я определя като „лоша“, а почти всеки десети – „много лоша“.

КАК ОЦЕНЯВАТЕ СВОБОДАТА НА СЛОВОТО В БЪЛГАРИЯ?

	2011 г.	2013 г.	2015 г.	2017 г.	2020 г.	2022 г.
Много добра	4%	0,59%			3%	3,4%
Добра	4%	5,3%	5,6%	4,5%	5,9%	16,2%
Средна	36%	28,9%	31,5%	25,3%	32,2%	44%
Лоша	43%	65,09%	42,0%	42,4%	37,6%	21,1%
Много лоша	1%		21,0%	27,8%	21,3%	13,7%

След две години от началото ѝ пандемията вече оказва влияние върху финансовите приходи на медиите. Но разпространението на дезинформацията е сред най-съществените предизвикателства, отключили се с войната в Украйна. Всеки втори анкетиран посочва, че му се налага повече да проверява фактите. Всеки четвърти отбелязва, че стресът на работното място се е увеличил. Висок (25,5 на сто) е и процентът на журналистите и медиите, подложени на онлайн тормоз заради позициите, които заемат в отразяването на конфликта. Вероятно и затова всеки пети журналист заявява, че войната силно е ограничила свободата на словото (19,1%). Почти толкова респонденти отговарят, че се засилил и редакционният контрол, но това не се е отразило на работата им (19,6%). Но всеки втори отбелязва, че се е увеличила редакционната отговорност за проверка на източници и поставяне в контекст (50%).

Продължава да бъде висок процентът на мненията, че намесата в журналистическото съдържание е неизменна част от българската медийна среда. Увеличава се усещането за несигурност и страх от загуба на работата. Макар и рядко, почти всеки втори анкетиран спира свои публикации, репортажи или отбягва отразяването на важни обществени теми. Редовно се автоцензурират 7,4%.

Притеснително се увеличават **отговорите, според които има ръст във вътрешния натиск и автоцензурата сред журналистите**. От 2017 г. насам автоцензурата расте средно с 5 на сто в провежданите от АЕЖ-България анкети.

Появява се нов феномен – онлайн тормозът, обиди и заплахи в социалните мрежи и форуми на медиите. Всеки трети респондент смята, че това е сред най-честите форми на външен натиск. С около 4 пункта расте и съдебното преследване на журналисти. **Всеки десети споделя, че е бил е заплашван със съдебно дело**. В сравнение с 2020 г. обаче близо два пъти намалява тежестта на „изнудването“ като външен инструмент за влияние. Почти всеки втори журналист посочва, че лично е бил обект на неправомерен натиск заради работата си (47,5%).

Проучването затвърждава наблюденията от последните години за централизиране на журналистиката в София. И изчезването на регионалните медии.

Сливането на икономически и политически интереси при управлението на медиите е водещ проблем за близо 82% от анкетираните журналисти и медийни експерти. Концентрациите и непрозрачната медийна собственост продължават също да бъдат актуални и неразрешени задачи в сектора. За близо 70 на сто все по-видими са пропуските и недостатъчната образователна и практическа подготовка на журналистите. Този резултат за първи път има толкова голяма тежест. И дава сериозен повод за размисъл.



КОИ СПОРЕД ВАС СА ОСНОВНИТЕ ПРОБЛЕМИ ЗА БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ? (СБОРЪТ НА ПРОЦЕНТИТЕ НАДХВЪРЛЯ 100, ТЪЙ КАТО ЗАПУТАНИТЕ СА ДАВАЛИ ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ОТГОВОР).

МЕТОДОЛОГИЯ

Подобно на останалите пет проведени анкети от 2011 г. насам и това проучване на АЕЖ-България е с национален обхват. Не е представително за професионалната общност. Една от причините е и липсата на пълни и достоверни официални данни за работещите в медийния сектор в страната. Резултатите се набират чрез онлайн анкета, която се попълва доброволно. Тя бе отворена по традиция на 3 май – Международния ден на свободното слово, и затворена на 10 юни. Отговорите на въпросите се попълват единствено в дигитална среда – през сайта на АЕЖ-България.

През 2022 г. се включиха 204 души (през 2017 г. броят на участниците е 200, а през 2020 - 204). Респондентите са посочили, че работят като журналисти и медийни експерти. Заемат различни длъжности – репортери, ресорни и главни редактори, собственици на медии, университетски преподаватели.

По традиция анкетата се опитва да очертае различните актуални проблеми на медийната среда в страната. Условията на работа в редакциите. Независимостта на вземане на решения. Има ли и какви са различни форми на външен и вътрешен натиск. Как промените в средата – пандемия, военни действия, политическа и икономическа несигурност, как поредицата от парламентарни избори оказват влияние върху медийния сектор.

Водеща задача е да се изведе моментна картина. Да се даде възможност на действащи журналисти да се самооценят и да споделят затрудненията, които имат в работна среда. Чрез различни индикатори, отворени и затворени въпроси, проучването се опитва да представи и усещането на анкетираните за свободата на словото в България.

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

ДЕМОГРАФСКИ ПРОФИЛ

Най-голямата възрастова група участници в анкетата е на възраст между 41-50 години (30,4%), следвана от 51-60-годишните (24,5%). През 2020 г. най-голям дял имаха респондентите на възраст между 31 и 40 години (сега са 19,6%). Близко 17% са посочили, че са в групата до 30-годишните. А 7,4% са над 61 години. 52,9 на сто от попълнените са жени, а 45,1% мъже. Останалите не са посочили пол.

Мнозинството от респондентите заявяват, че имат висше образование. Под 4 на сто са отбелязали, че са със средно образование, а други са в процес на обучение. Близко 62% са с магистърска степен, а всеки десети има и защитена докторска теза.

По-голямата част са завършили журналистика (43,6%). Около 38% нямат журналистическо образование, но пък притежават образование по ресорната си специализация. Тези данни имат подобно изражение и в миналите анкети. Устойчива тенденция се вижда и от резултатите за трудовия стаж. Близко 70% от респондентите работят в медии повече от 10 години, а с утвърден опит над 5 години е всеки десети (графика 1).

Графика 1

ОТ КОЛКО ГОДИНИ РАБОТИТЕ В СФЕРАТА НА МЕДИИТЕ?

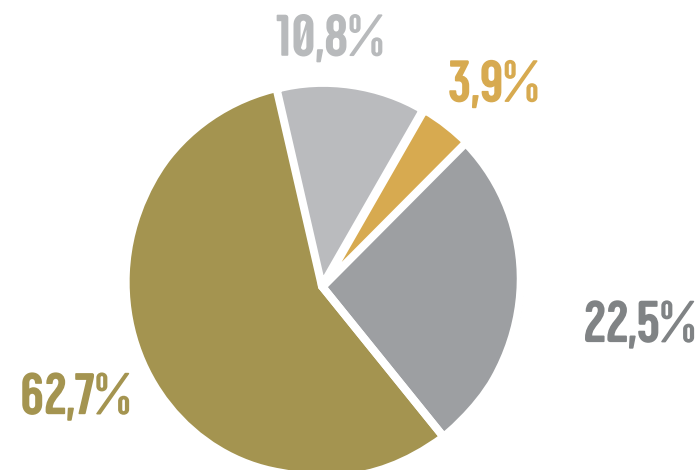


СВИВАНЕ НА РЕГИОНАЛНАТА ЖУРНАЛИСТИКА

И през 2022 г. продължава да бъде висок процентът на журналистите, които към момента на проучването са работили в три и повече медии (Графика 2). Подобни данни се регистрират още от 2015 г. И може да се смятат за индикатор за нестабилната и несигурна трудова среда в медиите. От резултатите се вижда, че в анкетата преобладават нагласите на работещите за частни медии (Графика 3).

Графика 2

В КОЛКО МЕДИИ СТЕ РАБОТИЛИ ДО МОМЕНТА?

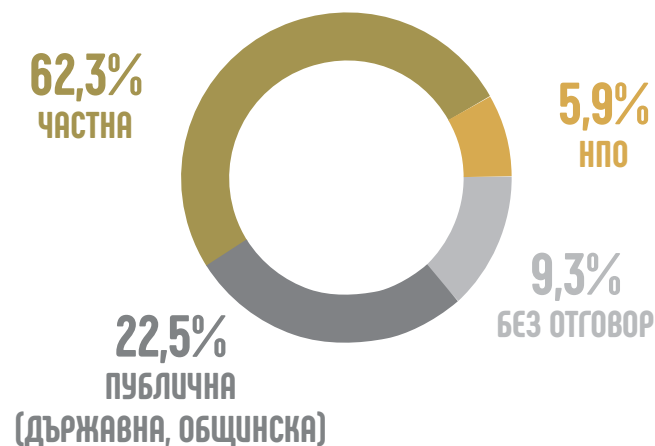


Въпросите, свързани с редакционната мобилност – честата смяна на работното място, годините професионален опит и задържане в журналистическата професия, заплащане, вид трудово-правни отношения – могат да бъдат считани за показатели на стабилност на медийния пазар.

Изследванията на АЕЖ-България назад в годините са показали, че различните проблеми в медийната среда имат решаващо значение за отлива на квалифицирани и опитни журналисти да напуснат професията. Тук фактори могат да бъдат: съкращения, увеличаването на отговорностите в редакциите, намаляването на приходи от реклами и свиване на разходите, включително и през заплати. А това оказва влияние и върху професионалните стандарти.

Графика 3

**КАКВА Е
СОБСТВЕНОСТТА НА
ВАШАТА МЕДИЯ?**



Проучването затвърждава наблюденията от последните години за централизиране на журналистиката в София. И изчезването на регионалните медии. Тази тенденция създава сериозни пречки пред медийния плурализъм, правото на информиран избор и демократичното съществуване на местните, регионални общности.

През 2015 г. двама от трима журналисти бяха посочили, че работят в столицата. Същите резултати се запазват и след седем години. С притеснително темпо се смалжава присъствието на регионалните медии. Едва 18,6% от участниците в анкетата през 2022 г. посочват, че работят в местни издания, сайтове, радиа и телевизии. Кореспондентите са само 2% от всички участници в анкетата.

Нивото на заплащане в медиите е замразено или по-скоро е в процес на намаляване и не успява да устои на ефектите от пандемията, войната в Украйна и инфлационните процеси в икономиката. Увеличава се броят на журналистите, които песимистично посочват, че нивото на доходите в сектора намалява (графика 4). През 2020 г. 7,9% заявяват, че заплатите в медиите по-скоро са се повишили. Две години по-късно отговорилите по този начин са 9,3%. Но са близо четири пъти по-малко от тези, които дават негативни отговори. Близо 18 на сто не могат да преценят дали има положителна или негативна промяна.

В личен план обаче 26% отбелязват, че доходите им по-скоро са се повишили. Но мнозинството от отговорите отново са в границите на отрицателните трендове (графика 5).

Графика 4

В РАМКЪТЕ НА ВАШИЯ ПРОФЕСИОНАЛЕН ОПИТ КАК СПОРЕД ВАС СЕ ПРОМЕНИ НИВОТО НА ЗАПЛАЩАНЕ НА ТРУДА НА ЖУРНАЛИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ДВЕ ГОДИНИ?



Графика 5

А КАК СЕ ПРОМЕНИХА ВАШИТЕ ЛИЧНИ ДОХОДИ ПРЕЗ ТОЗИ ПЕРИОД?



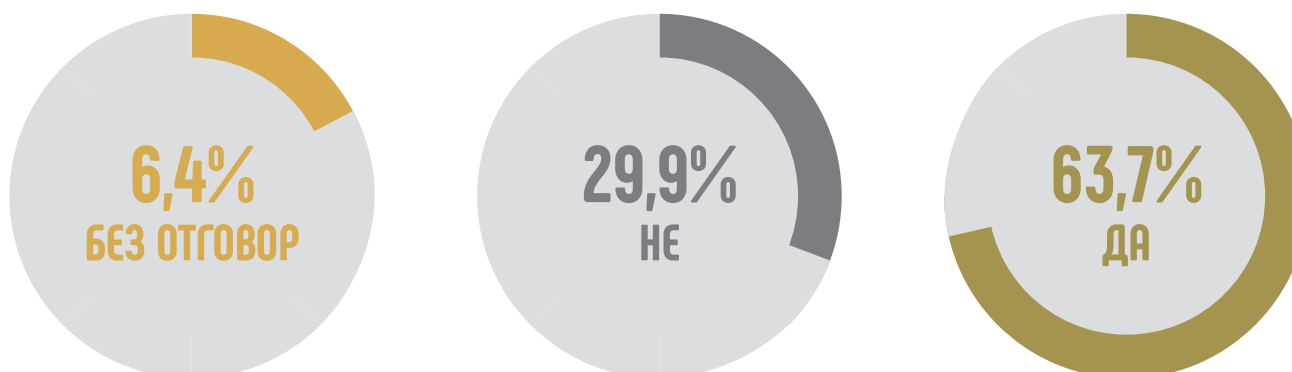
Данните от трудово-правните отношения на анкетираните с техния работодател изглеждат непроменени от 2020 г., когато бе и последното проучване на АЕЖ-България. Повечето журналисти са посочили, че работят в една медия (62,3%), в две – 18,6%, а за три и повече – 7,8%. През 2022 г. всеки втори журналист, участвал в анкетата, работи на трудов договор. Резултатите се запазват още от 2017 г. насам. На свободна практика с граждански договор са близо 15 на сто. Около 6% са посочили, че работодателят им по никакъв начин не ги осигурява (данните тук са различни – 9,1% са през 2017 г., 10,4% през 2020 г.).

РЪСТ НА АВТОЦЕНЗУРАТА

Почти всеки втори журналист споделя, че лично е бил обект на неправомерен натиск заради работата си (47,5%). През годините назад този въпрос често пъти разделя участниците на две относително равни групи. Много по-голяма и видима е разликата обаче при въпроса за оказван натиск към „колега журналист“. През 2015 г. двама от трима (72%) отговаряха положително, през 2017 г. резултатите се задържаха с много малка разлика (69%). Преди две години се видя рязък скок с около десет пункта – 81% от анкетираните журналисти са били свидетели на неправомерен натиск върху свой колега. През 2022 г. се регистрира спад – 63,7% отговарят положително срещу 29,9%. Въпреки това процентът на това негативно за медийната среда явление остава висок (графика 6).

Графика 6

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



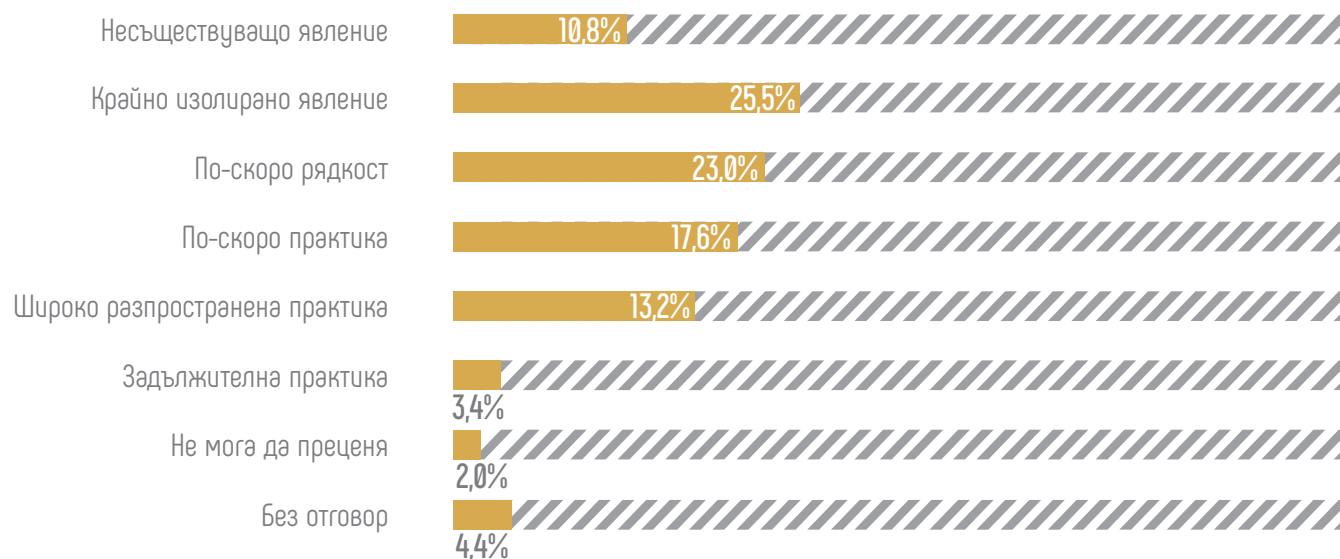
Културата на натиск е понятие, което АЕЖ-България използва в своите изследвания за медийната свобода. В него се включват различни индикатори. Те измерват формите на „неправомерен натиск“, които смятаме, че са „заплаха за физическия, финансов и морален интегритет на журналиста“. Тук се търсят отговори на въпроси дали анкетираният е бил свидетел или лично е бил обект на натиск. Има ли неправомерна намеса в неговата работа от ресорен редактор, главен редактор, собственик на медията, рекламен отдел. 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.

И през 2022 г. продължава да бъде висок процентът на мненията, че намесата в журналистическото съдържание е неизменна част от българската медийна среда. Подобно на последното изследване отпреди две години отговорите „по-скоро практика“ и „широко разпространена практика“ събират голямо мнозинство от близо 82%. Като „по-скоро рядкост“ вижда „намесата“ един от десетима. А единици са тези, които виждат в нея „крайно изолирано явление“ – едва 0,5% от анкетиранияте посочват този отговор.

Когато обаче става дума за личния опит на анкетиранияте и за практиката на медията, в която работят, картината е по-различна. Тук отрицателните мнения като несъществуващо, изолирано явление, както и „рядкост“, събират по-голяма група от отговори (Графика 7).

Графика 7

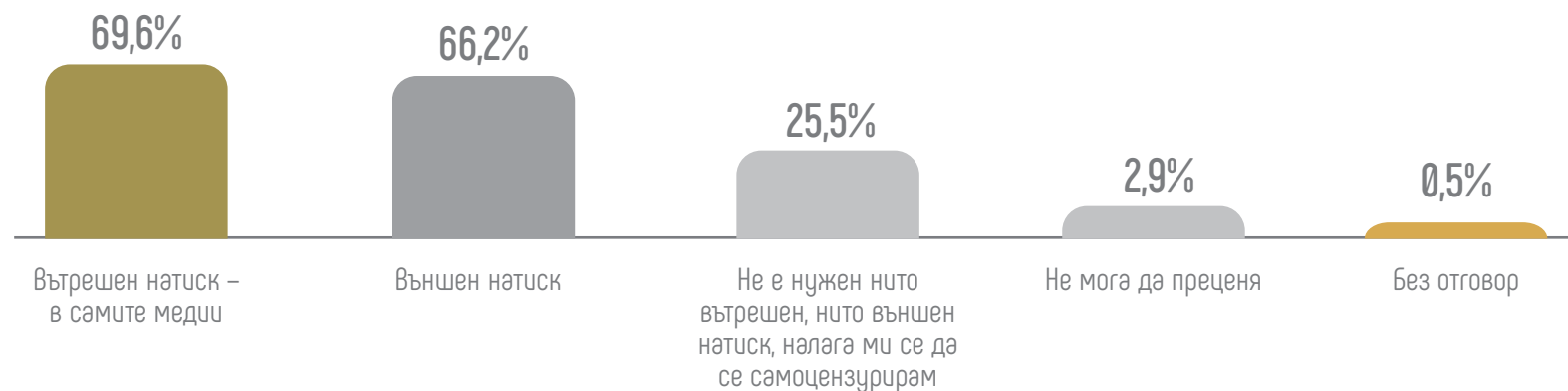
СПОРЕД ВАС НАМЕСАТА В РАБОТАТА НА ЖУРНАЛИСТИТЕ И ОПИТУТЕ ДА СЕ ПОВЛИЯЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО НА ТЕХНИТЕ МАТЕРИАЛИ ВЪВ ВАШАТА МЕДИЯ Е...



През 2022 г. намалява тежестта на „външния натиск“ като форма на ограничение върху свободата на словото. Но притеснително се увеличават отговорите, според които има ръст във вътрешния натиск и автоцензурата сред журналистите. От 2017 г. насам автоцензурата расте средно с 5 на сто в провежданите от АЕЖ-България анкети. В предходно проучване „външният натиск“ събрани най-много отговори (76,7%) в сравнение с „вътрешния“ (65,8%) и „самоцензурирането“ (20,8%). През 2022 г. се наблюдава сериозен скок

Графика 8

КОИ СПОРЕД ВАС СА НАЙ-ЧЕСТО СРЕЩАНУТЕ ФОРМИ НА ОГРАНИЧЕНИЕ НА СВОБОДАТА НА СЛОВОТО В БЪЛГАРИЯ?



АЕЖ-България вече е отбелязвала, че автоцензурата е вид самозащита от налагане на вътрешноредакционни санкции – мъмрене, глоби и намаляване на възнаграждението. Но изглежда, че с всяка изминала година журналистите губят съпротивителни сили срещу външната и вътрешната намеса в работата си. Увеличава се усещането за несигурност и страх от загуба на работата. Почти всеки втори участник (46,6%) в анкетата през 2022 г. посочва, че, макар и рядко, му се случва да спира свои публикации, репортажи или отбягва да отрази важни обществени теми. Редовно прилагат тази практика 7,4%, сочат данните. А близо 40% от респондентите посочват, че никога не са имали подобни случаи в професионалната си кариера. С малки отклонения резултатите остават непроменени от 2020 г.

От вътрешните източници на натиск върху работата на журналистите продължава да бъде водеща практиката **да се сваля или променя съдържанието от страна на по-високопоставения редактор**. На второ място е посочена „принудата“ от собственик на медията, следвана от „инструктажите“ на рекламния отдел. Мъмренето и порицанието също са срещани инструменти за „регулация“ и намеса в публикациите и видеоматериалите (Графика 9).

Графика 9

В РАМКИТЕ НА ВАШАТА МЕДИЯ, КОИ СПОРЕД ВАС СА ВЪЗМОЖНИТЕ „ВЪТРЕШНИ“ ИЗТОЧНИЦИ НА НАМЕСА И УПРАЖНЯВАНЕ НА НАТУСК ВЪРХУ ЖУРНАЛИСТИТЕ?



Ето как респонденти описват причините за автоцензурата (мненията тук и по-надолу се споделят без редакторска намеса):

„1. Икономически/политически интереси на собствениците; 2. Страх от санкции/уволнение; 3. Заплахи от икономически/криминални групировки.“

„Форма на самоограничение и независимо по какви причини, то възпрепятства нормалния творчески процес. Това се случва най-често, когато са намесени властта, рекламодателите или други институционални, или бизнес представители.“

„Практикува се от журналистите, тъй като у тях съществува усещането, че даден материал няма да бъде възприет добре от дадена политическа фигура и/или партия, или пък от обществото. Автоцензурата у журналистите е нещо, което се е насъбирало с години и в един момент просто става част от човека, практикуващ професията. Дори смятам, че да се самоцензурираш е далеч по-лошо от това някой друг да упражнява цензура върху теб. Журналистите изпитват страх да не загубят работата си, особено в тези трудни времена, в които живеем, и на фона на цялата конкуренция и борба за място в медиите. Автоцензурата е съвкупност от много неща, компромиси със себе си и пр.“

„В по-малките населени места повечето хора се познават, до някои истини се достига с информатори и това също повлиява...“

„В по-свободните медии – нежелание на редакциите да засегнат интересите на големи рекламодатели, собственици или спонсори на съответната медия. В медиите бухалки – очевидна редакционна политика в услуга на конкретни политически партии и бизнес кръгове и в ущърб на политическите им опоненти и на представители на гражданското общество.“

„В частните регионални медии финансирането и икономическото оцеляване е свързано с добрите отношения с бизнеса и местните власти. Бизнесът рекламира, както и местните власти публикуват обяви, прессъобщения и т.н. За да вземеш мнението на някой, той трябва да иска да ти го даде, а ако не иска да говори с теб – не можеш да си направиш материала. Причините за автоцензурата са тривиални – за да си свършиш работата, за да работиш и да си получаваеш заплатата, трябва да си в добри отношения с местната власт и с бизнеса.“

„Договорите за медийно сътрудничество с държавни, общински, партийни и др. органи и организации, чрез които се налага да търсят приходи независимите граждански вестници...“

„Дълбинен конформизъм, но и неразбиране на функцията на медиите.“

„Изискването за “политическа коректност”, изискването “да не противоречим на решения на ЕС”, а напоследък и изисквания, свързани с отразяването на конфликта между Русия и Украйна.“

„Има най-различни и, за съжаление, са станали част от ежедневието на немалко журналисти и вече не се усеща като нещо, срещу което трябва да има съпротива. Да не бъде ядосан редактор, да не се обиди външно лице, което малко или много има някакво влияние върху редакторската политика.“

„Инстинкт за самосъхранение и социален страх, който по принцип цари в обществото като цяло. Той именно поражда злобата и завистта като социално поведение, а те пък – езикът на омразата и липса на вътрешно единство в самата гилдия.“

„Като автоцензура могат да се определят явления от съвсем различен порядък. Ако например липсва достатъчен професионализъм всеки опит за работа по вътрешни редакционни правила може да се интерпретира погрешно от някои колеги като натиск. Ако примерно преценя, че на репортажа, който подготвям му липсва нещо откъм фактология и доказателствен материал и го задържа, за да стигна до такава, това няма да е автоцензура, а просто добре свършена работа. Има обаче и практики, свързани с това да се канят определени гости за някакъв измислен баланс, които стават много видими в мейнстрийм медиите. Съответно има и практики някои колеги, за да се нагодят към някаква редакционна линия да се отказват от определени гости за сметка на други, които са редовно присъствие в дадена медия.“

„Който иска да бъде журналист, трябва задължително да отговаря на две изисквания: първо, да е нормален човек /в смисъл да не е изкривен/ и да приема нормално света около себе си; второ, да не е страхлив /пък ако е и работлив, цена няма да има, ама това вече е "екстра"!/. Ако един журналист не притежава тези качества, много е лесно да бъде "пробит" отвън или пък сам да поддаде.“

„Конкретната позиция на изданието най-често зависи от интересите на икономически или политически субекти, които защитава, с цел финансиране или получаване на обществени поръчки, еврофондове и тн.“

„Малкият медиен пазар и реалната възможност, ако журналист загуби работата си, трудно да намери реализация в друга медия. Това според мен е и една от причините за по-ниското заплащане в сектора. Така по-лесно се оказва въздействие и върху пряката работа на журналиста.“

„Маргинализирането на журналистическата професия през последните години и страха от последствия от действията на журналистите.“

„Политически пристрастия, допълнително заплащане, което не е официално декларирано, но е свързано с политически субекти, както и страха от загуба на работа. Една от смущаващите тенденции е деквалификацията, в резултат на недостатъчно или неадекватно обучение, което организира работодателя, както и нежеланието или липсата на активност за осъвременяване на знанията от страна на самите журналисти.“

„Страхът да не останеш без работа. Една част от бившите ми колеги споделят, че когато предложат повече от веднъж тема, която редакционният екип мълчаливо отхвърля, просто сами спират да предлагат материали, за които смятат, че няма да бъдат одобрени или ще бъдат отхвърлени мълчаливо.“

„Страх дали материалът ще се хареса на публиката.“

Показателни са и резултатите, които събират отговорите на въпроса дали се допускат критични публикации и материали в медиите срещу действителни рекламодатели и други финансови спомоществователи. Почти всеки трети анкетиран журналист отбелязва, че „по-скоро не се допускат“ (27%). Близо 17% отбелязват „в никакъв случай“. А около 20% заявяват, че е само по изключение.

ПОЛИТИЧЕСКАТА НАМЕСА Е ТУК И ЩЕ ОСТАНЕ ДЪЛГО

Държавните, областни и общински институции все повече се утвърждават сред водещите източниците на външен натиск. Ако през 2020 г. са посочени от 30,7% от анкетираните, то две години след това **ръстът е сериозен и достига 47,5%** (графика 10). С всяка изминала година местните и държавните институции все повече използват различни инструменти за натиск, които се приписваха основно на икономическите субекти и рекламодателите.

Сериозното влияние на местната власт в някои медии се вижда и от резултатите на въпроса: „Плаща ли общината на медии от вашия регион за публикуване на готови прессъобщения?“. Всеки трети отговаря положително. А други 30,4% посочват, че не знаят, но са чували за подобни практики (графика 11).

Все пак първото място сред центровете на влияние върху редакционното съдържание имат политиките (72,5%). Видимо е обаче, че се формират клъстърни от устойчиви негативни влияния върху медиите. Увеличение има и в натиска, който упражняват криминалните групировки (с близо 10 на сто спрямо 2020 г.). А дори скочат и процентите, които се дават на практиките на представители на гражданското общество (с повече от 8 пункта спрямо 2020 г.), показват данните.

Графика 10

АКО СМЯТАТЕ, ЧЕ ИМА ВЪНШЕН НАТУСК, КАКЪВ Е НАЙ-ЧЕСТО НЕГОВИЯТ ИЗТОЧНИК?



В рамките на последните две години остават почти без промяна резултатите от въпроса, 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. Наблюдават се и практики на партийни централни и държавни институции да не информират редакции своевременно за пресконференции или за актуални теми от обществен интерес. Всеки трети журналист отговаря, че често е обект на различно отношение в сравнение с представители на медии, подкрепящи властите. 40,2% посочват „понякога“, а „никога“ – 11,8%. Около 16% отказват да дадат отговор на този въпрос.

Някои от журналистите в анкетата споделят за различни случаи на намеса в работата им. От „лични обаждания и търсене на обяснения“, „рекети от рекламодатели и държавни финансиращи институции“, през „оттегляне на рекламодатели“. „По силата на йерархията, натиск, облечен в правомощия“, споделя друг респондент. „Подкупени собственици подбират послушни редактори, които налагат желаната редакционна политика“, описва трети. Ето и още коментари:

„Натискът в медиите, в които съм работила, никога не е бил толкова ясно изразен. Но е ясно, че има такъв, когато от разговор с главния редактор ми стане ясно, че човек, от когото медията зависи, би имал сериозен проблем, ако напиша дадена информация. И тя просто не излиза.“

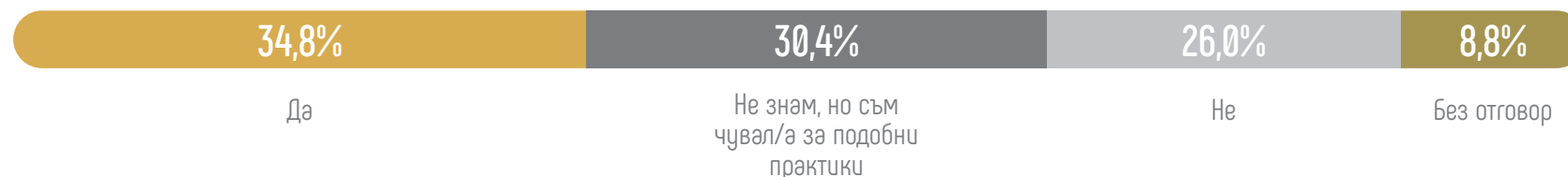
„Психологически натиск.“

„Саботиране на работния процес.“

„НПО прийоми, натиск чрез псевдо демократични практики.“

Графика 11

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



Без видима промяна спрямо 2020 г. остават активностите да се разпространяват скрити пиар публикации и видеорепортажи в медиите. 18,6% от журналистите посочват, че това е широко разпространено в тяхната редакция. Всеки трети заявява, че това е изключение, но все пак му се е налагало да го прави. За подобни случаи, но в ресори на техни колеги, споделят 20,1%. Като „несъществуваща практика“ в тяхната медия отбелязват 30,4%.

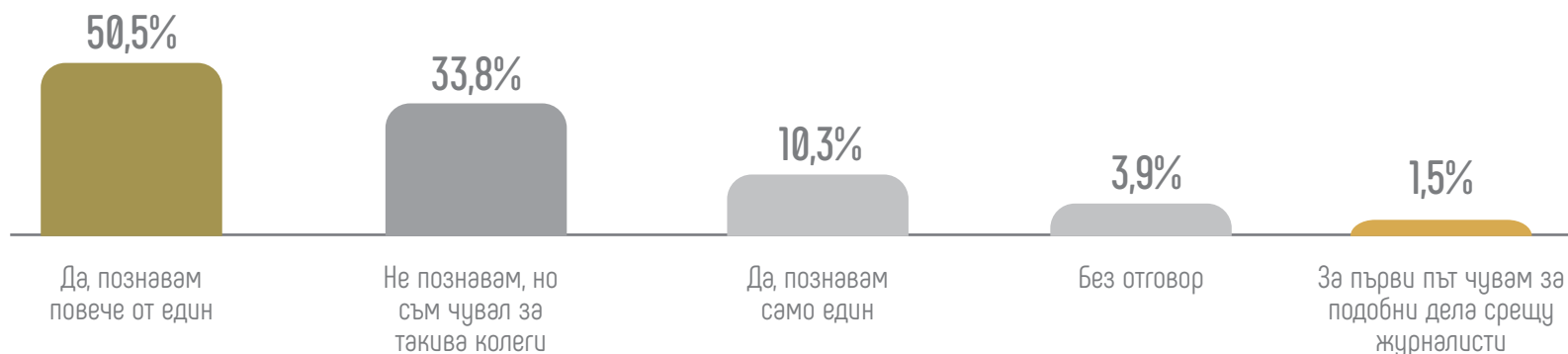
ВСЕКИ ДЕСЕТИ Е БИЛ ЗАПЛАШВАН СЪС СЪД

Съдебните дела срещу журналисти, които целят да ги сплашат или затруднят работата им и да изпълняват обществените си задачи, зачестяват все повече. Тези дела, известни и като *Strategic lawsuits against public participation* (SLAPP от англ. език буквално означава „шамар“) са продължителни и бавни. Те често имат смразяващ ефект, оказват психологически тормоз, а понякога предизвикват и финансов блокаж на медиите. В края на 2021 г. бе поета инициатива в Европейския парламент за единно европейско законодателство за защита срещу SLAPP. Ето защо и АЕЖ-България реши да провери ефектите от тези дела в българската медийна общност.

Всеки втори анкетиран (50,5%) посочва, че познава колега, срещу когото е воден сплашващо дело, показват резултатите. Един от трима е чувал за такива дела (33,8%) (графика 12). „Смразяващите ефекти“ от тези дела влияят на всеки четвърти участник в анкетата. Близо 25% си налагат автоцензура и избягват проблемни теми, защото знаят, че може да бъдат съдени. За мнозинството (65,7%) от респондентите обаче информацията за дела срещу журналисти не оказва влияние (графика 13).

Графика 12

ПОЗНАВАТЕ ЛИ КОЛЕГА, СРЕЩУ КОГОТО Е ВОДЕНО СПЛАШВАЩО ДЕЛО?



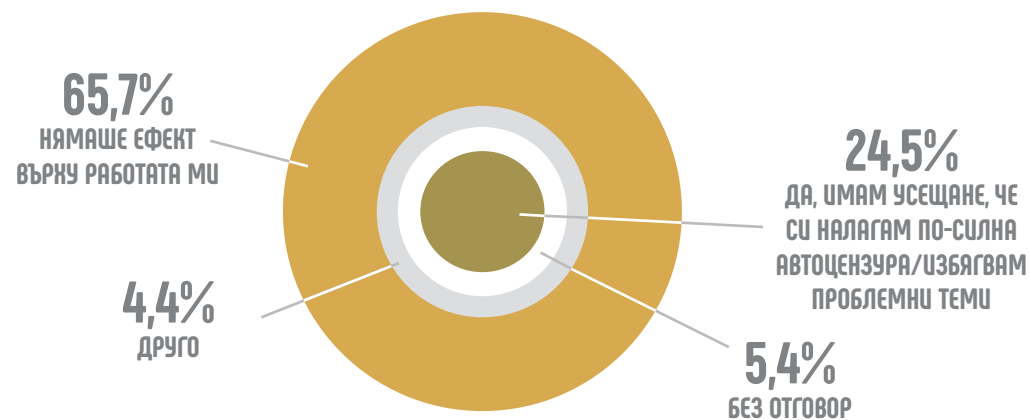
От „Амбицира ме“, през „Не отразявам актуалната политическа действителност“, до „Не избягвам теми, но имам предвид“. Така се развиват и отговорите на отворения въпрос: „На вас лично повлия ли ви информацията, че са водени дела срещу журналисти?“.

Журналист споделя, че е започнал да работи по-прецизно. Негов колега пък призовава за „сдружаване на журналисти в името на по-добра защита“. Трети отбелязва, че не може да си представи за правилно да съдиш журналист, който си е свършил работата. „На фона на медийната среда в България това го прави и смел човек“, добавя респондентът.

Други отбелязват, че е важно да се знае за какво са водени тези дела. „Някои колеги/редакции пишат страшни глупости“, „Журналистите трябва да носят отговорност за ефекта, който причиняват чрез публикациите си“, коментират двамата от участниците в анкетата.

Графика 13

**НА ВАС ЛИЧНО ПОВЛИЯ ЛИ ВИ
ИНФОРМАЦИЯТА, ЧЕ СА ВОДЕНИ
ДЕЛА СРЕЩУ ЖУРНАЛИСТИ?**



ОГРАНИЧЕНА ПРАВНА ПОМОЩ, УВРЕДЕНА РЕПУТАЦИЯ, БЛОКИРАНИ СМЕТКИ

Около 17% от участниците в проучването на АЕЖ-България споделят, че заради журналистическата им работа срещу тях е водено дело за сплашване (Графика 14). Всеки втори от съдените журналисти отбелязва, че причина за това са били засегнати политически или икономически интереси (Графика 15). Някои изтъкват и други причини: „клеветата“, „заради професионализъм и степен на квалификация, по-високи от тези на началниците, желание да развивам нови тематични полета“, „публикуване на имотни декларации на кмет и общински съветници“.

При 38,2% делото е било водено в наказателен съд. Мнозинството от делата (58,8%) обаче са решавани в гражданските отделения на съдилищата.

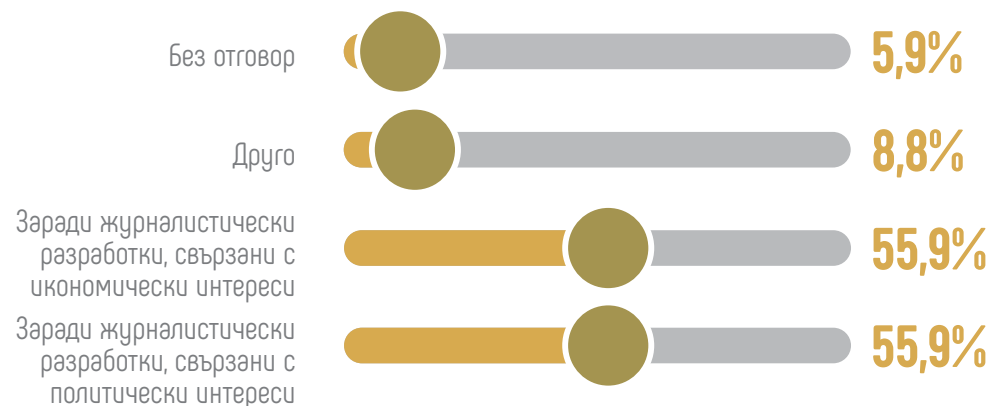
Графика 14

**ВОДЕНО ЛИ Е ДЕЛО ЗА СПЛАШВАНЕ
СРЕЩУ ВАС ЗАРАДИ РАБОТАТА ВИ?**



Графика 15

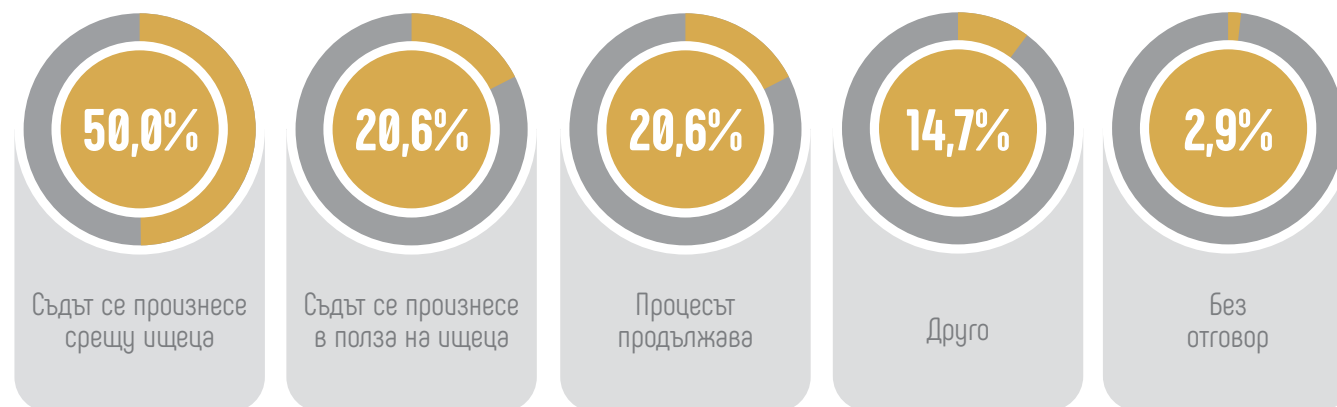
**АКО Е ИМАЛО ОПИТУ ЗА
СЪДЕБНО СПЛАШВАНЕ, КАКВА
БЕ ПРИЧИНАТА?**



На въпрос „Какъв бе изходът от делото?“ резултатите показват, че при всеки втори казус съдът решава в полза на журналиста или медията. Но всяко пето дело (20,6%) се печели от ищеца. При други 20% от съдените журналисти процесът все още не е приключил (Графика 16).

Графика 16

**КАКЪВ БЕШЕ
ИЗХОДЪТ В
КОНКРЕТНИЯ
СЛУЧАЙ?**



Ето какво разказват някои от анкетираните, попитани какъв е бил изходът от делото в техния случай:

„За 15 минути купиха съдия и адвокат. Аз заплатих разходите по делото и отказан да продължа на по-горна инстанция, въпреки опита за принуда от адвоката ми. Той вече използваше езика на онзи, който подписа заповедта ми за уволнение.“

„Ищецът и собственикът на медията сключиха споразумение.“

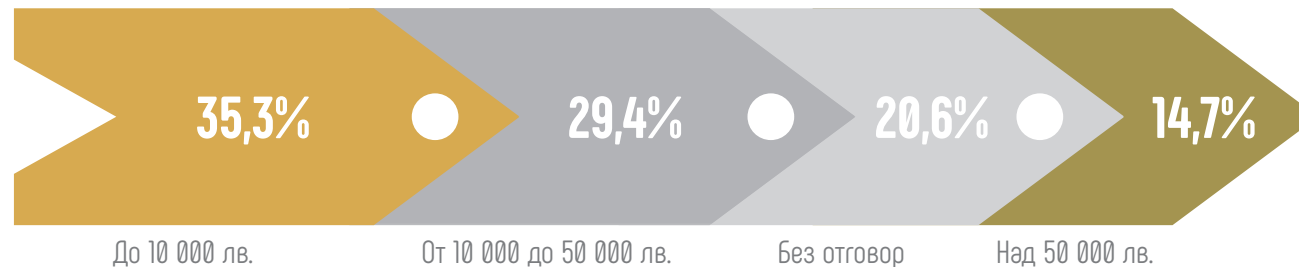
„Ищецът оттегли претенциите си.“

„Прекратиха делата.“

Най-често срещани са исковете до 10 хил. лева. Почти всеки трети от съдените респонденти се е изправил и в дела с искове между 10 хил. лв. и 50 хил. лв. Но прави впечатление, че всяко десето дело срещу журналист или медия е за над 50 хил. лв. (Графика 17).

Графика 17

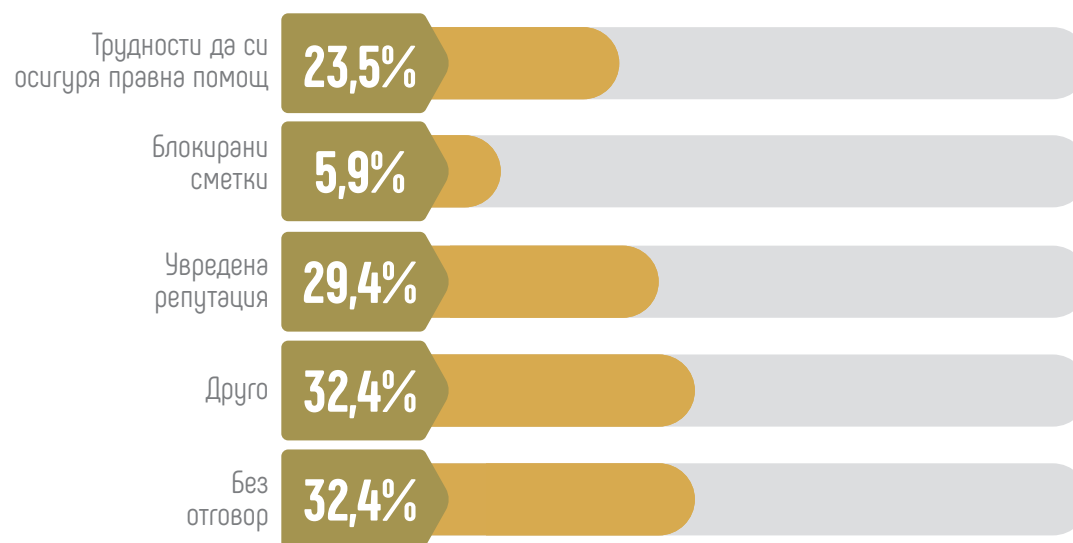
НА КАКВА СТОЙНОСТ БЕ ИСКЪТ?



Един от трима журналисти, преминали през съдебен процес, споделят, че „увредената репутация“ е най-сериозното затруднение, което е изпитал. За около 23% препятствие е било да си осигурят правна помощ. Близко 6% пък отбелязват, че заради делото са им били блокирани сметките (графика 18). Но има и още. Автоцензура, емоционален стрес, загуба на време и енергия. А дори и забрана за писане в сферата на конкретния икономически сектор. За всичко това споделят в анкетата журналисти, преживявали съдебен процес. „Не срещнах трудности. Собственикът на медията се погрижи и за правната помощ“, коментира и техен колега.

Графика 18

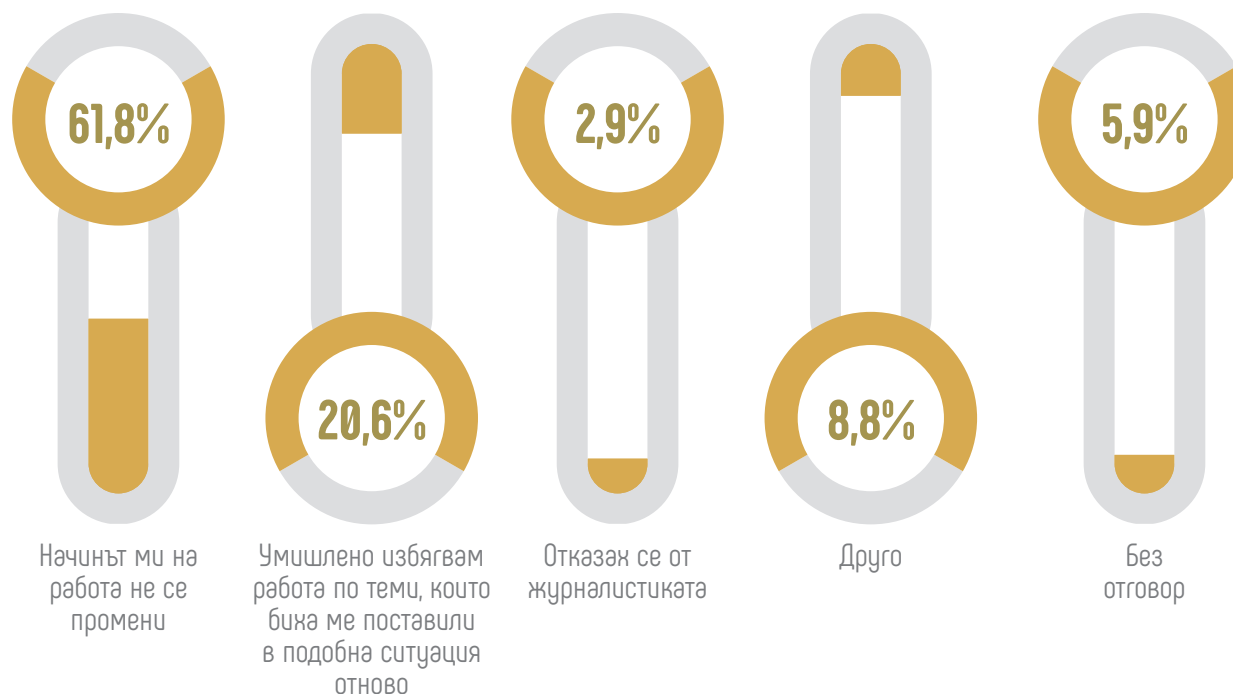
КАКВИ ЗАТРУДНЕНИЯ СРЕЦНАХТЕ ПО ВРЕМЕ НА ДЕЛОТО?



След приключването на съдебния процес при мнозинството от съдените журналисти начинът им на работа не се е променил. Всеки пети обаче вече избягва да работи по теми, които биха го поставили в подобна ситуация. С други думи – ефектът от делото е дал резултат. Близко 3% отбелязват, че са се отказали от журналистиката (графика 19).

Графика 19

**КАКВИ СА
ПОСЛЕДСТВИЯТА ЗА ВАС
СЛЕД ПРИКЛЮЧВАНЕ НА
СЪДЕБНИЯ ПРОЦЕС?**



Ето какво още споделят съдени журналисти:

„Имаше едногодишен период в който изпитвах съмнения в себе си и в качеството на моята работа“.

„Останах без работа“

„Старая се да съм напълно прецизна по отношение на изложените факти и изразните средства, които използвам. Не защото се страхувам, а защото не искам да съм уязвима. Преди не съм си дала сметка, че някои думи – според мен съвсем на място – могат да ме отведат в съдебната зала. Но по същество работата ми не се промени, пиша по същите теми и не се самоцензурирам, просто съм по-внимателна“.

ОНЛАЙН ТОРМОЗЪТ – НОВАТА БУХАЛКА СРЕЩУ ЖУРНАЛИСТИ

Няколко поредни изследвания на АЕЖ-България регистрират разпространението на клевети срещу журналисти като най-често разпространена форма за външен натиск. Вече имат устойчиво присъствие. Ако през 2017 г. те са посочени от 41% от участниците в анкетата, през 2020 г. оклеветяването отбелязва ръст до 49%. Две години след това има спад от близо 15% (35,8% през 2022 г.).

Появява се нов феномен – онлайн тормозът, обиди и заплахи в социалните мрежи и форуми на медиуми. Всеки трети респондент смята, че това е сред най-честите форми на външен натиск. С около 4 пункта расте и съдебното преследване на журналисти. Но в сравнение с 2020 г. близо два пъти намалява тежестта на „изнудването“ като външен инструмент за влияние **(Графика 20)**.

Графика 20

АКО СМЯТАТЕ, ЧЕ УМА ВЪНШЕН НАТУСК, КАКВА СПОРЕД ВАС Е НАЙ-ЧЕСТО НЕГОВАТА ФОРМА?



ИСТОРИИ НА ЖУРНАЛИСТИ, ПОДЛАГАНИ НА НАТУСК

„Аз лично съм била в такава ситуация. Причината бе едно разследване за злоупотреби с евросредства при реализацията на проект, изпълняван от общината. Бяха приложени спрямо мен, като по "учебник", познатите методи - разпространение на неверни, груби и клеветнически публикации. Заливане на социалните мрежи с клевети, което имаше за цел компрометиране на личността ми и респективно омаловажаване на разкритите злоупотреби. Най-лошото обаче беше, че колегите от останалите медии не подкрепиха мен и екипа ми, а се преструваха, че такава тема /имам предвид разследването/ не съществува. Една част пък с ентузиазъм се включиха в клеветническата кампания. Причината е ясна - всички бяха на хранилка при тогавашния кмет. При избирането на нов градоначалник изключително гъвкаво всички се отрекоха от стария и подновиха договорите си с новия. А злоупотребите и престъпленията си продължават. Каква свобода на словото? Какви свободни медии и журналисти? Нещо дълбоко е сбъркано.“

„В края на септември 2020 г. бях освободен от медията, в която тогава работех, след обявяване на министър. Повод - две публикувани статии за непрозрачното отдаване на концесия на критична държавна инфраструктура. Разбира се, освобождаването стана "хитро", по "взаимно съгласие", без никакъв шум и пр... А какъв смисъл има изобщо от тези анкети? След като цялото общество знае например, че в някои медии на журналистите не се плащаше и не се плаща с години?!? И всички си мълчат като агънца на заклание?!? И това са "журналисти"! Тъжно! Гнусно! Отврат!!!“

„В последните години не живея в България и не съм имала проблеми с цензурата или друг вид натиск. Преди ми се е случвало да свалят мой материал, защото не с е харесал на политик или бизнесмен. Падали са ми цели теми, подготвени за разговор на живо в тв студио, поради риск да увредят имиджа на рекламодател. Случвало ми се е продуцент да отхвърли гост-страна по някаква конфликтна тема и да не го замени с друг, с което до зрителя достига половин история, половин версия на истината и усещането, че водещият е страна в конфликта. Срещу мои колеги в момента се водят дела, в които с просто око се вижда невъзможността за безпристрастно разглеждане на фактите. Например срещу мой колега се води дело за уронване на престижа на публична личност, защото в свой материал е събрал на едно множество известни и лесно проверими факти относно работата на тази особа в разрез с обществения интерес. Съдия по делото е човек, който също е бил обект на журналистическо разследване от страна на моя колега. В края му се появява статия с факти, които събуждат основателни въпроси относно интегритета на съдията. Защо съдията не си е направил отвод за новото дело и може ли някой да допусне, че може да бъде безпристрастен?“

„Водил съм няколко идиотски дела с Комисията за защита на личните данни например. Една от санкциите, които тези негодници наложили на ръководения от мен вестник, бе за публикация за заплатите в една общинска администрация – оплакали се “слугите на народа”, че заплатите им били “лични данни” и от Комисията ни наложили глоба. Съдихме се към две години и...нищо, разбира се, ако изключим загубеното време. Разни местни “величия” са ни съдили за огроомни морални вреди, претърпени от наши публикации, но номерът им не е минавал. Имаше времена, когато по-скоро се забавлявах с всичката тази глупащина, но вече ми тежи – остарях и си давам сметка, че вече нямам много време за губене за разни простотии.“

„За да издържаме медията си, развиваме други бизнеси, които са били нападани от административни структури заради определени критични публикации. Успяваме да удържим на натиска!“

„Звънят разни зам.-кметове и председатели на общински съвети да плашат със съд и други подобни.“

„Историята е от 90-те години в несъществуващ вече вестник: Главният редактор (вече покойник) предупреждава да се пише внимателно за главния прокурор, защото е “хванал за топките” собственика, както и срещу самия собственик, който е важна фигура в общината. Това е генезисът на днешното състояние на медиите.“

„Когато в национален всекидневник публикувах статия, показваща, на основата на множество примери и с позоваване на научни изследвания, че предложенията за въвеждане на “Интернет гласуване” на практика няма да променят съществено политиката в България, представители на прекия ми работодател проведоха специална среща с мен, в която ме упрекнаха, че едва ли не тъй като нашата организация по принцип е “ЗА” технологиите и иновациите, то автоматично трябва пак така всички да сме “ЗА” и по въпроса за евентуалното въвеждане на “Интернет гласуване”.

„Медията, която ръководя, е от малкото в региона, които нямат и не искат да имат договор с общината в областния център. При всяка критика спрямо кмета и ръководената от него администрация получаваме “право на отговор”, с което се изисква публикуване на пълното му съдържание, което включва неприемливи квалификации за медията, за професионализма и за етиката на екипа ѝ, а не опровержение на фактите. По този начин администрацията индиректно упражнява цензура и натиск над медията и екипа ѝ. И в същото време накарнява доброто ѝ име, тъй като това “право на отговор” се разпространява и по информационните канали на медията. В атаката се впрягат и зависими от общината служители, хора и тролове. Освен това, член на екипа на кмета, в качеството си на гражданин, се опита да окаже индиректен натиск като поиска справка от останалите общини в областта за договорите на медията с тях.“

„Наскоро бях обвинен от прекия си ръководител, че с подредбата на новините съм направил пропаганда. Основанието беше, че тезите, изказани от цитираните в новините събеседници от върховете на държавното управление и бизнеса, не кореспондират с вижданията на въпросния началнически персонаж за събитията. За мое улеснение ми бяха конспектирани и "правилните опорки", които да се следват."

„Натискът над журналисти е от регионални медии е силно разпространен в по-малките общини на страната. От заплахи за физическа саморазправа до закани за съдебно преследване - всички тези прийоми са често използвани от "потърпевшите".

„Основно се използват социалните медии, като средство за очерняване. Етикетизирането, нарочването на даден колега, който е поставен като мишена за властимащите."

„Отказване на акредитации и спрял достъп до важни събития, оплаквания на високо ниво за "неправилно" зададени въпроси от една от страните в материала, порицаване от високо ниво за "неправилно" зададените въпроси, порицаване за подбора и представянето на новините, забрана за отразяване на конкретни събития или проблеми, натиск върху редакционната политика."

„Това не са еднократни случаи. Най-често са свързвани с политически натиск да не се публикува нещо. Достъпът до информация от публични институции е крайно затруднен. Това също го тълкувам като натиск. Предполагам, че знаете за Закона за достъп до обществена информация, който беше приет за улеснение на гражданите, но всъщност държавната администрация го насочи срещу журналистите и бави отговорите на важни въпроси по 2 седмици. Стига се и до съд понякога."

ИЗБОРИ БЕЗ КРАЙ

Публична тайна е, че изборните кампании са сериозен източник на финансиране за някои медии. И това поставя под съмнение безпристрастното, честно и балансирано отразяване на кампаниите за местна и национална власт. Гарантирането на информиран избор, който трябва да направят гражданите при всеки вот. Изследването АЕЖ-България през 2022 г. се провежда в рамките на сериозна политическа криза и поредица от нестабилни парламенти и изборни кампании. Това е сериозен фактор, който няма как да не окаже влияние върху резултатите от проучването.

Мнозинството от анкетираните журналисти (71,1%) са категорични, че в тяхната медия не се допускат нелоялни практики по време на изборната кампания. Но един от десетима признава, че понякога има такива. В сравнение с 2020 г. няма промяна в отговорите на конкретния въпрос какви са те в случаите, когато се допуска отклонение от професионалните журналистически стандарти. Платеното съдържание и непропорционалното представяне на едни участници в кампанията спрямо други са най-често срещаните практики. Не е малък и делът на черния пиар (графика 21).

Графика 21

КАКВИ СА НАЙ-ЧЕСТО СРЕЩАНУТЕ НЕЛОЯЛНИ ПРАКТИКИ?



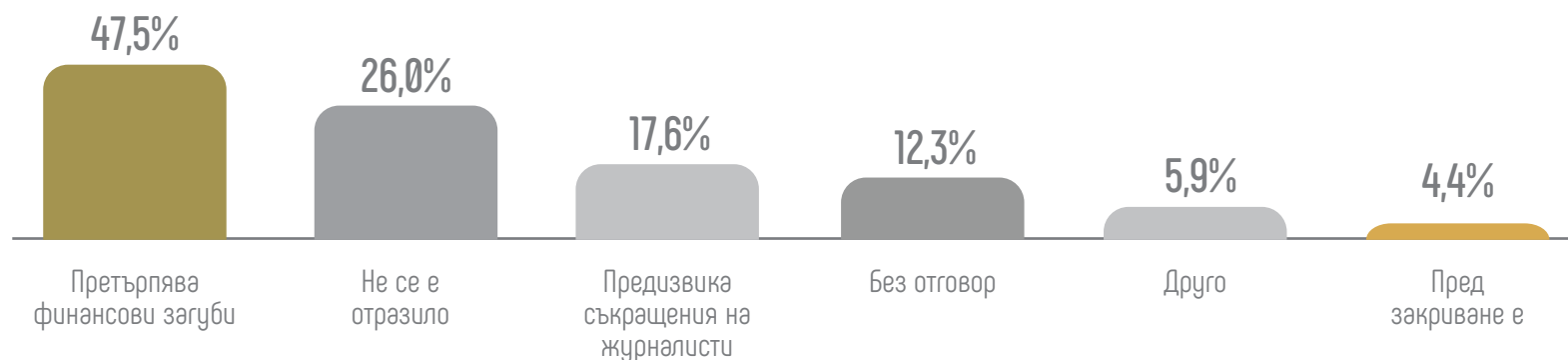
„Всичко изброено, както и редица други практики от “задкулисието”. Мисля, че в България липсва устойчив професионализъм в журналистиката, текучеството е огромно и обикновено чрез добре известни техники – социален парашутизъм и лобизъм на принципа “всички в парламента ме харесват”, коментира участник в проучването.

ФИНАНСОВИ ЗАГУБИ ОТ ПАНДЕМИЯТА

След две години от началото ѝ пандемията оказва сериозно влияние върху финансовите приходи на медиите. Това е и най-сериозният фактор, който събира и най-голям брой отговори във второ проучване на АЕЖ-България. Този въпрос бе зададен и през 2020 г., когато ефектите на заразата върху икономиката и медийния пазар все още не се бяха разгърнали. Две години след това песимистичните нагласи сред участниците в анкетата продължават. Резултатите следват данните от 2020 г. Всеки втори посочва, че медията, в която работи, има финансови загуби (47,5%). Над 17 на сто са отбелязали, че е имало съкращения. За други 26% няма промяна (графика 22).

Графика 22

КАК СЕ ОТРАЗЯВА ПАНДЕМИЯТА ОТ КОРОНАВИРУС И ИЗВЪНРЕДНОТО



„Медийният екип така и не се завърна на работа в редакцията и до ден-дневен изпълнява задълженията си в домашни условия“, споделя участник в анкетата. Друг посочва, че неговата медия пък била закрыта и продължила като друга с по-голяма периодичност. За съкращения в дейността наполовина, реорганизации в редакцията, орязване на командировки и пътувания в страната, пропилана възможност за промяна разказват трети. Някои отбелязват, че пандемията е повишила интереса към медията им. А журналист на свободна практика емоционално обобщава:

„Това не засяга журналистите на свободна практика. На нас медиите, с много малки изключения, хонорари НЕ ни плащат – работим БЕЗПЛАТНО! Въпреки обемната работа, която вършим и това, че се САМОФИНАНСИРАМЕ във/за всичко! Вкл. закупуването на диктофон, батерии, билети за гр. транспорт, за да отидем на събитие, заплащаме си интернета и пр...“

По един или друг начин отразяването на пандемията е оказало влияние върху редакционното съдържание. Темата продължава да създава колебания и да разделя позициите. Две години от началото ѝ един от десетима участници в анкетата на АЕЖ-България заявява, че заразата силно е ограничила свободата на словото. Почти същият процент респонденти споделят, че са започнали да се автоцензурират. Близко 37% отговарят, че има ограничения по темата, но това не се е отразило на работата им. Около 29 на сто от респондентите са посочили, че COVID-19 по никакъв начин не се е отразил на свободата им на мнение.

Възможността да се коментира въпросът обаче дава много по-богата картина от настроения и оценки. Засилване на дезинформацията и фалшивите новини, налагане на ограничение в разнообразието на информационни източници усили недоверието в институции и авторитети – това споделят някои от респондентите. „Запълване на медийното пространство с повече конспиративни материали и повече поляризация на предпочитанията за материали“, „Засилва балонния ефект на социалните медии и платеното съдържание в тях“, отбелязват други. А техен колега добавя: „Превърнаха хората в хипохондрици“.

Други отбелязват, че пандемията е дала ,алиби на институциите и те се затвориха още повече". Доказала и неподготвеността на журналистите и медиите да реагират при кризи, както и липсата на знание как да се работи с източниците на информация.

„Като че ли се увеличи получаването на информация онлайн за сметка на получаването на информация при срещи, пресконференции и др. Това се предпоставя и от развитието на технологиите (преди години беше немислимо например да отразявам заседание на парламентарна комисия онлайн, сега всички се излъчват), но пандемията засили този процес и физическото дистанциране от мястото на събитието. Разбира се, не за всеки тип медия това е валидно. Например телевизиите трябва да са на място и да имат картина, за мен - като представител на онлайн медия - е много по-лесно и бързо да гледам на екран и да пиша в реално време“, коментира журналист.

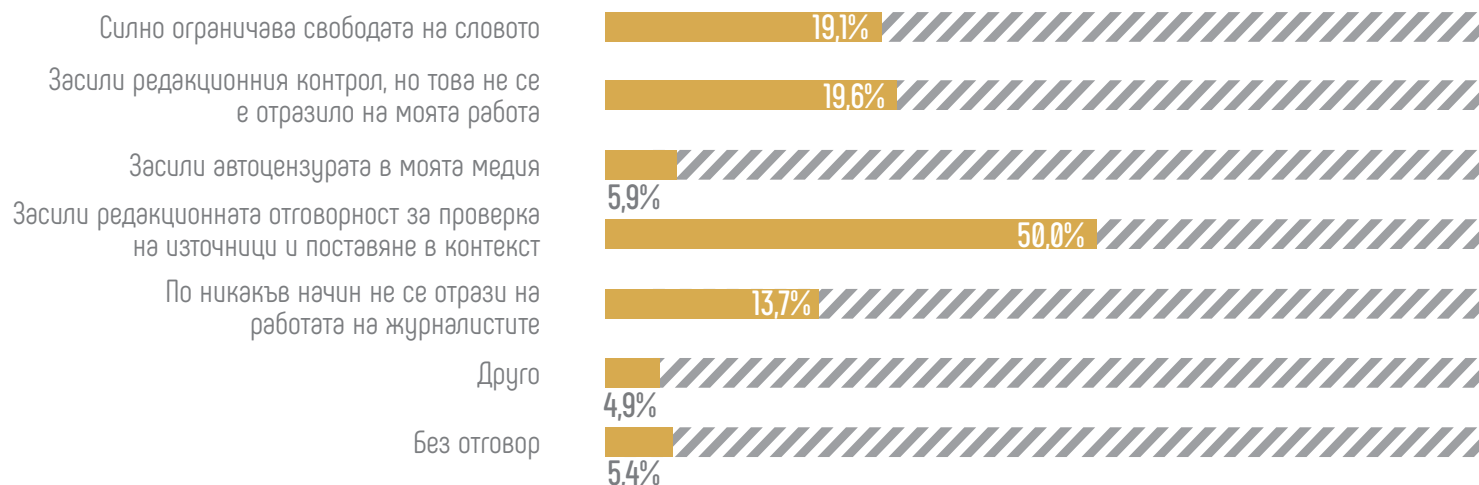
ВОЙНАТА ЗАСИЛИ РЕДАКЦИОННАТА ОТГОВОРНОСТ

В сравнение с пандемията войната в Украйна е предизвикала далеч по-сериозно разместваня в разбиранията за свободата на изразяване. Медийният сектор се изправи пред ново предизвикателство да разобличава дезинформация. Да се опитва да омекотява ударите върху обществените нагласи, идващи от ефектите на фалшиви новини, които разпространяват сюжети без контекст, избирателно боравят с факти, влияят върху емоциите на хората. Войната в Украйна показва, че бойните действия могат да се водят и в социалните мрежи – от Фейсбук, през Тик-ток до Телеграм. След пандемията срещу журналистиката се отвори още един фронт. А обществото се поляризира още веднъж.

Всеки пети участник в анкетата на АЕЖ-България посочва, че войната силно е ограничила свободата на словото (19,1%). Почти толкова респонденти отговарят, че е засилила и редакционния контрол, но това не се е отразило на решенията им (19,6%). За 13,7 на сто начинът им на работа не се е променил. А 5,9% споделят, че темите около конфликта между Украйна и Русия са засилили автоцензурата в тяхната медия. Но всеки втори журналист заявява, че се е увеличила редакционната отговорност за проверка на източници и поставяне в контекст (50%) (графика 23).

Графика 23

КАК ВОЙНАТА В УКРАИНА ВЛИЯЕ НА СВОБОДАТА НА ИЗРАЗЯВАНЕ?

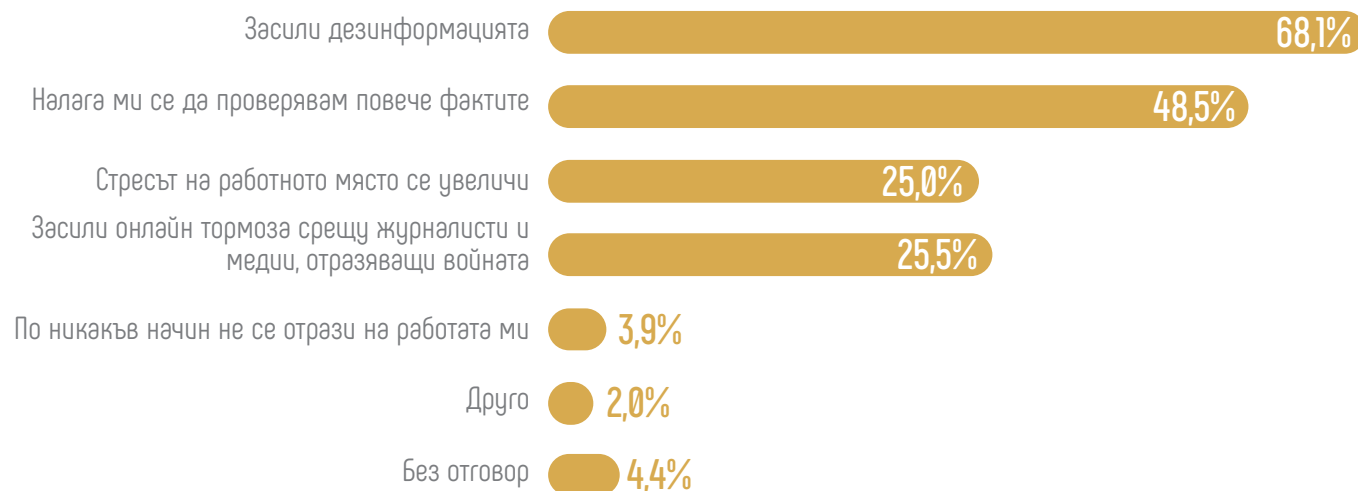


„Разпространение на фалшиви новини повсеместно“. „Медиите проявяват пристрастие и занижават критериите си за достоверност на съдържанието, което съвпада с позициите им“. „Те възприеха едната гледна точка, която доминира изцяло. Другата гледна точка е демонизирана“. Това коментират някои от респондентите.

Разпространението на дезинформацията е сред най-съществените предизвикателства, отключили се с войната в Украйна (графика 24). Всеки втори анкетиран е посочил, че му се налага повече да проверява фактите. Всеки четвърти отбелязва, че стресът на работното място се е увеличил. Притеснително висок (25,5 на сто) е и процентът на журналистите и медиите, които са подложени на онлайн тормоз.

Графика 24

КАКВИ ДОПЪЛНИТЕЛНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ВЪВ ВАШАТА РАБОТА ОТКЛЮЧИ ВОЙНАТА В УКРАИНА?



Участници в анкетата обръщат внимание на това, че многократно се е увеличила необходимостта да се следят и модерират коментарите към публикациите в сайта и споделените във Фейсбук статии. Още в първите дни на войната в Украйна някои медии затвориха въобще форумите си.

„Буквално ни заля вълна от проруски коментари на „тролове“, особено в началото на войната“. „Води се „война“ и на полето на троловете, те се умножиха. Или поне коментарите им са многократно повече от преди войната. Дори пандемията и „страшните“ ваксини не предизвикаха подобна „лавина“ от словесна помия“, отбелязват журналисти.

Ето и още коментари:

„Направи за смях казионните телевизии и голяма част от останалите български медии, които ги е страх и дума да обелят за истинските причини, предизвикали финалната фаза на 8-годишната гражданска война в Украйна.“

„Повече поляризация сред публиката и склонност да се осъждат непонравили се материали.“

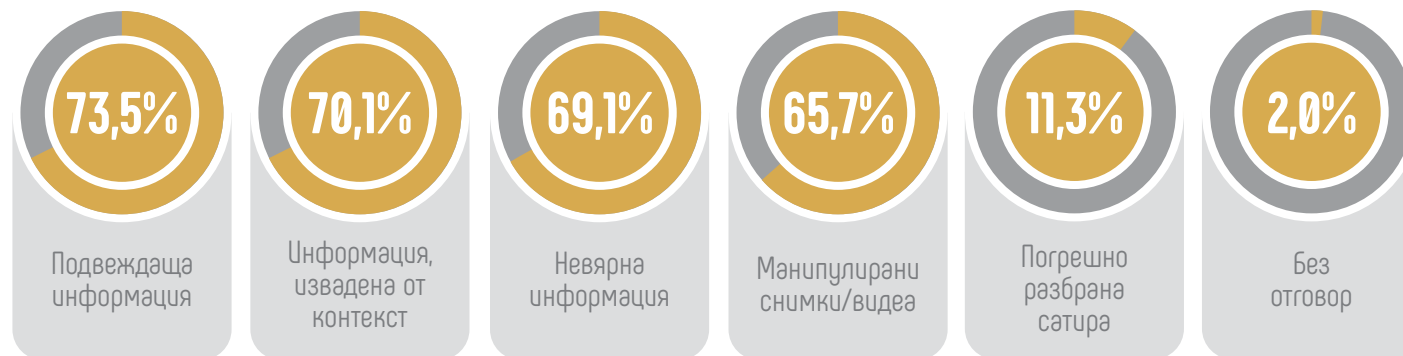
„Войната е най-тежка социална криза, а все пак в Европа не е имало война от над 70 години. Направете си сметка кой какво знае и как може да реагира в такава ситуация. През тези десетилетия навсякъде по другите континенти се водят реални горещи прокси войни между двата супергиганта, дори и след разпада на единия от тях.“

„Отново грандиозен натиск в посока да се отразява само правилната западна пропаганда – про Украйна. Всяка друга гледна точка се забранява посредством “факт чекъри”, стигматизация, обиди, клевети и др. Наруши се основен принцип в журналистиката – да се дава гласност и на двете страни в един конфликт.“

Най-често в работата си журналистите се сблъскват с подвеждаща информация. Почти поравно се срещат и други форми на дезинформацията – неверни твърдения и информация, извадена от контекст. С висок интензитет е и разпространението на манипулирани снимки и видеа (графика 25).

Графика 25

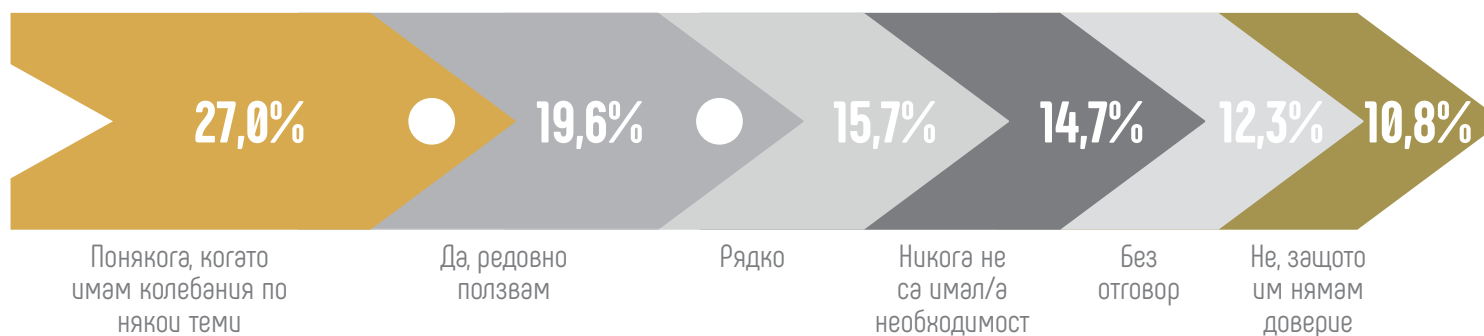
КОИ СА НАЙ-ЧЕСТИТЕ СЛУЧАИ НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ, КОИТО СТЕ СРЕЩАЛИ НАПОСЛЕДЪК?



Всеки пети анкетиран редовно ползва платформи за проверка на фактите, а всеки трети – понякога, когато има колебания. Един от десетима няма доверие в тях, а близо 15% отговарят, че никога не са имали необходимост (Графика 26).

Графика 26

ЦИТИРАТЕ ЛИ И ПОЛЗВАТЕ ЛИ КАТО ИЗТОЧНИК ВЪВ ВАШАТА РАБОТА ПЛАТФОРМИ ЗА ПРОВЕРКА НА ФАКТУТЕ?



Поляризацията, която отключват бойните действия в Украйна, силното политизиране и идеологизиране, разпространението на език на омразата в българското публично пространство не подминават и журналистиката. Медите са огледален образ на обществото. И споделените коментари и оценки от респондентите в този сегмент на проучването на АЕЖ-България са показателни за ефектите от високия емоционален заряд, който оставя войната. Публикуваме без редакторска намеса някои от мненията, които описват случаи на дезинформация:

„Всеки ден срещам примери за дезинформация по най-различни теми – прокремълски фалшиви новини, оклеветяване на политически лица чрез измислени факти, псевдофакти по здравни и икономически въпроси. Явлението се засилва след началото на войната в Украйна и получаването на парламентарно представителство на партия като Възраждане, която използва дезинформацията и манипулацията на фактите като основно политическо оръжие.“

„Примери от войната в Украйна има много. От страна на Украйна – първоначалните обявления за “загиналите” на Змийския остров, които след това се оказали живи и пленени. От страна на Русия – твърденията, че бременната Мариана Вишемирска от бомбардирания от тях родилен дом в Мариупол била “актриса”.

„Пример за дезинформация са всички манипулативни текстове, които представят едностранчиво само украинската гледна точка за войната. Не може да има обективност, когато е “разрешено” да се публикува само версията на Украйна, а всичко което идва от руската страна да с е обозначавано като пропаганда. Тълкуването на информационната война само и единствено от украинска гледна точка прави настоящата западна (и българска) журналистика инструмент за пропаганда.“

„Публикации за изказване на Борис Джонсън, че Русия може да използва ядрено оръжие и др. подобни. Информацията е свързана с изказване, но представена наобратно. Преиначена.“

„Разпространение на списък на българи, починали в пожар в Одеса, който е абсолютно фалшив.“

„Разпространение на стари снимки и видеа от различни локации с претекст, че са от войната в Украйна.“

„Скандално обвинение, че в Буча всичко е инсценирано. В Telegram руското Министерство на отбраната пише, че видеоклиповете от Буча са “инсценировка и провокация”.

„Случаят с кораба Царевна.“

„Снимка, публикувана от говорителя на руското МВНР за български тирове с украинско зърно.“

„Снимки на убити хора в Украйна.“

„Твърдението, че Русия е депортирала 1 милион украински граждани на своя територия, за което няма никакви доказателства и, предвид на огромните логистични проблеми на руснаците, очевидно противоречи на здравия разум.“

„Събитията в Буча (мърдащи ръце и тн.) Змийският остров и руския кораб. Превземане на „Царевна“.

„Фалшивите новини за биологически лаборатории в Украйна, представяне на стари снимки и видеа от протести за нови, новините за множество починали от ваксините и т.н. Примерите са безброй.“

„Шедьовърът е: „Украйна евакуира последните си бойци от „Азовстал“ – цитирам буквално сайтът на Радио Дарик. Но явлението не е само българско. Наложил се и на „Ню Йорк таймс“ да си плюят на престижа по аналогичен начин. Срамни времена за журналистиката!“

„Честото канене на хора, които уж представят другата гледна точка в национален ефир, а всъщност говорят непроверени факти, без водещите да успеят да ги засекат.“

„Още на третия ден от войната на граничния пункт „Дунав мост“ граничарите твърдяха, че Зеленски вече е в Полша и се е скрил. Ето това беше първата дезинформация, която беше достигнала до българите от руските СМИ.“

„Манипулативни информации и коментари в националните телевизии и някои добре охранени електронни и печатни медии. Брутален слугинаж от подставени, опротивели до погнуса, „грантови“ продажници!“

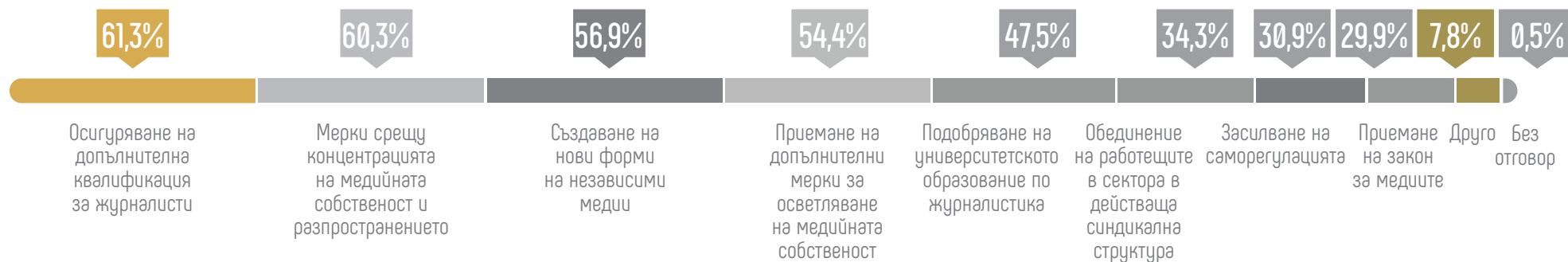
АВТОРЕФЛЕКСИЯ – ПРОБЛЕМНИ ПОЛЕТА ПРЕД МЕДИИТЕ

За поредна година създаването на мерки срещу концентрацията на медийна собственост и разпространението са сред най-важни инструменти, които биха подобрили българската медийна среда, смятат анкетираните. Липсата на ефективни действия в тази посока се отчитат от седем години в проучванията на АЕЖ-България. Същото важи и за предприемането на активности за осветляване на медийната собственост (графика 27).

За първи път в проучванията на АЕЖ-България осигуряването на допълнителна квалификация за журналистите се издига на водещо място и изпреварва всички останали мерки. През 2017 г. решения в тази посока бяха подкрепени от 48,5%, три години след това от 27,7% от анкетираните. А през 2022 г. ръстът е повече от очевиден – от 61,3%. Здравната криза, предизвикана от пандемията, дезинформационната буря, новите информационни военни фронтове, срастването на редакционно съдържание с политическия дневен ред разкриха сериозни дефицити в българската журналистика. И образователната и квалификационна подготовка на журналистите са важни инструменти за защита на имунитета на професията. Вероятно затова и всеки втори анкетиран вижда надежда за укрепване медийна среда в подобряването на университетското образование по журналистика. Тук ръстът от последното изследване е двоен. Друго решение за разсичане на конфликтните възли в сектора е създаване на нови форми на независими медии – близо 57%.

Графика 27

А СЕГА ИСКАМЕ ДА РАЗБЕРЕМ МНЕНИЕТО ВИ ЗА НАЙ-ВАЖНИТЕ МЕРКИ, КОИТО МОГАТ ДА СЕ ПРЕДПРИЕМАТ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА МЕДИЙНАТА СРЕДА В БЪЛГАРИЯ.



Нагласите за приемането на закон за медиите, засилването на саморегулацията и заздравяване на медийната общност чрез изграждане на силна синдикална структура остават непроменени спрямо 2020 г.

Темата за действията и решенията за подобряване на медийната среда в България събира и немалко емоционален заряд. Той се вижда от коментарите, които са оставили анкетираните. Някои смятат, че трябва да се създаде нетърпимост към „пощенските кутии в журналистиката“, „частните собственици да нямат право на друг бизнес, ако искат да притежават медии“. „Повече свобода (а не повече „fact-checking“), „работеща съдебна система“, възкликват други. Отправят се и искания да се „забрани финансирането от чуждестранни фондации, или правителства и да се заложи държавно субсидиране срещу изпълнение на етични стандарти и отговорна журналистика“.

„Проблемът е изцяло във финансирането“, отбелязва друг респондент. Според него „медии с подвеждащо и фейк съдържание реално привличат много по- голям трафик“. „Те могат да печелят много повече от стандартни реклами – ГУГЪЛ АДС. Фейсбук и Гугъл не могат да бъдат регулирани от нашата скромна държавица“, добавя той.

Предлага се да бъде осигурена и подкрепа за регионалните и за специализираните медии. „Там човек намира каквото му трябва и лесно може да различи фалшивата от истинската новина“, коментира журналист. А негов колега си пожелава кратко: „по-умна публика“.



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.*