



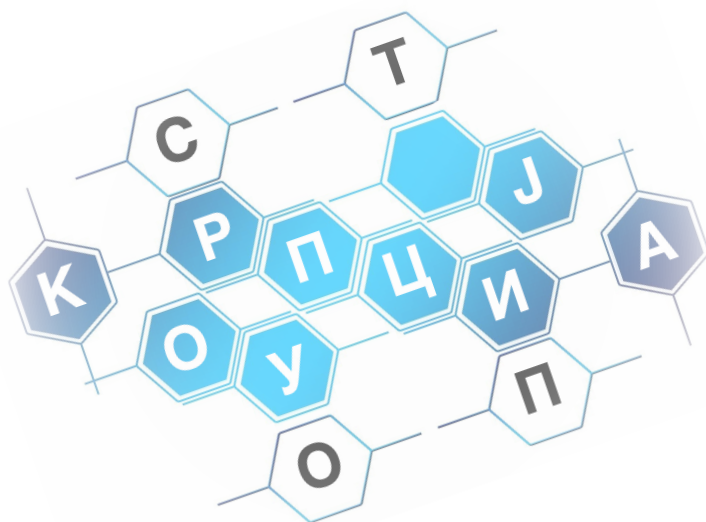
Здружение на граѓани за одбрана на
слободата на говорот и јавното изразување

НУЛТА ТОЛЕРАНЦИЈА ЗА КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ

**Лидери во борба против корупцијата - развивање
иновативни алатки за борба против корупцијата
во медиумите во Република Македонија**

Проектот е подготвен со финансиска поддршка од Европската Унија, во рамките на проектот „Граѓанските организации и медиуми против корупцијата – Коалиција за нулта толеранција“. Содржината е единствена одговорност на авторитети на Здружението на граѓани за одбрана на слободата на говорот и на јавното изразување Член 16 и таа не мора да ги одразува гледиштата на Европската Унија.





ПРЕДГОВОР

Централната премиса од која поаѓа истражувањето на Здружението Член 16, во проектот „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“, се потпира на логичката теза дека антикорупциските лидери мора силно да го потврдат сопствениот интегритет, а тоа подразбира да развијат политики, алатки и пракса на зацврстување на сопствената отпорност на корупциски притисоци. А новинарите, според општата перцепција на јавноста, се едни од клучните лидери во борбата против ова зло.

Истражувачкиот тим на Член 16 подготви и на порталот Плусинфо и во дневниот весник „Слободен печат“ веќе објави две обемни анализи на состојбите на ова поле. Првата анализа се однесува на светските искуства за корупцијата во медиумите, додека втората ги третира состојбите во нашите медиуми.

Втората анализа се спроведе со помош на интервјуи со 20 сопственици или претставници на сопствениците на медиумите, уредници, новинари сениори и новинари јуниори, за да се дојде до искази кои ја опишуваат објективната ситуација. Интервјуите се водеа врз основа на стандардизирани прашања, а на интервјуираните им се гарантираше анонимност, со тоа што заради потврда на веродостојноста на истражувањето, на поддржувачот на оваа несекојдневна анкета му е доставен список на анкетирани лица, со обврска нивните имиња да ги чува во доверливост. Исказите и шокантните сведоштва ги надминуваат сите претпоставки за она што објективно се случува „на теренот“, далеку од очите на јавноста, а сепак со многу големо ерозивно влијание и врз медиумите и врз јавниот интерес.

Најважно од сè е сознанието дека сепак постои јасно изразена свесност на членовите на новинарската заедница дека под корупциски притисок се подразбира секој обид со класичен поткуп, со нудење одредени материјални или нематеријални услуги, привилегии или користи за новинар, уредник, претставник на менаџментот или за сопственикот на медиумот, новинарите и медиумите да се оневозможат да работат во јавен интерес, а за сметка на интересите на одредени економски или политички групации и центри на моќ, чијашто промоција на таков начин се смета за манипулативна и опште-

ствено неприфатлива.

Новинарите и медиумските работници на различен начин реагираат на таквите притисоци - некои подлегнуваат, некои ги сметаат за нужно зло поради тешката економско-финансиска состојба во секторот, а во одделни случаи регистрирани се и случаи на иницирање на корупција од страна на субјектите во медиумите (рекет), како и страв и молк, а наспроти тоа, отпор и борба против ова зло.

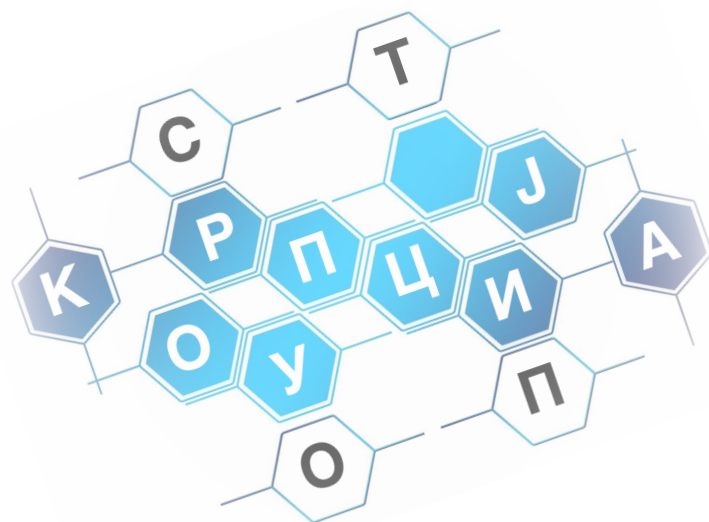
Врз основа на објавените анализи и реакциите во јавноста, Истражувачкиот тим на Здружението Член 16 подготви неколку иновативни алатки, со цел да им помогне на новинарите, уредништвата, другите медиумски работници, синдикалните организации и членовите на новинарските здруженија и на сопствениците на медиумите и менаџерите, како и на сите други субјекти кои имаат објективни податоци за состојбите во медиумите, да ја проценат личната подложност на корупциски притисоци, но и отпорноста на новинарските колективи. За таа цел, драфтиравме Персонален тест на интегритет (проверка на личната подложност на корупциски притисоци) и Тест за проценка на ризици на редакција за подложност на корупција.

Развивме и алатка наречена Нулта толеранција сценарија за отпорност и за реакција на редакција во случаи на корупциски притисоци и корупциско поведение. Целта на оваа алатка е да го организира менаџирањето на кризните ситуации и да ги дефинира улогите на актерите, со цел да се зајакнат капацитетите на новинарите и на редакциите за борба против корупцијата во нивните редови.

И конечно, тргнувајќи од проценката дека постои јасно изразена волја на членови на новинарската заедница јавно да ја декларираат својата посветеност на политиката на нулта толеранција на корупцијата во медиумите, подготвивме еден таков текст под наслов „Јас велам - НЕ!“.

Сите наведени продукти, резултат на неколкумесечниот ангажман на Истражувачкиот тим на Здружението Член 16, се содржани во оваа електронска публикација, која е достапна за сите. Се надеваме дека тие ќе ги поттикнат поединците во новинарската заедница, редакциите и новинарските здруженија на зголемена и попродуктивна активност во борбата против корупцијата во медиумите.

*М-р Биљана Илиќ Героска
претседател на Здружението на граѓани
за одбрана на слободата на говорот и
на јавното изразување Член 16*



КОРУПЦИЈА

АНАЛИЗИ

корупцијата). Но, има релативно малку извештаи за коруптивни притисоци токму врз новинарите и за инволвирање на медиумите во корупциските шеми. Случајот со Азербејџан, за жал, не е единствен.

Централната премиса од која поаѓа истражувањето на Здружението Член 16, во проектот „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“, се потпира на логичката теза дека антикорупциските лидери мора силно да го потврдат сопствениот интегритет, а тоа подразбира да развијат политики, алатки и пракса на зацврстување на сопствената отпорност кон корупциски притисоци, како и сценарија за справување со корупцијата, како во случајот на данскиот весник Берлингске (кој разоткрива инволвираност на поранешниот сопственик во меѓа корупциски скандал).

Инаку, нема дилема дека, како што рапортира Меѓународниот прес институт на 2 мај годинава, известувањето за корупцијата е водечка причина за убиствата во 12-те месеци пред објавувањето на овој значаен извештај, на Светскиот ден на слободата на печатот. Ќе ги издвоиме позначајните наводи од овој извештај:

На 22 февруари годинава, полицијата ги пронајде телата на Јан Куцијак, новинар на веб-сајтот Aktuality.sk и на неговата девојка, во неговата куќа во Словачка. Куцијак ја истражуваше корупцијата во владата, а неговиот извештај, кој открива врски меѓу италијанската криминална мафија и некои членови на словачката власт, беше објавен после смртта на авторот. Убиството доведе до оставка на словачкиот премиер Роберт Фицо.

Во изминатите 12 месеци, се вели во извештајот, ширум светот се убиени 88 новинари, од кои 6 се жени. Од нив, дури 46 се убиени во таргетиран напади, во повеќето случаи поради истражување и откривање корупција. Меѓународниот прес институт, глобална мрежа на уредници, новинари и раководители на медиуми, од 1997 година го спроведува проектот Death Watch и открива дека од таа година до сега, на должност загинале 1.801 новинар.

Најзначајни таргетирани убиства поврзани со истражување на корупција во 12-те месеци пред објавувањето на последниот извештај се веќе спомнатото убиство на Куцијак во Словачка; на Дафне Царуана Галиција (Daphne Caruana Galizia), убиена во експлозија на подметната бомба во Малта во октомври 2017 година; на Гаури Ланкеш (Gauri Lankesh), убиена во септември лани пред неговата куќа во Индија и на Хавиер Валдез Карденас (Javier Valdez Cárdenas), добро познатиот мексикански истражувачки новинар, во кого пукаа во мај минатата година.

Додека убиствата во Европа предизвикуваат глобална осуда и сè понагласени барања за апсење на одговорните, постојат десетици случаи ширум светот на кои не се обрнува меѓународно внимание. Латин-

ска Америка е една од областите со многу неразјаснети убиства на новинари кои известувале за трговијата со дрога и политичката корупција. Со 12 новинари убиени за 12 месеци, Мексико изгледа е најсмртоносно место во светот за работа на новинарите.

„Луѓето имаат право да знаат што се случува околу нив, а новинарите – било да станува збор за корупција или за известување од зоните на судири – да ги расветлуваат тие настани. Death Watch во изминатата година претстави неверојатни загуби не само за семејствата на жртвите, за колегите и за пријателите, туку и за самата демократија“, изјави извршната директорка на Меѓународниот прес институт, Барбара Трифони, по повод Светскиот ден на слободата на печатот 2018.

РАСТЕЧКИ АНИМОЗИТЕТ КОН НОВИНАРИТЕ

Интересно и за ова истражување особено значаен е акцентот на коментарот на меѓународната организација Репортери без граници, на Светскиот индекс на слободата на печатот за 2018 година (The 2018 World Press Freedom Index), со кој се мери нивото на слободата на печатот во 180 земји во светот. Воведната реченица во сумарумот на извештајот зборува за „растечки анимозитет кон новинарите“. „Непријателството кон медиумите – се вели во извештајот – отворено охрабрувано од политичките лидери, како и напорите на авторитарните режими да ја наметнат нивната визија за новинарството, претставуваат закана за демократијата“.

Репортери без граници предупредува дека непријателството кон медиумите од политичките лидери веќе не е ограничено само во авторитарните земји како Турција (157. место) или Египет (161. место), каде медиа-фобијата доведува до тоа новинарите рутински да се обвинуваат за тероризам, а неложните арбитражно да се затвораат. Сè повеќе демократски избрани лидери на медиумите веќе не гледаат како на суштински дел од демократските процеси, туку како на адреса на која ја искажуваат својата аверзија. На Индексот за 2018 година, САД, земјата на Првиот амандман, предводена од Доналд Трамп, паѓа за две места (45. место), а Трамп им се обраќа на новинарите како на „непријатели на народот“, термин, како што потсетуваат Репортери без граници, некогаш користен од Јосиф Сталин.

Се тенчи и линијата меѓу вербалното и физичкото насилство врз новинарите. Во Филипини, на пример, претседателот Родриго Duterte, не само што постојано ги навредува новинарите, туку и им се заканува велејќи им дека „не се исклучени од атентати“. Во Индија, премиерот Нарендра Моди плаќа армии задолжени за тролане на новинарите на



социјалните мрежи.

Она што најмногу изненадува е вербалното насилство врз новинарите во Европа. Појавувањето на чешкиот претседател Милош Земан на прес-конференција со лажен калашников и со зборовите „за новинарите“, ја чинеше Чешка пад од 11 места на рангирањето (сега е на 34. место). Словачкиот премиер Фицо, пред оставката, се „прослави“ со изјавите во кои новинарите ги нарекуваше „анти-словачки проститутки“ и „идиотски хиени“.

„Ослободувањето омраза кон новинарите е една од најлошите закани за демократијата. Политичките лидери кои фрлаат оган врз репортерите носат голема одговорност, затоа што го подриваат концептот на јавна расправа заснована на факти наместо на пропаганда. Да се оспорува легитимитетот на новинарството денес значи да се игра со исклучително опасен оган“, изјави генералниот секретар на Репортери без граници, Кристоф Делор (Christophe Deloire).

Се чини дека двата спомнати извештаи, чии теми само делумно се поклопуваат, сепак упатуваат на една крупна дилема, која бара сериозно објаснување – како е можно, во период кога новинарите буквално со крв ја плаќаат својата жестока, лидерска битка против корупцијата во светот, наместо да бидат почестени со доминантна емпатија и поддршка од демократскиот свет, да се соочуваат со растечки анимозитет и со „оспорување на легитимитетот на новинарството“? На што е последица таа контрадикторност?

Хипотезата што ќе ја поставиме на крајот на првиот дел од нашата анализа на рецентните светски искуства не води кон сторијата со која започнавме, со случајот во Азербејџан. Имено, се чини дека во алокацијата на ресурсите за крупната корупција (grand corruption), но и за ситната корупција (petty corruption), медиумите и новинарите се посебен таргет. Зголемењето анимозитет, манифестиран низ отворен говор на омраза, од видни јавни личности и од демократски избрани политичари – трендот што го регистрира и Репортери без граници – ука-

жува на претпоставката дека лидерите на корупцијата можеби чувствуваат дека лидерите во борбата против корупцијата, новинарите и медиумите, дури и на глобално ниво, ја губат битката за сопствениот интегритет, или не посветуваат доволно внимание на ова прашање.

Не е мал бројот на земјите во светот во кои властодржците и моќниците ја злоупотребуваат ниската економска моќ на медиумите, ниските плати и нискиот социјален статус на новинарите, за практикување на класичниот поткуп, како доминантен метод на корупција.

Ја губат ли новинарите, лидерите на борбата против корупцијата, на глобално ниво, битката за сопствениот интегритет? Дали и самите стануваат сè поподложни на корупциски притисоци? Дали таквата ранливост е причината поради која дури и во земјите со висок степен на перцепција на „отпорност“ кон корупцијата, медиумите се вовлекуваат во корупциски шеми?

Во својата статија под наслов „Кога луѓето немаат доверба во новинарите, често следува корупција“, од март 2018 година, Кевин Станкиевич (Kevin Stankiewicz), главен и одговорен уредник на The Lantern и сениор предавач на Државниот универзитет во Охајо, феноменот на губење на довербата во медиумите го доведува во директна врска со корупцијата. Довербата во медиумите и слободата на печатот се во непосредна врска, а во ерата на зголемен глобален скептицизам кон институциите воопшто, новинарите веќе ги чувствуваат последиците на недовербата во медиумите, вели авторот.

Во 18. годишен Барометар на глобалната доберба, објавен во јануари, Еделман, глобална компанија за маркетинг на комуникациите, врз основа на истражувања спроведени во 28 земји, утврдила дека 43 отсто од испитаниците имаат доверба во медиумите, но во 22 од 28 земји поголем е бројот на испитаниците кои не им веруваат отколку бројот на оние кои им веруваат на медиумите. Кон овој податок треба да се додаде и фактот дека прв пат во историјата на овие истражувања, медиумите се институција со најмала доверба.

ПОЛИТИЧКАТА КОНТРОЛА – СИМПТОМ НА СИЛНА КОРУПЦИЈА

Растечката недоверба во медиумите, која ја регистрираат и други истражувања, ги тера истражувачите да бараат одговори за причините за овој феномен. Некои, на пример, забележуваат дека

недовербата во медиумите е во тесна корелација со недовербата во политичките институции. Други истражувачи, пак, инсистираат на девастирачкиот ефект на анархијата на интернетот и на социјалните мрежи, како и на производството на лажни вести, на кое подлегнуваат и медиумите (иако има истражувачи кои инсистираат да се прави строга разлика со начинот на кој терминот „лажни вести“ го употребуваше Доналд Трамп, на пример, осудувајќи ги негативните стории во печатот за него).

Нашата анализа, сепак, ќе ја фокусираме кон клучната теза од знаменитиот труд „Изгубена правда: Етиката и печатот во пост-доверлива Русија“ („Losing Pravda: Ethics and The Press in Post-Truth Russia“), на Наталија Рудакова (Natalia Roudakova), професорка по комуникации на Универзитетот Еразмус во Ротердам. Нејзината централна теза е дека недовербата во медиумите може да создаде општество што веќе не ја вреднува вистината. „Вистината за светот е изградена врз доверба – пишува Рудакова. - Кога довербата е оштетена, кога нема кому да му веруваш, тогаш ти не си во можност да оформиш знаење за светот и затоа секое тврдење, секое мислење, е еднакво добро како секое друго“.

На овој начин Владимир Путин ги консолидира медиумите во почетокот на 2000 година и подоцна. Почвата веќе е добро подготвена. Довербата во новинарството во Русија пред тоа паѓа на толку ниско ниво (заедно со падот на Советскиот сојуз), што Путин има релативно лесна работа да го манипулира медиумскиот корпус во Русија и да ја преземе речиси целосната контрола, почнувајќи од телевизиите.

Инаку, остварувањето на целосна политичка контрола врз медиумите е еден од најјасните симптоми на силна корупција во новинарството. Впрочем, политичката корупција, по дефиниција, е највисоко ниво на злоупотреба на положбата за остварување моќ, статус и богатство, со помош на манипулации со политики, со институции и со процедури.

Класичен пример на општа политичка корупција, што ги засега и медиумите, е Унгарија. Ева Богнар, истражувач во Центарот за медиуми, податоци и општество во Универзитетот на Централна Европа, вели дека главното прашање во Унгарија е дали публиката има пристап до базични информации неопходни за одржлива либерална демократија. Тоа е главната последица на Орбановиот притисок врз медиумите од преземањето на власта во 2010 година. Притисокот вклучи и легислатива за зголемување на владината контрола врз содржината на медиумите на државни јасли, како и нејасни промени на сопствеништвата во медиумите (кои доживеаја кулминација во 2016 година, со затворањето на еден лево-ориентиран весник, откако претходно беше купен од сојузник на десничарскиот унгарски лидер). Според оценките, партијата на Орбан контролира

90 отсто од медиумите во земјата.

Примерот на Орбан го следеше и Полјакот Јарослав Качински, лидерот на Партијата на правото и правдата, кој прво покренува агресивна кампања против најтиражниот весник во земјата, Газета Виборшча, за потоа, откако ќе ја преземе власта во земјата, во октомври 2015 година, да донесе легислатива со која се воведува државна контрола врз јавниот телевизиски сервис (главната причина поради која во рангирањето на Фридом Хаус, земјата премина од „слободна“ во „делумно слободна“).

КЛАСИЧНИОТ ПОТКУП СЕ УШТЕ ВО МОДА

Не е мал бројот на земјите во светот во кои властодржките и моќниците ја злоупотребуваат ниската економска моќ на медиумите, ниските плати и нискиот социјален статус на новинарите, за практикување на класичниот поткуп (во разни облици), како доминантен метод на корупција.

Така, кон крајот на април годинава, беше објавен извештај за Камбоџа, студија која се базира на интервјуирање на 29 новинари и 25 тренери и донатори. Ја издвојуваме во оваа анализа, затоа што по методот, е слична на студијата која ја подготви Здружението Член 16, за состојбите во Македонија. Во студијата за Камбоџа, новинарите сведочат дека ниските плати на новинарите, лошите услови за работа, културната инкомпатибилност и општата корупција во земјата се причина за неетичко поведение на новинарите и за широко распространетата самоцензура. Западно ориентираните етички концепти не функционираат во камбоџански услови. Со плати од 200 до 300 американски долари месечно, новинарите лесно прифаќаат поткуп.

„Новинарство на кафеавите пликови“. Овој термин е карактеристичен за корупцијата на новинарите во Африка (во наши услови, веројатно би станувало збор за сини пликови). Еден неодамнешен извештај за Нигерија, на пример, исто така сведочи за борбата на нигериските новинари за голо преживување. Нивните плати се ниски и вообичаено се исплаќаат со месеци задоцнување. Некои од новинарите се поттикнуваат да наплаќаат пари од „клиентите“ за објавување стории. Вообичаена пракса е за време на прес-брифинзите да им се даваат кафеави пликови што содржат кеш. Нигериските медиуми буквално се отворена арена за објавување спонзорирани невинности. Етаблирани весници добиваат пари за да објавуваат стории на насловните страници.

„Од моето лично искуство, корупцијата се толерира и се практикува во редакциите, иако многумина се преправаат дека не го гледаат слонот во собата“. Ова е воведната реченица на медиумскиот анали-

тичар Боб Теох (Bob Teoh), со која почнува неговата колумна на еден портал во Малезија. Аналитичарот спомнува неколку видови поткуп на новинарите: бесплатни патувања за новинарите (junkets), некои поврзани со работата, но некои не; пликови како дел од прес-китот (пракса увезена од Индонезија); ваучери за жени, но само за постарите уредници; подароци, обично нови производи на пазарот и слично. Интересно е дека во оваа статија авторот сведочи и за сопствени искуства на полето на корупцијата.

За жал, нема многу кредибилни рапорти, особено не такви од глобален карактер, за слични искуства во земјите од Стариот континент, односно во светот што можеби не сосема оправдано го сметаме за понапреден, па дури и за „поцивилизиран“. Последната таква респективна глобална студија датира од 2015 година и е дело на Мрежата за етичко новинарство. Носи предизвикувачки наслов „Нераскажани приказни“ и содржи авторски анализи за 18 земји од повеќе делови на светот, вклучувајќи го и регионот Западен Балкан.

„Светот на новинарството – се вели во воведната анализа на студијата – е полн со добри намери. Од врвот до дното на медиумската пирамида луѓето зборуваат за ‘мисија’, за јавен интерес и за круцијалната ролја што ја игра новинарството како четврта власт, држејќи ја в раце силата да го набљудува и јавно да го изложува лошото поведение на нашата политичка и корпоративна елита. Но, во модерниот медиумски пејсаж, етосот на новинарството, како дел од политичките темели на демократијата, е под притисок. Секаде во новинарството има ‘црна уметност’ на работа; луѓе кои прават договори со огласувачите да објавуваат платени материјали како чесни вести; репортери кои прифаќаат мито; како и мноштво други неверојатни практики кои се кријат од публиката“.

Постои растечка култура на зависност од политичката и корпоративната моќ. Некои сопственици на медиуми имаат своја деловна и политичка агенда, а многу новинари и уредници се согласуваат со праксата во медиумите која поттикнува неетичко новинарство. Овие приказни ретко добиваат внимание во јавноста, но кога ќе избијат (како во скандалот со хакираните телефони и во скандалите со поткуп во Велика Британија), тоа има девастирачко влијание врз медиумите. Битката со која се соочуваат новинарите во стабилните демократии, како Велика Британија и Данска, на пример, се помалку напнати, но не и со помалку предизвици. Пример за тоа е кризата што во февруари 2015 година ја предизвика Питер Оборн (Peter Osborne), водечкиот политички новинар на Дејли телеграф, кој си даде отказ, обвинувајќи го менаџментот дека ги цензурира неговите стории за банката ХСБЦ (фатена во даночен скандал), затоа што била водечки огласувач во весникот.

Збор-два и за најголемиот корупциски скандал во медиумите во Данска, експлозивните детали за начинот на кој нјуз-магазинот Се Ог Хоер, со помош на платен инсајдер со пристап до кредитни картички, од 2008 до 2011 година открива ексклузивни стории за данското кралско семејство и за други селебрити личности. Така магазинот дознава каде принцот го минува својот меден месец и го открива неверството на топ комичарот Каспер Кристенсен и многу други скандали. Магазинот на својот извор му исплаќал награда за секоја дојава, се разбира без при тоа тие приходи да се декларираат кај данските даночници. Инаку, издавач на Се Ог Хоер е респектибилна скандинавска издавачка компанија, а разоткривањето на скандалот сериозно ја загрозува неговата репутација. Уште повеќе, доведена е во прашање репутацијата на земјата која важи за пример на либерална демократија, слобода и отсуство на корупција. Скандалот завршува со повеќе суспензии, откази и истраги, кои сериозно ги погодуваат редакцијата и издавачот.



Огласувачите, сфаќајќи дека огласите се поефективни ако бидат доживевани како содржина подготвена од новинари, инсистираат нивните пораки да бидат вклопени во новинарските содржини. Тоа, како и сеприсутниот плагијаризам и објавувањето содржини „од втора рака“, во Велика Британија, на пример, се сметаат за форма на нечестност и на корупција.

Дали сте слушнале за терминот „чурнализам“ (churnalism), како замена за добро познатиот збор „журнализам“? Се смета дека автор на овој термин е Васим Закир, новинар на Би-би-си. Во својата книга „Flat Earth News“ (2008 година), британскиот новинар

Ник Дејвис известува за студијата на Универзитетот во Кардиф (спроведена од професорот Дастин Луис и тим од истражувачи), која открива дека 80 отсто од сториите во квалитетниот печат во Британија не се оригинални, а само 12 отсто се генерирани од репортери. Резултатот е намалување на квалитетот и на точноста, како и зголемување на манипулациите.

„Чурнализмот“ е форма на журнализам во која прес-соопштенијата, сториите обезбедени од новински агенции и другите форми на однапред спакувани материјали, наместо вести за кои известуваат репортерите, се употребуваат за подготовка на статии во весниците и во другите медиуми. Тоа ги намалува трошоците, особено во ерата на подемтот на интернетот, а го наметнува адвертајзингот. Глобалната студија од 2015 година, дело на истражувачи од 18 земји во рамките на Мрежата за етичко новинарство („Нераскажани приказни“), тврди дека овој феномен, заедно со сеприсутниот плагијаризам и објавувањето содржини „од втора рака“, во Британија се сметаат за форма на нечесност и на корупција.

Студијата тврди дека во Велика Британија сега има повеќе професионалци за односи со јавноста отколку новинари, а трендот се влошува на штета на новинарите. Новинар вработен во водечки таблоид сведочи: „Веројатно имам повеќе пријатели во пи-ар службите отколку новинари. Очигледно, понекогаш човек сака да им помогне на пријателите, спомнувајќи ги нивните клиенти во весникот. За возврат, добиваш убава вечера, шише шампањ или нешто слично. Не велам дека тоа би ме запрело да напишам негативна сторија за нивните клиенти, но во човечката природа е желбата да не им ги отежнуваш животите на пријателите. Затоа, сето тоа влијае врз мене. Примањето подароци во замена за покривање не е нешто што се крие, туку за тоа отворено се дискутира. Всушност, постои речиси натпревар кој ќе добие најдобро гага. Колку повисоко си рангиран во редакцијата, толку подароците се подобри. Познавам уредници кои не платиле за одмор со години“.

КОГА ОГЛАСУВАЧИТЕ ГИ ДИКТИРААТ СОДРЖИНИТЕ

Тоа е објаснувањето зошто дури и во Велика Британија, земја која се смета за срце на модерниот журнализам, во печатените медиуми (но не само во нив), имаме пораст на „адверторијали“ (уште еден типично британски термин, измислен како антоним на зборот „едиторијал“). Огласувачите, сфаќајќи дека огласите се поефективни ако бидат доживевани како содржина подготвена од новинари, инсистираат нивните пораки да бидат вклопени во новинарските содржини. И тоа поминува и на Островот.

Во Украина, пак, станува збор за стандард прису-

тен подолго време. Во извештајот на Лесиа Ганза и Олексиј Погорелов се вели дека бројот на едиторијали платени од огласувачите расте во украинските медиуми. Клучните трендови на дистрибуцијата на платени материјали во регионалните печатени и онлајн-медиуми се опишани од Светлана Еременко, лидер на мониторинг проектот на Украинскиот центар за реформи и едукација, кој анализира околу 1.000 материјали месечно. Секој петти материјал, вклучувајќи ги тие кои се означени како комерцијални содржини, се платени. А пред парламентарните избори во 2012 година, секој трет материјал бил платен.

Освен општите социјални и политички услови, треба да се каже дека Украина, иако голема земја, страда од релативно мал пазар на огласувачи. Во Полска, на пример, земја со 38,5 милиони луѓе (една петтина помалку од Украина), пазарот за телевизиско огласување е многу поголем. До крајот на 2012 година, пазарот во Полска бил трет во регионот (после Русија и Турција) и тежел 2,07 милијарди долари, што е четири пати повеќе од украинскиот маркетинг колач, вреден само 483 милиони долари.

Но, да дојдеме конечно и до регионот на Западен Балкан, до статијата на Санела Хоциќ, насловена како „Западен Балкан: Корупцијата во медиумите го забавува прогресот кон демократија“. Интересно е дека овој извештај, кој ја опфаќа и Македонија (иако прескромно), почнува со потсетување на затворањето на хрватскиот магазин Ферал трибјун во 2008 година, после бојкотот од огласувачите поради критичкото известување на магазинот за центрите на политичка моќ, но не се спомнува случајот на затворањето на А1 телевизија и на трите афилирани дневни весници, кој по својата бруталност далеку го надмина случајот на хрватскиот магазин.

Независното новинарство тешко ги преживува овие тест времиња, вели Хоциќ и додава: „Оваа мрачна ситуација се однесува на многу страни низ Србија, Босна и Херцеговина, Албанија, Македонија, Косово и Црна Гора, но и во медиумскиот пејсаж на Хрватска, земја членка на Европската унија“. Проблемите потекнуваат од делумната приватизација на медиумите во раните деведесетти години на минатиот век, која се одвива во сомнителни и корупциски околности и злоупотреба на моќта, поради што многу медиуми и понатаму остануваат под владина контрола или под влијание на државните институции преку финансирањето. Освен тоа, посебно во случаите на Македонија (до промената на власта минатата година – н.з.) и на Црна Гора, државата е главен извор на приходи за медиумите, а начините на финансирање се нетранспарентни и волунтаристички, се вели во извештајот.

Во Босна и Херцеговина, на пример, владата на Република Српска обезбедува големи субвенции за медиумите, во висина од околу 10,3 милиони евра

(во петте години до 2012 година). Истовремено, локалните власти во БиХ во 2012 година обезбедиле фондови во вредност од 7,8 милиони евра, делумно од донации но и низ директно финансирање на бродкастерите, кои сè уште се во сопственост на општинските и на кантоналните власти (14 од 44 телевизиски станици и 62 од 140 радио станици).

Студијата спомнува релативно стари, веќе подзаборавени случаи на директна корупција на сопственици, уредници и новинари во земјите на Западен Балкан, но истовремено потсетува на фактот дека таквите случаи тешко се откриваат. Повторно ќе забележиме дека извештајот „Нераскажани приказни“ датира од 2015 година, а во 2014 година во Македонија опозицискиот Социјалдемократски сојуз јавно емитуваше нелегално снимени телефонски разговори, а во серијата т.н. бомби се појавија и случаи на крупна корупција на новинари, кои во моментот се процесуираат во македонското правосудство. За нив во извештајот нема ниту збор.

Акцентот е ставен на ново усвоената легислатива во некои земји во регионот (Србија, Косово, Албанија), која овозможува зголемена политичка контрола врз јавните телевизиски и радио сервиси. Исто така, се нагласува широко распространетото сомневање за постоење скриени сопственици на медиумите, или скриени приходи, кои го оштетуваат новинарството. Така, во сега веќе далечната 2010 година, антикорупциската комисија во Србија утврдила дека во 18 од 30 медиуми сопствеништвото не е доволно транспарентно. Како што е познато, овој феномен во последно време стана супер актуелен и во Македонија, поради сомневањата дека преку сомнителни унгарски компании на македонскиот медиумски пазар влегуваат свежо испрани пари од тајкуните од претходниот режим.

Како и во повеќето други земји во светот, еден од клучните проблеми во регионот е намалувањето на пазарот на огласување, при што карактеристично е дека државните институции ги злоупотребуваат јавните фондови за промоција на партиите на власт, додека главните компании во земјите, кои се во сопственост на државата или зависат од милоста на власта, исто така ги насочуваат буџетите кон медиумите кои работат во полза на политичката елита, што е екстремно високо ниво на политичка корупција.

Сето ова се случува во околности кога колачот за адвертајзинг генерално се намалува, издавачите осиромашуваат (некои и пропаѓаат), платите во редакциите се намалуваат и новинарството сè помалку е пропулзивна професија. Ако во 2015 година извештајот сведочи за коруптивни практики на вработување новинари и уредници во редакциите, едно регионално истражување денес веројатно би покажало трендови слични на оние во развиените западни земји, каде што новинарите полека ја

напуштаат професијата и полека се префрлаат во пи-ар службите на компаниите и во политичката пропаганда.

И ЛАЖНИТЕ ВЕСТИ СЕ ОБЛИК НА КОРУПЦИЈА

За крај, пред да преминеме на заклучните согледувања и особено на начините на кои во некои земји новинарите и медиумите се обидуваат да се справат со корупцијата во сопствените редови, вниманието ќе го насочиме кон уште еден, релативно нов феномен, кој во моментот ја засега Македонија.

Заедничкото истражување спроведено од Проектот за известување за организиран криминал и корупција (OCCRP), Базфид и Истражувачката репортерска лабораторија – Македонија открива информации кои фрлаат ново светло врз скандалот со бумот на лажните вести во македонскиот град Велес. Автори на истражувањето се Обри Белфорд, Крег Силверман, Џ. Лестер Федер и Сашка Цветковска.

Како што е познато, една недела пред денот на изборите во САД во 2016 година, Базфид откри дека во Велес се регистрирани повеќе од 100 веб-страници кои објавуваа лажни и вирални вести во насока на поддршка на тогашниот кандидат за претседател, Доналд Трамп. Медиумите од светот тогаш дојдоа во Велес да ја раскажат приказната за градот и за таканаречените лажни вести кои ги правеа тинејџери, многумина од нив со малку разбирање на англискиот јазик, но со успех во заработка на десетици илјади долари од дигитален маркетинг, благодарение на виралноста на нивните често лажни написи за американската политика.

Во новата статија се потсетува дека политичката новинска индустрија не почнала спонтано од аполичните тинејџери, туку била лансирана од познат млад адвокат кој често ги брани новинарите во разни судски случаи. Неговото име е Трајче Арсов, а тој работел со американските партнери повеќе од шест месеци во периодот пред претседателските избори во САД. Еден од овие Американци е Парис Вејд, кој во моментот е кандидат за Сенатот во државата Невада. Арсов, исто така, ангажирал и американски и британски автори, вклучувајќи најмалку двајца кои работат за десничарски конспиративни популистички веб медиуми како Gateway Pundit. Но, истражувањето открива дека барем еден припадник на руските таканаречени трол-фабрики (кои се дел од обвинението на специјалниот обвинител на САД Роберт Мјулер, кој го истражува наводното мешање во претседателските избори), доаѓал во Македонија три месеци пред креирањето на првите сајтови со таканаречени лажни вести, фокусирани на американската политика за претседателските избори во 2016 година.

Истражувачките новинари не нашле доказ што го поврзува доаѓањето на Ана Богачева, т.н. руски трол од обвинението на Мјулер, со велешките веб-страници. Арсов и другите поврзани со оваа операција негираат секаква поврзаност со било какви линкови со Русија. Богачева е една од 13-те руски државјани обвинети од Мјулер за наводно мешање во изборите во САД во февруари годинава. Македонските разузнавачки и правосудни органи сега соработуваат со правосудните органи и агенции од САД во најмалку две западно-европски држави со намера да истражат дали можеби постојат евентуални релации со Русија, потврдиле двајца високи функционери од две институции вклучени во меѓународната истрага.

Обвинението се фокусираше на улогата на „фабриката за нарушување на углед“ со седиште во Санкт Петербург. Таа агенција имала за цел истражување на интернетот и создавање на онлајн пропагандни материјали и ширење пораки преку социјални мрежи, со цел да му помогнат на Трамп да ја победи противкандидатката Хилари Клинтон. Документите за влез во државата, прибавени од Базфид и од OCCRP, укажуваат дека Богачева престојувала во Македонија во средината на 2015 година, но одбила да ги објасни причините за посетата на земјата.

Дали е на повидок нов меѓународен корупциски скандал, останува да се види.



Истражувањата регистрираат растечка култура на зависност од политичката и од корпоративната моќ. Во редакциите постои криза на самодоверба и криза на идентитет, поради намалената посветеност на етичките стандарди, но и поради намалување на статусот на новинарската работа

и во услови на недоволна транспарентност на адвертајзингот, нејасното сопствеништво на медиумите и нивната сè понагласена корпоративна и политичка афилираност.

Опширниот преглед на состојбите во светот на новинарството, лобални, но и локални истражувања и студии, покажуваат дека буквално нема земја во светот во која новинарите и медиумите не се соочуваат со многу сериозни корупциски притисоци и со предизвикот како да се справат со овој феномен. Како во земјите во кои владеат тоталитарни и популистички режими, така и во земјите на етаблирана демократија, новинарите примаат класичен поткуп, го доведуваат во прашање личниот интегритет, додека медиумите се подложни на политичка контрола, нетранспарентни сопственички промени, коруптивни зделки и шеми со центри на економска и политичка моќ.

Прегледот покажува дека главната закана сепак доаѓа надвор од редакциите. Политичките лидери – без оглед дали станува збор за светските политички моќници како Доналд Трамп и Владимир Путин, на пример, или за африканските, азиските, па и за балканските политичари, чии имиња е тешко дури и да се запаметат – се единствени во желбата да остварат што поголема контрола врз медиумите. Моќните корпорации и индустријата, пак, ја злоупотребуваат сè понагласената слабост на медиумската индустрија, за да остварат доминација на т.н. адверторијали над едиторијалите.

Од друга страна, како што се вели во воведната анализа на истражувањето на Мрежата за етичко известување под наслов „Нераскажани приказни“, многу од раните се „самоинфицирани“. Имено, постои растечка култура на зависност од политичката и корпоративна моќ. Во редакциите постои криза на самодоверба и криза на идентитет, поради намалената посветеност на етичките стандарди, но и поради намалување на статусот на новинарската работа и во услови на недоволна транспарентност на адвертајзингот, нејасното сопствеништво на медиумите и нивната сè понагласена корпоративна и политичка афилираност.

За жал, во такви околности, ретки и контроверзни се решенијата кон кои прибегнуваат новинарите и медиумите. Многу се зборува за саморегулацијата, но се чини дека тоа повеќе е обид за избегнување од соочување со крупните проблеми, отколку ефикасен начин на справување со корупцијата. Интересен е случајот со Данска, земја со висок степен на перцепција за некоруптивност, а која неколку пати ја спомнавме досега во оваа анализа.

ТАКА ТОА ГО ПРАВАТ ДАНЦИТЕ – И НЕ ИМ Е ЛЕСНО

Како што можевме да видиме, дури и данските медиуми не се имуни на корупциски скандали, а и не можат да ги избегнат глобалните трендови на губење на публиката (читатели, гледачи), пад на приходите од реклами и слично. Медиумската индустрија е во криза секаде, па и во оваа скандинавска земја, но затоа тамошната влада се обидува да ја ублажи кризата со директна финансиска поддршка, која во оваа земја е традиција со децении. Тоа е систем што е широко прифатен од локалното јавно мислење. Така, данскиот национален бродкастер (DR) годишно добива 3,5 милијарди круни (470 милиони евра), додека печатените медиуми 370 милиони круни (50 милиони авра) за 61 наслов, повеќето во сопственост на двата главни играчи на пазарот - Berlingske и Jyllands Posten/Politiken. Освен тоа, печатените медиуми не плаќаат ДДВ.

Јавното финансирање, секако, не ги покрива сите трошоци на медиумите во 5,5 милионската нација, но претставува значајна поддршка, како и обврска за почитување на елементарните етички стандарди на професијата, неподлегување на обиди за политичка контрола и за јакнење на отпорноста на издавачите на коруптивни притисоци. Сепак, бизнисот е бизнис, трката е безмилосна и треба да се каже и тоа дека во некои дански медиуми сè уште постои пракса за плаќање на дојавите за вести. Освен тоа, некои моќни локални лоби организации (како Данското друштво за земјоделство и храна, на пример), негуваат култура на „проактивност“ кон медиумите, обезбедувајќи им извори, информации и слично. Лоби организациите, посебно во биотехнологијата и во фармацијата, внимателно ги следат новинарите и нивните интереси и се обидуваат да се прилагодат на нив.

Како реагираат новинарите? Различно. Известувањето за патувања и за задоволства е посебен предизвик. Новинарите често добиваат одлични понуди. Андерс Краб Јохансон, главен уредник на дневниот весник Борсен има три едноставни правила за ваквите понуди: прво, ние не прифаќаме вакви понуди; второ, самите си го плаќаме превозот и хотелот; и трето, во статиите експлицитно наведуваме дека сме биле поканети. Интересно е дека во Борсен сите репортери мора да ги декларираат и да ги регистрираат своите лични инвестиции. Ако пишуваат за бизнис на берзата, не смеат да тргуваат еден месец пред и еден месец по објавувањето на статијата. Во весникот многу внимаваат и на тоа адвертајзингот да биде строго одделен од новинарската содржина. Има правило дека не само што логото на компанијата што се рекламира мора да биде присутно, туку и фонот и бојата на огласот (рекламата) мора да

бидат различни од тие во весникот. И други дански весници имаат вакви, „старомодни“ правила.

Но, не е сè така едноставно. Адвертајзингот жестоко пенетрира. Медиумската група Зондагсависен, бесплатен неделен весник што се дели во поштенски сандачиња, има друг модел. Содржината е комбинација на уредувани содржини, со силен фокус на стории ориентирани кон потрошувачите. Со 1,2 милиони читатели, станува збор за најпопуларната печатена публикација во земјата. Истражувањата покажале дека комерцијалните содржини се атрактивни за читателите и затоа главниот уредник Арне Улум вработил новинари коишто креираат комерцијални содржини со новинарски агол. „Мора да биде очигледно дека станува збор за комерцијална содржина. Нашите правила се: имаме хедер кој вели дека станува збор за комерцијална содржина и вклучува лого на компанијата некаде на страницата. Немаме новинарско правило. Новинарот што работи на таква сторија не учествува на состаноците на редакцијата. Тоа на редакцијата ѝ гарантира независност, а на огласувачот доверливост“, објаснува уредникот.

И Берлингске исто така префрлил новинар во одделот за маркетинг, со цел да им помогне на огласувачите да креираат комерцијални содржини со журналистички акцент.

Искусствата и во Украина, а практично и насекаде во светот, покажуваат дека моќните корпорации, па и помалку моќната индустрија, заедно со маркетинг-агенциите, сакаат да го искористат (злоупотребат) интегритетот на новинарите и на редакциите, за да пласираат комерцијални пораки во облик на новинарски содржини. „Скриеното рекламирање“ е еден од крупните предизвици со кои се соочуваат редакциите, во обидот да ги задоволат барањата на клиентите од чии приходи живеат, а истовремено да го сочуваат својот интегритет. Работите дополнително се комплицираат кога клиентите се политички моќници, или јавни или тајни сопственици на медиуми, со корпоративни или политички интереси.

НОВИНАРИТЕ МОРА ДА ПОЧНАТ ДА ЗБОРУВААТ ОТВОРЕНО

За жал, темата на нашето истражување отвора многу прашања, а нуди малку одговори. Се чини дека „старомодните“ сфаќања на етиката не се баш ефикасни во време кога медиумската индустрија се бори за преживување. Од друга страна, ништо посилено не ја поткопува довербата во медиумите од феноменот на корупцијата. На медиумите им треба силна финансиска потпора - и од државата, зошто да не? - но поддршка која нема да се претвори во облик на коруптивен притисок и контрола. Дали е тоа

можно? На медиумите им се потребни финансиски моќни и претприемчиви сопственици, но такви чија сопственост транспарентно ќе се декларира. Дали, пак, тоа е можно? На новинарите им се потребни пристојни плати и услови за работа, кои ќе бидат сигурна брана од корупциски притисоци, но така треба да биде и во земји во кои владее релативна општа сиромаштија. А дали е и ова можно?

Засега истражувачите немаат дефинитивни одговори на дилемите. Тие се единствени само во едно – до вистински одговори може да се дојде само ако новинарите почнат отворено да зборуваат за корупцијата во сопствените редови. Лесно е да се повикува на транспарентност, отчетност, етос и мисионерство. Малку е потешко да се понудат конкретни сведоштва за изворите на корупцијата во новинарството, да се проговори за интегритетот на новинарите и на редакциите и да се најдат одржливи решенија за поддршка на медиумскиот сектор и за зајакнување на неговата отпорност на корупциските притисоци.

Секој потег во насока на постигнување на реална транспарентност на медиумските операции, елиминација на конфликтот на интереси и посебно кон

пронаоѓање дополнителни извори на финансирање со модели на рамномерна распределба на средствата, но и на воспоставување иновативни модели на соработка меѓу медиумската индустрија и другите индустрии во улога на огласувачи на комерцијални содржини (модели кои ја елиминираат корупцијата како фактор на уништување на довербата во новинарството), треба да се поздрават.

На пример, слично како и во Данска (иако не со тој модел и во таков обем), во Хрватска во 2013 година се одлучи 3 отсто од приходот на лотаријата да се алоцира за непрофитните медиуми. Исто така, воспоставено е правило хрватските медиуми што сакаат да аплицираат за државна поддршка да имаат внатрешни статuti кои ќе ги уредуваат односите во медиумските организации, на начин кој исклучува корупција, поткуп, притисоци и слично. Што од сето тоа е реалност, тоа веќе е друго прашање.

Напомена:

Сите референци во анализата објавена на порталот Плусинфо во четири продолженија, на следните линкови: <https://goo.gl/yecei1>, <https://goo.gl/F3gVTb>, <https://goo.gl/NcGiE7> и <https://goo.gl/SKBvAs>

КОРУПЦИЈА ВО МАКЕДОНСКИТЕ МЕДИУМИ



Шокантните сведоштва на 20 македонски медиумски лидери, во интервјуата што ги спроведе Истражувачкиот тим на Здружението Член 16, ги надминуваат сите претпоставки за она што објективно се случува „на теренот“, далеку од очите на јавноста, а сепак со многу големо ерозивно влијание и врз медиумите и врз јавниот интерес.

Многу се зборува, малку се знае. Со овие неколку збора, долги години, во периодот на транзиција на македонското општество, сè до последната деценија на авторитарно владеење, се опишуваа корупциските притисоци врз новинарите и врз медиумите во Македонија. Ретки беа случаите кога јавно се зборуваше за класичен поткуп и за други, посуптилни притисоци во оваа чувствителна област.

По емитувањето на нелегално снимените разговори меѓу познати јавни личности, од страна на СДСМ (т.н. „бомби“), двајца познати македонски новинари беа осомничени и обвинети за дела кои можат да се сметаат за тешки облици на корупција. Станува збор за познатите новинарски имиња Драган Павловиќ Латас и за Ивона Талевска. Во обата случаја, Специјалното јавно обвинителство се обидува да расplete корупциски афери во кои се инволвирани компании во сопственост на двајцата уредници или на нивни најблиски

роднини. Со оглед на фактот дека процесите се во тек и нема правосилни судски пресуди, заради презумпцијата на невиност, во оваа анализа ќе биде изоставен подетален приказ на случаите.

Интересно е да се нагласи дека по ова разоткривање, се чини дека во новинарската заедница почна посмело да се зборува за корупцијата во медиумите. Истражувачки тим на Здружението на граѓани Член 16, во рамките на проектот „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“, спроведе интервјуа со 20 сопственици или претставници на сопствениците на медиумите, уредници, новинари сениори и новинари јуниори, за да дојде до искази кои ја опишуваат објективната ситуација.

ШТО Е СÈ КОРУПЦИЈА?

Интервјуата се водеа врз основа на стандардизирани прашања, а на интервјуираните им се гарантираше анонимност, со тоа што заради потврда на веродостојноста на истражувањето, на поддржувачот на оваа несекојдневна анкета му е доставен список на анкетирани лица, со обврска нивните имиња да ги чува во доверливост. Вреди да се каже дека многу од интервјуираните новинари беа спремни да сведочат и јавно, со име и презиме, но заради потребата да се опишат реални ситуации од нивното искуство и сосема слободно да изразуваат сопствени мислења и ставови, Истражувачкиот тим инсистираше на анонимност и на интервјуираните и на субјектите кои се спомнуваат во нивните искази.

Прв впечаток на истражувачкиот тим е дека во интервјуата слушнаме шокантни сведоштва и за лични искуства на корупциски притисоци, но и за ситуации во кои интервјуираните биле директни или индиректни сведоци на корупциски шеми. Исказите ги надминуваат сите претпоставки за она што објективно се случува „на теренот“, далеку од очите на јавноста, а сепак со многу големо ерозивно влијание и врз медиумите и врз јавниот интерес.

Можно ли е уредници и новинари да биле поткупувани со станови и со автомобили? Можно ли е да се понудувани конкретни суми на мито, за да се истражува или да не се истражува? Можно ли

е новинар физички да бил нападат, како опомена да престане да истражува на одредена тема? Можно ли е новинари да биле поткупувани со ексклузивни туристички аранжмани? Има ли новинари на платни списоци на моќни компании? Можно ли е еден таков список да постоел и во Министерството за внатрешни работи? Од друга страна, можно ли е корупцијата да зела толку силен замав, што има и новинари кои самите бараат поткуп, односно рекетираат? И конечно, можно ли е ваквите случаи да се масовни?

Судејќи според исказите на анкетираниите, ситуацијата е полоша од претпоставката со која влеговме во анкетата. Сведоштвата покажуваат дека македонските медиумски лидери се свесни за сите директни и индиректни облици на корупција, вклучувајќи ги и најсуптилните методи на влијанија од коруптивна природа.

Така, долгогодишна новинарка, уредничка и претставник на едно од влијателните новинарски здруженија, вели: „За мене, симптом на корупција во медиумите е секако однесување на новинарите и на уредниците коешто оневозможува новинарите и медиумот да работат во јавен интерес, на сметка на интересите на одредени економски или политички групации и центри на моќ“.

Нејзин колега, долгогодишен уредник во дневен весник, го прифаќа ова широко разбирање на поимот корупција и прецизира: „Под корупција подразбирам примање на одредени материјални или нематеријални услуги, привилегии или користи од страна на медиум, новинар или уредник, како награда за непринципиелно вршење на неговата новинарска работа при известување или неизвестување за настани и состојби кои се од интерес на иницијаторот на корупција – фирми, институции или поединци. Цел на коруптивниот однос може да биде и одредено фаворизирање, привилегиран третман на одреден субјект, негов производ, политичка понуда, и слично, или формирање на одредена слика во јавноста за него. Исто така може да биде предмет на корупција негативно известување и портретирање на одредени личности, фирми, производи, во интерес на инспираторите на корупцијата, најчесто конкуренти, ривали, политички противници и слично. Врв на коруптивното дејствување е свесно изнесување невинности, клевети или манипулирање со полуинформации, во штета на една, а во интерес на друга личност, правно лице, институција или политички или економски центар на моќ“.

Позитивно изненадува што македонските медиумски лидери – а во нашата анкета беа застапени познат сопственик на медиум, актуелен директор на телевизија со национална концесија, неколку уредници, двајца поранешни истакнати уредници и

директори на медиуми и неколку сениори и јуниори новинари и медиумски работници – на македонски терен темелно ги препознаваат сите облици на коруптивни притисоци за кои стана збор во анализата на светските искуства, што ја објавивме во рамките на овој проект.

Има дури и иновативни тези. Така, директор на една од најпопуларните македонски телевизии, вели: „Корупција е и кога одредена редакција крие вест. Причината за тоа може да биде и банална - пријателска или роднинска врска, да речеме. Во обратната насока, корупција е и појавување на вест која никако не би смеела да биде објавена, ако се почитуваат стандардите на она што е вредно да се објави“.

Необична теза развива поранешен директор и уредник на неколку медиуми: „Има и една друга појава кај сопственици, главни уредници и влијателни новинари, кои ги користат своите медиуми за промоција на свои лични ставови. Ја имаат таа привилегија, бидејќи секој ден можат да напишат отворено писмо, да се обратат до неког и слично, за разлика од нас, кои сме на другата страна, во позиција на читатели, гледачи, консументи. И тоа на некој начин е корупција, иако мислам дека моќниците во тие медиуми и не се свесни за тоа дека на таков начин влијаат врз кадровски политики, предизвикуваат оставки на некои функционери, форсираат други луѓе на тие позиции, вршат јавен притисок и слично“.

„ГАЗДИТЕ ПРИМАА ПАРИ И НАГРАДИ, А НИЕ МОРАВМЕ ДА ПИШУВАМЕ ШТО ЌЕ НИ КАЖАТ“

Она за што нема целосна согласност меѓу анкетираниите е во кои сектори во медиумите корупцијата е најприсутна. Анкетираниите новинари, а особено оние од помладата генерација, посочуваат главно на сопствениците и на уредниците, како извори на коруптивните притисоци. „Лично никогаш не сум била подложена на коруптивен притисок, но во интерес на сопственикот и во интерес на уредникот, од мене се барани услуги“, сведочи млада новинарка. Искусна новинарка од дневен весник го надополнува овој исказ со свое сведоштво: „Во медиумот во кој работев, газдите примаа пари и добиваа награди и привилегии од партијата на власт, а ние моравме да пишуваме тоа што ќе ни кажат“.

Интересно е дека и долгогодишен сопственик и уредник на познат медиум, директно сведочи за ваквите притисоци врз сопствениците: „Во мојата кариера имало случаи на такви притисоци, особено ако сме откривале скандали, па сме биле пред големи откритија. Јас се сеќавам на три или четири такви случаи. Следува понуда каква што сакаш. Јас сум горд

на себе што не сум потклепнал во таквите ситуации. Пари не сум зел. Но, работата е морковот и стапот. Прво ти се нудат поволности, погодности, патувања... Тоа е морковот. Кога нема да го исполниш барањето, следуваат закани, пораки преку пријатели и слично“.

Но, има и мислења дека корупцијата во нејзините најсофистицирани и најопасни облици умее да „притиска“ и во обратна насока, од дното на пирамидата кон врвот. Веќе спомнатиот директор на телевизија вели: „Во Македонија најопасниот стил на корупцијата е кога има директно влијание врз новинарите, не врз сопствениците и уредниците“. Можеби затоа неговиот колега доајен настапува со тезата дека заштитата на интегритетот на редакциите треба да тргне имено од дното на пирамидата кон врвот – новинарите се првата брана на корупцијата, вториот бедем се уредништвата, а последниот се сопствениците. Логиката на оваа теза е новинарите, всушност, да развиваат еден нов антикорупциски менталитет во македонските медиуми.



Веројатно најдраматичната приказна во анкетата ја раскажа искусна новинарка, која во својата новинарска кариера, во периодот на минатиот режим, имала три такви исклучително непријатни искуства. Нејзините случаи говорат дека корупциските притисоци врз новинарите во Македонија се зло на кое мора да му се стави крај.

Дваесет македонски медиумски лидери, сопственици или претставници на сопствениците на медиумите, уредници, новинари сениори и новинари јуниори, под превезот на анонимноста што им ја гарантираше анкетата што ја спроведе Истражувач-

киот тим на Здружението на граѓани Член 16, директно говорат и за личните искуства, односно раскажуваат конкретни случаи кога и самите биле изложени на понуда за класичен поткуп и други облици на корупциско влијание.

Уредник, долгогодишен искусен новинар во еден од највлијателните македонски дневни весници, сведочи за една таква ситуација: „Стануваше збор за понуда на претставник на една политичка партија јас, како новинар, но и ние, како весник, за одреден паричен надомест да напишеме одреден текст во нивна полза. Тогаш имаше бурни политички случувања и ним им одговараше да се појави таков текст. Тоа беше понудено во интересен разговор во четири очи со мене, но понудата се однесуваше практично за целата редакција. Јас ја сослушав понудата, ја пренесов во редакцијата, но тоа беше одбиено и не се оствари“.

„БЕВ ФИЗИЧКИ НАПАДНАТА ПРЕД РЕДАКЦИЈАТА, ЗА ДА ПРЕСТАНАМ ДА ИСТРАЖУВАМ“

Веројатно најдраматичната приказна во анкетата ја раскажа искусна новинарка, која во својата новинарска кариера, во периодот на минатиот режим, имала три такви исклучително непријатни искуства. „Во првиот случај, имав забрана да истражувам за конкретна приказна за добиен тендер. Во случајот, на некој начин, бил involвиран и сопственикот на медиумот. Тука стануваше збор за директно јавување и ургенција од негова страна. Бев повикана и кај главниот уредник, каде што ни беше речено да се прекине секако истражување за конкретниот тендер“, раскажува новинарката.

Вториот случај бил по серија објавени текстови за повеќе тендери, во кои набавувач било Министерството за внатрешни работи, а сите тендери ги добивала една фирма. По серијата написи, новинарката се соочила со директна ургенција од институцијата, како до неа така и до сопственикот на медиумот, да се престане со секаков вид текстови на таа тема, а образложението било дека се урива угледот на институцијата. „Имав и индиректна понуда за мито – раскажува таа - од сопственикот на фирмата која глатко ги добиваше тие тендери на МВР, сè со цел да се прекине истражувањето“.

„Исто така, имав уште еден случај, по серија текстови за моќник во една институција. Имав и закани, а бев и физички нападната пред просториите од редакцијата, од лица кои сакаа на тој начин да се прекине со објавување на скандалозните објави за тој моќник, во кои стануваше збор за перење пари. Случајот не го пријавив во новинарските здруженија, но регуларно го пријавив во МВР, од каде што

добив само известување дека лицето е предупредено дека веќе не смее да му се случи таков испад“, сведочи новинарката, која и денес е активна.

Интересно сведоштво, иако за настан кој се случил поодамна, раскажа и уредник со безмалку тридесетниско работно искуство во професијата: „Како млад уредник во еден дневен весник, во скопската рубрика, ме посети господин кој се претстави како инвеститор на зграда, кој има проблеми со група граѓани која ги оспорува неговото право да гради. Тој носеше документи и предлагаше да напишеме сторија во која ќе го браниме неговото право да гради, зашто постоела ‘опасност’ градежна инспекција да му ја запре градбата и дозволата да му биде одземена, или воопшто да не му биде доделена, не се секавам добро. Доколку успеаме во тоа, предложиме со заговорнички тон, ‘јас ќе можам да ви помогнам лесно да дојдете до стан во мојата зграда, ако успеам да ја изградим’. Му одговорив дека тоа не доаѓа предвид, дека јас така не работам. ‘Знам, рече, дека вие сте скоро оженет, дека живеете под кирија, ако вие ми помогнете мене, нема зошто јас да не ви помогнам вам’. На тоа го прекинав состанокот и го замолив да ја напушти канцеларијата“.

И уредник во весник на албански јазик сведочи дека имал многу понуди за класичен поткуп, а како најинтересен издвојува еден настан од понов датум: „Бев повикан од претставник на партија на власт, со кој што се познавав по други основи. Накратко, ми беше предложено да постигнеме договор да не ги критикуваме. Не да ги фалиме, туку да не ги критикуваме. И бев прашан колку ќе чини тоа. Му одговорив дека ја згрешиле адресата и дека можеме да ги сочуваме приватните односи, но за таков начин а поддршка од мене и од медиумот не треба да се надева“.

Уште едно сведоштво од искусен новинар, кој сега работи на полето на социјалните мрежи: „Од еден многу висок политичар ми беше кажано да пишувам на тема за која не пишував. Ако постапам така, ми рече, постојано ќе бидам на службени патувања и годишни одмори. Во вториот случај, една фармацевтска компанија практично ми понуди помош за мене, помош за стипендирање на близок и решавање на некои други материјални потреби“.

„СО СВОИ ОЧИ ВИДОВ СПИСОК НА НОВИНАРИ ШТО ГИ ПЛАЌАЛО МВР“

Анкетираните многу отворено сведочат и за туѓи, Аречиси фрапантни искуства на класичен поткуп на новинари, како и за новинари кои редовно се на платни списоци на познати компании, па дури и на институции. Сопственик на медиум што беше интервјуиран тврди дека не само што има слушнато за такви списоци,

туку има и лично искуство со тоа. „Ми било нудено да бидам на таков список, но не сум прифатил. Во МВР имаше таков список. Сум го видел“, вели тој.

И уредникот од медиум на албански јазик вели дека е запознат со таков случај: „На сопственик на медиум на албански јазик му се понудени и му се дадени 10.000 евра од страна на македонска партија. Но, не за да ја поддржи таа партија, туку медиумот да биде критичен кон ривалската партија. И тоа функционираше, а мислам дека договорот сè уште не е истечен“.

Сепак, еден од анкетираниите, човек со долго искуство во професијата, кој помина неколку години во медиум во кој корупцијата беше практично одомаќена, предупредува дека во случајот на класичниот поткуп, станува збор главно за договори во четири очи. Од тие причини, поголем дел од анкетираниите одбиваат директно да посочат на случаи на кои не биле сведоци. Новинарот, сепак, вели: „Од она што се гледа во јавноста, од она како се менува стандардот на некои новинари и уредници, јасно е дека станува збор за збогатување преку ноќ, како последица на надворешен фактор“.

Со други зборови, можеби во некои случаи треба да се следи трагата на парите. Во македонското новинарство мал е бројот на новинари и уредници кои самите се сопственици на медиуми, а уште помал е бројот на таквите сопственици кои успеале нивните медиумски проекти да станат самоодржливи, профитабилни и предмет на аквизиции. Во таквите случаи, лесно е да се докаже потеклото на „богатството“ стекнато со новинарски труд. Но, затоа, пак, има случаи кога уредници и новинари располагаат со добра кои тешко можат да се стекнат со скромните македонски новинарски и уреднички плати. Тоа упатува на претпоставката дека новинарите не се секогаш јунаци во сториите, дека не секогаш ги подбиваат понудите за поткуп и привилегии и дека можеби има и случаи кога и самите поттикнуваат корупција.



Не е само висината на платата таа што е битна, туку и стабилноста и социјалната и економската ранливост на новинарите и уредниците во однос на оние кои одлучуваат. Многу пати во

минатото и сега сме виделе луѓе кои имаат многу високи плати и имено стравот дека ќе ги изгубат ги прави подложни на корупција. Просечната плата на еден новинар во секој случај би требала да биде минимум над 500 до 600 евра, поткрепена со договор на неопределено време, согласни се македонските медиумски лидери.

Одговорот на прашањето колку и самите новинари поттикнуваат корупција, или дури и самите се служат со рекетарски методи, неминовно почнува со прашањето колку нивниот економско-социјален статус е фактор на одбрана од корупциски притисоци. Во последните десеттина години дојде до значајно опаѓање на економската моќ на македонските медиуми, до осиромашување и намалување на редакциите и до релативно опаѓање на новинарските и на уредничките плати во споредба со просечните во земјата. Ако некогаш новинарските плати држеа чекор со просечните, денеска просечната македонска плата од околу 400 евра е недостижна за голем дел од новинарите, посебно за тие од помладата генерација.

Токму затоа, едно од прашањата што ги постави Истражувачкиот тим беше следното - дали вашата плата и статус (редовно вработен или не) се соодветни за да се сметаат за фактор на намалување на Вашата подложност на корупциски притисок; колкава треба да биде денес просечната плата на еден новинар сениор (со стаж поголем од 5 години), за да се смета дека таа ја намалува подложноста на корупција?

НОВИНАРСКА ПЛАТА ПОМАЛА ОД 500 ЕВРА САМА ПО СЕБЕ ПОТТИКНУВА КОРУПЦИЈА

Она во што се согласуваат сите анкетирани е дека минималната плата на новинарот во Македонија не смее да помала од 500 евра месечно. Искусен и долгогодишен новинар, кој веќе имал искуство со понуда за поткуп од политичка партија, категорично вели: „Со плата помала од 500 евра, не може да се смета дека новинарот е имун на корупција“. Помлада новинарка додава: „Подобро да е новинарот да биде задоволен со своите примања, за да не да биде под искушение да прифаќа непристојни предлози“. Нејзина поискусна колешка има потврд став: „Платата е болно прашање. Платата и статусот не ми се соодветни, но не се фактор за одлучување, барем кај мене. Но, платите на новинарите се мизерни. Тие и опаѓаат. Кај нас плати од по 1.000 евра, какви што има во соседството,

немаат ни колеги со големо искуство. Не смее да се помисли на плата помала од 500 евра“.

Искусна новинарка и уредничка, претставник на едно од новинарските здруженија, го отвора и прашањето на целокупниот статус на новинарот. Таа вели: „Не е само висината на платата таа што е битна, туку и стабилноста и социјалната и економската ранливост на новинарите и уредниците во однос на оние кои одлучуваат. Многу пати во минатото и сега сме виделе луѓе кои имаат многу високи плати и имено стравот дека ќе ги изгубат ги прави подложни на корупција. Сè додека уредничките функции се доделуваат од сопствениците, тие ќе бидат последната алка во менаџерскиот синџир, а не први меѓу еднаквите во новинарскиот дел. Просечната плата на еден новинар во секој случај би требала да биде минимум над 500 до 600 евра, поткрепена со договор на неопределено време“.

Според очекувањата, сопствениците и менаџерите имаат различно мислење. Сопственик на медиум интервјуиран во анкетата вели дека „најголеми неработници има во медиумите“. Директор на телевизија додава: „Платата нема врска. Прашањето за подложноста на корупција има врска со домашното воспитување. А и кој вели дека стажот е гаранција за квалитет? Платата не треба да биде предмет на уравниловка. Треба да се гледа и финансиската моќ на медиумот. Како и да е, за квалитетни сениор новинари, платата мора да биде од 25.000 до 30.000 денари“.

Дел од анкетираниите медиумски лидери потсетуваат дека во единствените два судски процесуирани случаја на медиумска корупција се инволвирани уредници со огромни плати и дополнителни примања. Уредник на дневен весник, кој имал примамливата коруптивна понуда на лесен начин да дојде до стан, вели: „Уредниците на Сител Драган Павловиќ Латас и Ивона Талевска беа меѓу најплатените новинари во Македонија, токму во моментот кога се случува нивното најголемо корумпирање со тендери во кои заработуваат износи незамисливи за новинарската струка. Затоа и мислам дека е беспредметно да посочам плата која би била соодветна за новинарот да не биде подложен на корупција – нема таква“.

Ако навистина нема таква плата што би можела да биде сигурна брана од коруптивни притисоци, кои се тогаш факторите што влијаат на поведението на новинарите? Анкетираниите ги спомнуваат карактерот, дигнитетот, желбата да се сочува образот и слично. Малку се зборува од можноста органите на прогонот да истражуваат случаи во кои новинарите се јавуваат во улога на „рекетари“, па тоа да дејствува како фактор на одвраќање.

Како што е познато, во нашата судска пракса во последните години се води еден таков случај, против новинарот Зоран Божиновски, во аферата „Шпион“. Случајот сè уште е далеку од финална развршница, а и самиот по себе е контроверзен. Имено, има сериозни наводи и предупредувања дека можеби станува збор и за политички монтиран случај, во кој новинарот е во улога на жртва. Од тие причини, го нотираме случајот, со нагласка дека секако влегување во материјална расправа до правосилната судска пресуда, е неумесно.

НОВИНАРСКИОТ РЕКЕТ ЗЕМА ЗАМАВ

Но, за интересен случај за обид на новинар да изнуди пари за себе сведочи анкетираниот директор на телевизија. Тој раскажува: „Во нашата редакција имаше еден таков случај. Пред четири години, замолив еден наш новинар да си замине, затоа што вршеше рекет врз еден функционер, директор на една агенција. Директорот на таа агенција ми се јави и ми кажа дека новинарот барал пари за реклама на еден вид негово превозно средство. Јас прво не можев да поверувам, но подоцна видов дека во прилогот новинарот поставува прашања кои се конклузивни. Го викнав и го прашав дали сака да си оди самиот, или да добие отказ. Си замина“.

По појавата на цела една гама лажни интернет медиуми (човек-медиуми) и т.н. инфлуенсери на социјалните мрежи, се чини дека рекетот добива замав. Во разговорите со интервјуираните, но и со други новинари, Истражувачкиот тим на Член 16 доби сознанија практично за секојдневни обиди на новинари и парановинари да изнудат пари и привилегии од најразличен вид.

Така, неодамна, сопственикот на една компанија која се занимава со дистрибуција на одреден вид производи, добил понуда од еден интернет медиум да му „направат“ интервју, за определен надомест. Откако човекот ја одбил понудата, медиумот објавил текст со директни напади врз компанијата. На ова, тој возвратил со демант, кој, пак, е уредно објавен. Сепак, направена е штета врз угледот на компанијата. А за угледот на медиумот изгледа и онака никој не водел сметка.

Ваквите случаи денес во Македонија се новинарско секојдневие. За жал, како што вели една искусна новинарка во анкетата, „новинарите денес стануваат сè попоткупливи и често се продаваат и за обичен ручек или дружење, а камоли за нешто повеќе од тоа“.



„Носители на власта, директори, бизнисмени, сфатија дека треба да пријателуваат со новинарите и да ја добијат наклоноста на новинарите и на редакциите. Загрижувачки е што тоа се прифаќа од новинарите. Зошто? Бидејќи нивната работа е несигурна, а пријателот секогаш има опција да те згрижи ако бидеш утре во неволја. Погледнете само колку новинари досега се префрлија од редакциите на измислени работни места во министерствата, во бизнисот, насекаде, каде што апсолутно не работат ништо, добиваат добри плати и фигурираат како некакви портпароли, советници за односи со јавноста и слично“, сведочи искусен македонски новинар.

„Бев поканет на забава за новинари, приредена од една моќна стопанска институција, во голем елитен ресторан надвор од градот. Таму бизнисмени се однесуваа како да се најдобри пријатели со новинарите. На трпезите имаше, како што се вели, од пиле млеко. Се точеа скапи пијалаци неограничено. А врв на забавата беше кога доцна во ноќта беа поканети ориентални стомачни танчерки, кои буквално ни се нафрлија на нас, новинарите“.

Ова е едно поинтересните сведоштва на дваесет медиумски лидери, кои беа интервјуирани од страна на Истражувачкиот тим на Здружението Член 16. Во случајов, уредник во дневен весник, новинар со долгогодишно искуство раскажа класичен пример на т.н. мека корупција, појаснувајќи што значи таа. Тој објаснува: „Таканаречената мека корупција се врши преку развивањето

пријателски односи помеѓу новинарите и изворите, со давање подароци во поволни прилики, покани за наводни службени патувања, најчесто неважни за новинарската работа, вршење мали услуги и протекции за новинарите, нивно поканување на коктели, свечени ручеци и слични настани, дизајнирани токму за да се изврши суптилно влијание врз новинарот, во надеж дека тоа ќе има влијание врз неговото известување, кога за тоа ќе се јави потреба“.

ПОДАРОЦИ И ЛАЖНИ ПРИЈАТЕЛИ

Поделени се мислењата дали причина за „меката корупција“ е развојот на сè посоефицирани методи на влијание врз медиумите и врз новинарите, или сеопштата пауперизација на медиумите и на новинарството, односно поевтинувањето на „новинарските души“. Случаите за кои сведочеа медиумските лидери во анкетата наведуваат на заклучокот дека го има и едното и другото. Доајен на македонското новинарство, долгогодишен директор и уредник, предупредува: „Врските што новинарите ги остваруваат во текот на својата работа со јавни личности од политичкиот и од економскиот живот, им носат ситни или покрупни привилегии. И тоа е корупција“.

Искусна новинарка сведочи: „Знам луѓе кои редовно за Нова година и во други поводи, па и без поводи, редовно добиваат подароци, некои и многу скапи и мислам дека тоа е корупција“. Друг анкетирани, директор на телевизија, се потсетува: „Имаше еден таков случај, но не го сметам за класичен поткуп. Имаше една компанија која даваше подароци во вредност од околу 500 евра и на реакција на неколку директори на медиуми, таа пракса прекина. Новинарите ги земале тие подароци“.

Но, колку и да изгледа наивна, таа спрега може да има погубни последици по професијата. Долгогодишен новинар во дневен весник објаснува: „Тоа е посебен тренд во последниве години. Носители на власта, директори, бизнисмени, сфатија дека треба да пријателуваат со новинарите. Тоа е со цел да се оствари позитивен контакт и да се добие наклоноста на новинарите и на редакциите. Загрижувачки е што тоа се прифаќа од новинарите. Зошто? Новинарот тргнува резонот дека е подобро тој да оствари пријателски односи со бизнисменот или со политичарот, бидејќи неговата работа е несигурна, а пријателот секогаш има опција да го згрижи ако биде утре во неволја. Политичарите и бизнисмените се свесни за тоа и го злоупотребуваат. Има доказ дека такво нешто е етаблирано. Погледнете само колку новинари досега се префрлија од редакциите на измислени работни места во министерствата, во бизнисот,

насекаде, каде што апсолутно не работат ништо, добиваат добри плати и фигурираат како некакви портпароли, советници за односи со јавноста и слично. Таа спрега е посебно загрижувачка“.

Дека близината до изворите на информации сама по себе е опасна сведочи и уредничка на медиум, претставник на влијателно новинарско здружение: „Новинари се канат на ексклузивни ручеци или вечери, кои се викаат брифинзи, а се всушност некаков облик на корумпирање. Новинарите можат да бидат корумпирани и со самата близина до изворите на одлучување. Нив им импонира блиску до премиерот, да имаат блиска комуникација со носителите на економска и политичка моќ и самата близина е начин на кој новинарот го губи интегритетот, често се самоцензурира“.

Се чини дека и кај помладите новинари е развиена свесноста за овој проблем. Помлада новинарка сведочи: „Има понуди за скапи ручеци, вечери... Во вакви случаи, новинарот треба да направи разлика, да ја процени ситуацијата. Може да прифати брифинг на кафе, но не мора да е тоа некој скап ручек или вечера. Затоа што во таков случај, тој што е на другата страна го купува новинарот, го прави наклонет“.

ДОНЕСИ РЕКЛАМА, ИМАШ ПРОЦЕНТ

Сопствениците на медиумите и уредништвата често ја користат блискоста на новинарите со изворите на информации, посебно на оние од бизнис секторот, па на новинарите им даваат задачи да обезбедуваат реклами и пи-ар објави за медиумот. Некои за тоа добиваат и соодветни награди. Затоа, едно од прашањата што им го поставуваме на медиумските лидери кои учествуваа во анкетата гласеше вака - дали сметате дека тоа е практика која поттикнува корупција? Добивме различни одговори.

Искусна новинарка од една скопска редакција сведочи: „Да, јас сум го правела тоа. Во сите медиуми, а сум работела во пет-шест медиуми. Не мислам дека е тоа корупција, тоа е еден вид помош за медиумот“. Нејзина млада колешка додава: „Тоа кај нас се смета за нормална практика, не се смета за корупција“.

Дека оваа пракса е широко е распространета во македонските медиуми сведочи и највозрасниот и најискусниот меѓу анкетираниите, долгогодишен директор и уредник: „Јас работев во таков медиум, во кој беше правило кој ќе донесе реклама да добие процент. Ми беше понудено и мене да го правам истото, но јас не го знам тој занает. Но, имаше уредници околу мене кои работеа така и заработија и автомобили и станови“.

Долгогодишниот новинар од дневен весник има тврда став за ова прашање. „Во еден весник каде што работев порано, новинарите дури се стимулираа да бараат



реклами. За возврат им беа ветувани 3, 5 или 10 отсто од рекламата. Тоа е неприфатлива практика“. И млада новинарка од една редакција има слично мислење: „Таквата пракса може да поттикне корупција. Сум била сведок кога уредник може на сопствена рака да направи пи-ар текст и за возврат да добие надомест. Имало случаи кога главен уредник, за да добие бенефиции за изградба на куќа, забранува да се објавуваат во лош контекст текстови за една институција“.

Анкетата покажува дека е тенка линијата меѓу она што се смета за прифатливо поведење или своевиден бениген клиентелизам и „тврдата корупција“. Со други зборови, суптилните притисоци кои сметаат на економската ранливост на новинарите лесно можат да се претворат не само во класичен поткуп, туку и во стандардно присуство на новинарите на платните списоци на некои компании. Најчесто се спомнуваат банки, моќни фирми, па дури и министерства.

Искусна новинарка сведочи за своја колешка: „Знам за една таква новинарка. Не директно, индиректно. Била најдена на еден список. Кога платите беа 20.000 денари, таа примала 100.000 денари, а разликата доаѓала од едно министерство“. Повеќето од анкетираниите сепак се внимателни кога сведочат за вакви искуства, нагласувајќи дека до нив допреле главно шпекулации и озборувања, но не и конкретни факти. Сепак, како што предупредуваат сите, за оваа пракса наголемо се зборува, а како што вели народот – каде што има чај, таму мора да има и оган.

Како пример за тоа дека шпекулациите знаат да се потврдат и како вистини, еден од анкетираниите потсетува на случајот „Фабрика“, во време на владата на Владо Бучковски, кога група новинари беа разоткриени дека биле ангажирани тајно да работат на пи-арот на владата, во посебен објект и на посебен начин. „Фабрика“ е еден од случаите на корупција во македонското новинарство кој беше целосно расветлен.

„Доколку новинарот следи некоја владина посета во странство, на сметка на државниот буџет, многу помали се шансите дека критички ќе известува за таа посета, или ќе обелодени некои непријатности, гафови или евентуално скандалозни ситуации, доколку до нив дојде. Плаќајќи ги трошоците, државните функционери обезбедуваат стерилно, некритичко и афирмативно известување за нивните активности“, признаваат новинарите.

Едно од ретките прашањата што ги постави Истражувачкиот тим, за кое постои сериозна поделеност помеѓу медиумските лидери дали станува збор за облик на корупција, е прашањето за платените службени патувања. Како што е познато, македонските новинари на патувања надвор од земјата (а често и во неа) најчесто патуваат на сметка на изворите на информации. Најчесто превозот и сместувањето, а понекогаш и другите патни трошоци, ги плаќаат владините институции и помоќните компании. Домаќините најчесто очекуваат новинарите да известуваат за настаните што ги посетуваат, но има и патувања на кои се оди само заради забава, без да се очекува известување.

ТЕ НОСАТ НА ПЛАТЕНИ СЛУЖБЕНИ ПАТУВАЊА ДА ФАЛИШ, А НЕ ДА КРИТИКУВАШ!

Мислам дека нема новинар кој патувал, а некој да не му ја платил сметката, било спонзор или Владата. Мислам дека тоа не е корупциско влијание. Не е корупција, затоа што не пишуваат сите позитивно за тие настани“, вели искусна новинарка. Нејзиното мислење го потврдува анкетираниот сопственик на медиум, долгогодишен новинар и уредник. Тој сведочи:

„Да, сум бил повеќе пати на такви патувања. Многу е важно и кој е клиентот. Сум бил гостин и на државни институции и на корпорации. Треба да се процени ситуацијата. Ако државата проценила дека треба десет новинари да поведе со претседателот или со премиерот, тогаш тоа така треба и да биде. Бидејќи државата проценила дека е тоа важно. Слично е и со големите корпорации, кои функционираат како држави во држава. Тоа не го сметам за корупција“.

Уште една сениорка во новинарството размислува

на сличен начин: „Сум била на такви патувања, но тие патувања не влијаеле на извештаите што сум ги подготвила. Не е корупција ако новинарите се држат до професионалните стандарди на известување. Корупција е ако одбрани новинари се носат наменски. Големите компании најчесто го прават тоа. Порано тоа се случуваше почесто, но сега, со осиромашувањето на компаниите, сè поретко“.

Искусна уредничка, претставничка на едно новинарско здружение, во анкетата објаснува: „Не сум била на такво патување. Кога бев новинарка во едно наше радио, медиумот ги плаќаше тие патувања. Освен ако не постоел некаков договор меѓу медиумот и владата, за кој јас не сум знаела. Инаку, колку што знам, претходната влада ги плаќаше патувањата за мал избран број медиуми, вклучувајќи ги МРТВ и МИА. Тие патувањата, во нормални ситуации, би биле облик на корупциско влијание, бидејќи вие практично известувате за активностите на оној што ви го плаќа патот. За жал, економската состојба на медиумите е таква што тие многу ретко можат да си дозволат да платат службени патувања, така што тоа е облик на корупциско влијание. Но, оставам простор дека новинари и новинарски екипи со интегритет би можеле да направат дистинкција помеѓу платеното патување и објективноста на нивниот извештај“.

Но, дали е тоа така? Врз основа на што Влада или некоја голема компанија одлучува кој настан има толкаво значење што мора да поведе „десет новинари или уредници“ и да им го плати патувањето? Кој ги избира тие „десет“ и врз основа на што? Кој и со што гарантира дека новинарите на такво патување ќе известуваат објективно и со интегритет? Дел од анкетираниите мислат дека ваквите оправдувања не држат и дека во основа, станува збор за класична корупција.

Долгогодишен новинар и уредник во дневен весник сведочи и објаснува: „Сум бил на службено патување со Владата (во Софија во 1999 година, ако не се лажам), кое било целосно платено од Владата. Запознаен сум со неброени примери кога државни институции носеле групи новинари на службени патувања (само да го спомнам примерот со Тајван), за да добијат медиумска поддршка за некој свој потег. Секако дека тоа е облик на купување медиумска поддршка, или во најмала рака, парализирање на критичкото пишување на новинарите. Доколку новинарот следи некоја владина посета во странство, на сметка на државниот буџет, многу помали се шансите дека критички ќе известува за таа посета, или ќе обелодени некои непријатности, гафови или евентуално скандалозни ситуации, доколку до нив дојде. Плаќајќи ги трошоците, државните функционери обезбедуваат стерилно, некритичко и афирмативно известување за нивните активности“.

Во новинарски кругови сè уште се раскажуваат анегдоти и неверојатни приказни за веќе легендарната новинарска тура во Тајван, кога владата на Љубчо Георгиевски и Васил Тупурковски, придружени од полн авион бизнисмени и многубројни претставници на „седмата сила“, тргна по ветената милијарда. Слични беа и роуд-шоуата на Владата на Никола Груевски, на кои редовно патуваа избрани новинари, при што патувањето во егзотичната Кина, од кое се објавија шокантни фотографии, беше еклатантен пример на трошење државни пати за поткуп на новинарите.

ПРИВИЛЕГИЈА САМО ЗА ПРИЈАТЕЛСКИТЕ МЕДИУМИ

Највозрасниот меѓу анкетираниите, долгогодишен директор и уредник на медиуми, се сеќава на повеќе случаи кога како новинар патувал на туѓа сметка, но тоа било за известување од некои настани, главно во организација на министерства. И најчесто станувало збор за групни патувања, во врска со значајни државни активности. „Сепак, на некој начин и тоа е облик на корупциско влијание“, признава тој.

Искусен долгогодишен новинар во дневен весник вели: „Тешко е да се најде некој што не бил на патување на државна сметка. Тоа не е во ред. Пораката е - ние ве носиме, ние ги плаќаме сите ваши трошоци и очекуваме афирмативно известување. И редакциите тоа го прифаќаат. А оние што канат, пак, главно канат пријателски медиуми, наклонети кон таа политичка опција. И тоа не е во ред. Сопствениците на медиумите доброволно влегуваат во таа шема“.

Уредник на дневен весник на албански јазик вели: „Сум бил на такви патувања, но во време кога имаше помалку медиуми во Македонија и кога на платени службени патувања одеа претставници од сите медиуми, по систем на ротација. Тоа не беше корумпирање, бидејќи се почитуваше некој ред. Не се делеа медиумите на про и контра. Во последните години, очигледна е тенденцијата е со платени патувања да се наградуваат медиумите за поддршката. Тоа секако подразбира афирмативно известување од тие патувања“.

Како куриозитет треба да се спомне и фактот дека и странски влади носат македонски новинари на бесплатни патувања, со слични намери. Еден од анкетираниите имал такво искуство. „Мислам дека тоа беше обид за корупција, бидејќи трошоците што ни беа платени таму беа формулирани како студиски престој. Дури и заработивме од тоа патување“, раскажува тој.



Економските притисоци обично се вршат во релациите меѓу центрите на политичка и економска моќ и сопствениците на медиумите. На „највисоко ниво“. Но, во обидот за директна или суптилна пенетрација во медиумите, центрите на политичка и економска моќ им пристапуваат и директно на новинарите, заобиколувајќи ги не само сопствениците, туку често и уредништвата.

Заеднички именител на сите сведоштва за корупција на новинарите, што ги регистрираше Истражувачкиот тим на Здружението на граѓани Член 16, е фактот дека корупцијата е поврзана со тешката економска состојба во која се наоѓаат македонските медиуми. Безмалку сите анкетирани сведочат за тренд на опаѓање на отпорноста на новинарите и на медиумите кон корупциски притисоци и помалку или повеќе сите тој тренд го поврзуваат со процесот на осиромашување на новинарството. Сопственик на медиум вели: „Тенка е границата помеѓу професионалниот аспект на работата на медиумот и она што сакаме да го наречеме корупција и клиентелизам. И тоа е едната страна на медалот. Другата страна е прашањето од што се финансира медиумот. Тешко се живее од продажба на весник. Едно е продавање на огласен простор (реклама), а друго е продавање на содржина. Второто во Македонија сè потешко проаѓа. Трета работа, пак, е да добиете грант од некоја институција. Но и тоа не е за цабе. Секој си има своја мисија, сè си има своја цена“.

СЕКОЈ ИМА СВОЈА ЦЕНА, АКО МУ СЕ ПРИСТАПИ НА ВИСТИНСКИОТ НАЧИН?!

Економските притисоци обично се вршат во релациите меѓу центрите на политичка и економска моќ и сопствениците на медиумите. На „највисоко ниво“, што се вели. „На тоа ниво – вели уредник во дневен весник – се склучуваат непринципиелни пактови помеѓу самите сопственици, еден или повеќе, со политички партии, коалиции и влади, при што целта уредувачка политика се насочува во интерес на нарачателот. Тоа се огледа во начинот на селектирање на темите и настаните од интерес, интензитетот и начинот на нивното третирање, најчесто пристрасно во интерес на центарот на политичка моќ. За тоа медиумот ужива привилегиран третман при купувањето рекламен простор, евентуално учество на тендери, или други привилегии од државните институции“.

Сопственик на медиум, долгогодишен уредник и новинар, во интервјуто наведува неколку случаи кога и самиот бил искушан да прифати таков договор. Ова е еден од тие случаи: „Една компанија, авто дилер, пред да потпише годишен договор со мојот медиум, ме повика да ми кажат дека ќе се договориме. На излегување, директорот ми вели: Те молам, прочитај што има напишано Њујорк Тајмс за друго возило од таа класа. Јас на тоа одговорив: Директоре, стоп, не важи договорот, војната што вие сакате да ја водите со вашата конкуренција не може да ја водите преку мојот медиум. По таа реакција, се откажаа од намерата и го одобрија годишниот договор и никогаш повеќе не побараа таква услуга“.

Спомнатиот сопственик предупредува дека секогаш треба да се внимава кога клиентот ќе посака во медиумот да стави пари и обично тоа се „солени“ договори. Тоа е сигнал дека тој со тоа купува и влијание во медиумот, за негова цел. „Мене ми се има случено клиент кој знаел дека ќе има проблем со законот, шест месеци пред тоа да му се случи, да дојде кај мене и да потпише договор. Тогаш никој ништо не знаеше што ќе се случува, дури ни јас“.

Инаку, притисоците од ваков вид знаат да бидат и многу суптилни. Уредничка на медиум и претставник на едно новинарско здружение, раскажува за таков случај со кој се соочила: „Сум била во ситуација, да речеме, да бидам повикана од одредена групација што смета дека одредена тема треба да биде застапена во медиумот во кој што работам и при тој разговор дискретно да се спомнуваат реклами за медиумот и други погодности. Меѓутоа, јас тоа многу брзо го одбивав, така што не сум била во ситуација да ги слушнам сите моќни понуди. На прва сугестија од таков вид, јас го прекинувам разговорот и си заминувам“.

Да, но колку луѓе се во ситуација да го сторат истото – да не ја дослушаат понудата, да станат и да си заминат?

КОГА НОВИНАРИТЕ ПИАРЧАТ...

Според анкетата на Истражувачкиот тим на Член 16, Сво обидот за директна или суптилна пенетрација во медиумите, центрите на политичка и економска моќ им пристапуваат и директно на новинарите, заобиколувајќи ги не само сопствениците, туку често и уредништвата. Долгогодишен новинар во дневен весник сведочи за сè почестата појава новинари да се ангажираат да пишуваат пи-ар објави за економски моќници: „Тоа е појава која зема замав. Зошто? Тоа е елегантен начин и пракса која ја наметнувам самите огласувачи и пи-ар агенции. Нивното сознание е дека таквите текстови имаат многу поголемо влијание врз потрошувачите од класичните огласи и реклами. Има такви трендови, таквите текстови лесно се препознаваат, бидејќи не се потпишани. Мислам дека не се виновни толку новинарите, колку реакциите. Тоа е многу некоректно, тоа е еден необјективен начин на информирање“.

„Пракса е новинари да пишуваат пи-ар текстови на политичари и бизнисмени. Голем број од новинарите хонорарно пишуваат такви текстови“, тврди искусна новинарка. Нејзин колега, уредник во дневен весник, ја дополнува: „Најчесто тоа им се пласира на новинарите како потреба за да се придобие потенцијален комингент за објавување реклами, или фирма која веќе објавува реклами во нашиот медиум, па во интерес на добрите односи му се прави услуга. Некогаш таквите текстови не се сосема обележани како комерцијален оглас и се пласираат без потпис на новинар. Се согласувам дека тоа е коруптивна пракса, која е распространета во медиумите“.

Анкетираната уредничка, претставничка на новинарско здружение, е уште поригорозна во оценката: „Таа пракса е класична корупција на медиумот, бидејќи тој функционира во насока на пи-ар, а не во насока на заштита на јавниот интерес. За жал, оваа пракса толку е одомаќена во нашите медиуми, што не треба посебно ни да ја елаборирам како некаков исклучок. До таму оди работата што постојат и термини како промотивно интервју, на пример. Како најдиректен пример ќе го посочам тоа кога сопственик на медиум е одредена фирма, при што информациите за активностите на таа фирма одат на насловната страница. Таков случај беа, на пример, изданијата на едно наше поранешно издаваштво“.

Интервјуата со дваесет македонски медиумски лидери покажуваат дека проблемот на злоупотреба на слабата економска моќ на медиумите во земјата се изострува кога редакциите ја губат уредувачката автономија, а при тоа се брише нужната линија на разграничување помеѓу водењето на редакцијата и менаџментот. Апсурдот, според сведоштвото на уредник во весник на албански јазик, кулминира кога сопствениците и менаџерите упатуваат сугестии и директиви да се најдат можности и новинарите и уредниците да носат реклами. „Во момен-

тот кога новинарот од некого бара реклама, тој веќе не е објективен, тој се самоцензурира“, вели тој.

За жал, во име на опстанок на медиумите, заради потребата да се обезбедат елементарни плати, новинарите се принудени да прават сè и сешто, а понекогаш да влегуваат и во крајно неприкладни односи со изворите на информации. Анкетирани уредници во дневен весник сведочи: „Познато е поврзување на новинари и извори во непринципиелни врски, па дури и емотивни, а познати се и врски со моќници (понекогаш и во полициските служби) кои се користат за напредување во кариерата, за добивање ексклузивни информации, документи, фотографии, снимки, кои му овозможуваат престиж на новинарот, а за сметка на тоа новинарот објавува дозирани и темпирани информации во интерес на изворот, или на штета на неговите противници“.

Цената на таквото „преживување“, за жал, не ја плаќа само новинарот, туку и новинарството во целина, бидејќи таквото поведение создава лоша слика за новинарската професија, која во принцип се смета за високо етична. Или барем би требало така да се доживува.



„Главниот уредник и уредниците мора да бидат брана и да ги штитат новинарите од секаков обид за притисок. А новинарите исто така треба да ги штитат своите уредници од притисоци, бидејќи коруптивните притисоци врз уредниците најчесто доаѓаат од менаџментот и од сопствениците“. Ова е еден од рецептите за справување со корупција во медиумите, за која сведочат македонски медиумски лидери.

Како се справуваат новинарите со корупциските притисоци? Како да се каже „не“? Дали да се пријави таков случај и кому – на колегите, на редакцијата, на новинарските здруженија, на органите на прогонот? Дали да се зборува јавно? Како да постапуваат редакциите?

Според сведоштвата на анкетираниите, македонските новинари сè уште се соочуваат со сериозни корупциски притисоци. Популарна водителка во една македонска телевизија раскажува: „Имав понуда преку медијатор, колега од телевизијата, техничар, од актуелен директор на институција, да ми плаќа за негова афирмација. Висината на понудата не ја знам, бидејќи ја одбив со гадење и му кажав на медијаторот никогаш повеќе да не се обидува да ми предложи такво нешто. Ова прв пат го кажувам за вашата анкета“, му раскажа таа на Истражувачкиот тим.

ДА СЕ ОДБИЕ БУРНО ИЛИ ТИВКО?

Значи, прашањето над сите прашања е – како да се каже „не“? Како да се одбие, а да се задржи работното место, позицијата, да не се загрози егзистенцијата? Тоа е она што ги мачи сите во медиумската индустрија, а најмногу новинарите.

Директор на телевизија со национална концесија уверува: „Голем број луѓе дошле кај мене да остават куферче. Ве уверувам дека секогаш тој состанок завршувал за 30 секунди. Но, знам луѓе кај кои тоа поминува. Ме ужаснува тоа што многу физички и правни лица мислат дека парите можат да решат сè“. Искусна новинарка вели дека реагира на сличен начин: „Најчесто со класично одбивање и со давање до знаење дека човекот чукнал на погрешна врата. Не постојат такви пари поради кои би ги ризикувала својата кариера и професионалното известување“. Спомнатата телевизиска водителка, пак, вели дека секогаш на такви непристојни предлози реагира емотивно: „Со скандал. Секогаш правам скандал и вела дека не сакам никогаш повеќе да слушнам такво нешто“.

Нејзин појскусен колега, долгогодишен новинар во дневен весник, има поинаква тактика: „Јас го разбираам мотивот на тој што се обидува да ме корумпира. Дискретно одбивам и не правам голема врева. Тргувам од резонот да не се вплеткам во нешто што тешко може да се докаже“. И негов колега уредник во дневен весник постапува на сличен начин: „Не сум често изложен на такви притисоци. Немам обиди за директно корумпирање, а т.н. нарачки од повисоко ниво, доколку ги има, се обидувам да ги одбијам. Пружам отпор, до границите кои нема да ми го загрожат работното место. Не потпишувам текстови за кои сметам дека се пи-ар, дури и да морам да ги објавам“.

Се разбира, не е секогаш едноставно да се одбие, особено ако станува збор за суптилни притисоци. Се чини дека најискрен одговор добивме од највозрасниот анкетираниот, долгогодишен директор и уредник: „Како програмски директор во последната телевизија во која работев, но и во претходната, од сопствениците и од менаџерите сум имал притисок

нешто да објавам, а нешто не. Тоа беа тешки разговори. Имало и компромиси, но беа тоа тешки борби и големи кавги“.

Се чини дека индивидуалниот одговор на корупциските притисоци е важен, но не е секогаш одржливо решение за проблемот. Во справувањето со корупцијата треба да се склучат и редакцијата, издаваштвото, но и пошироката медиумска заедница. Новинарите под притисок се природно упатени да ги споделат своите искуства, да побараат поддршка. Една помлада новинарка вака го опишува својот банален, но индикативен случај: „Подарокот што го добив во една прилика го пријавив во редакцијата, па беше одлучено тој да се подари на Црвениот крст. Секогаш се трудам ваквите случаи да ги сподела со редакцијата, ама не тајно, туку транспарентно“.

Анкетираниот сопственик на медиум потврдува дека постои пракса на пријавување на вакви случаи. „Да, во принцип, моите колеги на работа ме известуваат кога се изложени на корупциски притисок“. Пријавувањето на ваквите случаи сепак е чувствителна работа. Веќе рековме дека спомнатата телевизиска водителка прв пат споделува случај на притисок. „Досега не сум известила никого. Можеби за овој проблем треба да се зборува гласно. И да ги ставиме луѓето на столбот на срамот. Можеби синдикатот би бил вистинското место да се пријави. Проблемот е кај новинарите. Тие треба да зборуваат погласно. Проблемот на молкот е што се штитат самите себе. Знаете во какво општество живееме“.

Искусна новинарка, која веќе сведочеше дека се соочила со притисоци, отвора една друга значајна тема: „Морам некому да кажам, за да ми олесни. Се консултирам со колегите во кои имам доверба. Се консултирам со пријатели кои се од правната сфера. Во институција, ако немаш доказ, како да пријавиш? Тешко докажлива работа е обид за корупција“.

ЕКОНОМСКИ СТАБИЛНИ МЕДИУМИ СЕ НЕПОТКУПИЛИВИ

Тешката докажливост на обидите за корупција е многу сериозен проблем, поради кој случаите најчесто и завршуваат во редакциите. Искусна новинарка резигнирано коментира: „Не знам дали постои начин. Ова трае веќе дваесет или тринаесет години. Од тогаш работата не е подобрена, туку е влошена, бидејќи самите приватни газди на медиумите се најподложни на корупција, под изговор дека сето тоа е потребно заради обезбедување плати“.

Уредничка, претставник на новинарско здружение, има свој рецепт како медиумите да за справуваат со овој проблем: „Многу е едноставно. Главниот уредник и уредниците мора да бидат брана и да ги штитат новинарите од секаков обид за притисок.

А новинарите исто така треба да ги штитат своите уредници од притисоци, бидејќи коруптивните притисоци врз уредниците најчесто доаѓаат од менаџментот и од сопствениците“.

Во секој случај, како што наведува анкетираниот уредник во дневен весник, решението е да постои согласност од нивото на сопственици, а потоа и уредници и новинари, дека медиумот нема да влегува во никаков облик на коруптивна соработка, без оглед на комерцијалните ефекти или штети од тоа. „За жал, менаџментот, кој е под притисок да оствари комерцијални ефекти, се труди тоа да го компензира со нудење уреднички услуги на комингентите. Најлошо е ако сопствениците влегуваат во блиски релации со политички партии, политичари, или големи компании, со надеж дека од тоа ќе имаат финансиска корист. Тогаш коруптивната спрега се одразува и врз уредувачката политика и врз работата на новинарите“, вели тој.

Можеби клучот е во економската стабилност на медиумите. Долгогодишен новинар, кој во својата кариера има видено сè и сешто, предупредува: „Важна е економската стабилност на медиумот. Сопствениците на нашите медиуми не се трудат да изградат автономна позиција, туку да се врзат за одредена политичка и бизнис групација и тие да ги хранат. Ако медиумот е апсолутно економски самостоен, тоа е вистински начин на справување. Но, кај нас тоа го нема“.

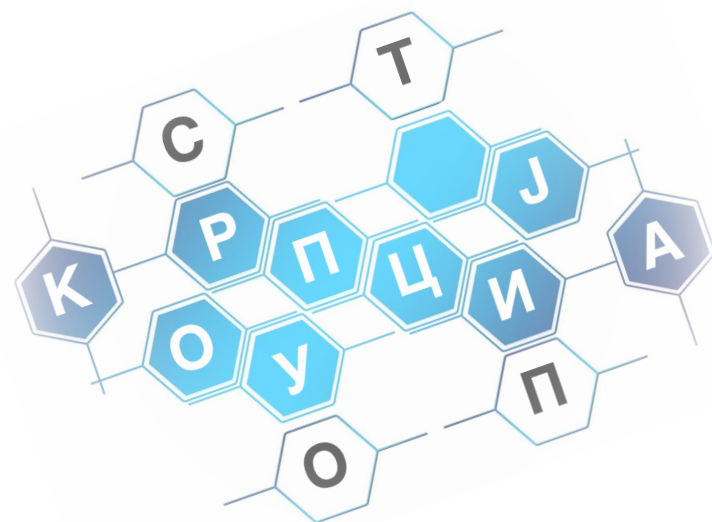
Анкетата што ја спроведе Истражувачкиот тим на Член 16 ја потврди и согласноста на сите интервјуирани медиумски лидери дека е неопходно да се подига свеста на новинарите дека за овој проблем мора да се

зборува јавно и гласно. Искусна новинарка вели: „Јас сметам дека треба да се почне со подигање на свеста на новинарите и да се вреднува нивниот труд. Вториот начин е обуката. Имаме постари новинари кои имаат искуство. Помладите се поподложни на корупција. Новинарството оди во сосема погрешна насока“.

Уредник во албански весник додава: „Мора да се најде начин сето ова да се изнесе во јавноста. Обидите за корупција треба да се документираат и да се обезбедат докази. Ако еден што корумпира изгори, другите ќе бидат повнимателни и потешко ќе се осмелат да корумпираат“. Највозрасниот и најискусен анкетирани новинар вели: „Новинарската фела треба да биде солидарна. Ако таа солидарност во една редакција функционира, ќе го менуваме менталитетот и на менаџерите и на сопствениците. Мора ние новинарите да ги убедиме сопствениците до каде се границите на нивното влијание“.

Во врска со дилемата дали и каде да се пријавуваат ваквите случаи, тој заклучува: „Секаде, на сите нивоа. Само јавноста може да ѝ помогне на професијата. Шушкање зад врата, молчење, разговор во четири очи – тоа не. Само јавно. Треба секаде да се пријавува“. Охрабрува што и една од помладите американски новинарки го споделува ова мислење. „Сите случаи треба да се пријавуваат. Битно е да се стекне кредибилитет. И од тоа може да се живее“.

Да се живее од кредибилитет – не беше ли тоа идеалот на либералното и професионално новинарство? и таа не мора да ги одразува гледиштата на Европската Унија.



ПРОДУКТИ

Проект „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки
за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“**ПЕРСОНАЛЕН ТЕСТ НА ИНТЕГРИТЕТ****проверка на личната подложност на корупциски притисоци**

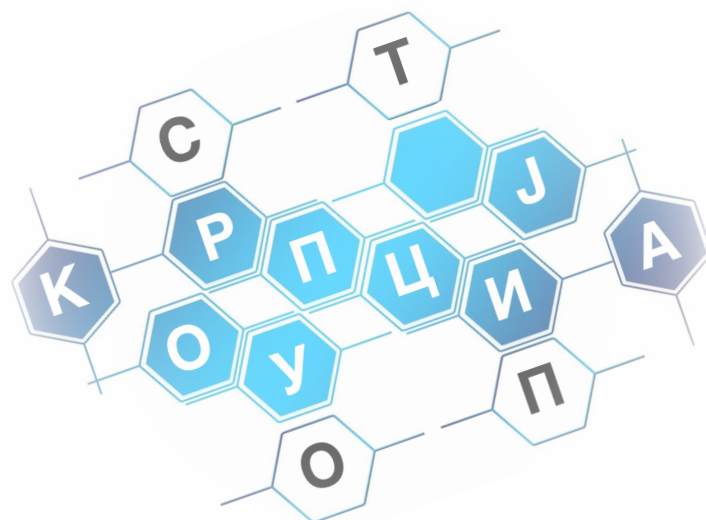
Дали сакате да проверите колку сте подложни на директни, но и на суптилни корупциски притисоци? Доколку сакате, одговорете на наведените 20 прашања.

Секој одговор е бодирен. Откако ќе одговорите на сите прашања, соберете го бројот на бодовите и потоа, според вкупниот број бодови, погледнете ги резултатот и препораките.

Тестот е анонимен, само за вас. Никому не мора да го покажувате. Тоа ви овозможува на прашањата да одговорите искрено, а со тоа и резултатот да биде поточен.

Имајте на ум дека секој човек е случај за себе. Подложноста на корупција многу често зависи од карактерот, од воспитувањето и од многу други фактори кои не можат лесно да се квантифицираат. Оттаму, овој тест треба да го разберете само како алатка што може да ви помогне да развиете свесност за најчестите облици на директна и прикриена корупција, искрено да се соочите со самите себе и да донесете заклучок колкав е вашиот персонален интегритет и отпорност кон корупциски притисоци.

Овој тест е наменет за новинарите и за другите медиумски работници, но лесно може да се прилагоди и за припадници на други професии.

**ПРАШАЊА****1. Новинарската професија е:**

Единствена професија од која живеам и не се занимавам со дополнителна работа во други професии. **0 бодови**

Дополнителна професија со која се занимавам заради остварување дополнителни приходи или за самопромоција. **5 бодови**

Професија со која се занимавам привремено, додека не најдам посоодветна. **10 бодови**

2. Дали би го напуштиле новинарството, односно работата во медиумот, ако ви се пружи можност?

Не, по никоја цена. **0 бодови**

Доколку ми се пружи добра прилика, подобра плата и подобар општествен статус, би размислил-а за тоа. **5 бодови**

Би ја искористил-а првата поволна прилика новинарството и медиумот да ги заменам со друга работа. **10 бодови**

Би ја променил-а професијата и работната средина дури и за помали примања, но за општествено поценета и поспокојна работа **15 бодови**

3. Дали сте задоволни од вашите месечни примања**(плата, хонорар и слично)?**

Моите примања се над моите очекувања. **5 бодови**

Задоволен-на сум. **0 бодови**

Не сум задоволен-на. **10 бодови**

Воопшто не сум задоволен-на. **15 бодови**

4. Вашиот статус во медиумот е:

Вработен-а на неопределено време. **0 бодови**

Вработен-а на определено време. **5 бодови**

Хонорарно ангажиран-а. **10 бодови**

5. Дали за вашата работа во медиумот или во врска со вршењето на вашата професија, добивате месечен или периодичен паричен надомест од било кого надвор од компанијата која е ваш работодавач?

Да, редовно добивам таков надомест. **30 бодови**

Да, повремено добивам таков надомест. **20 бодови**

Не, воопшто не добивам таков надомест. **10 бодови**

6. Дали некогаш сте примиле поткуп, односно пари или други материјални и нематеријални добра и услуги, од лице кое не е ваш работодавач, а со цел тоа да оствари влијание врз вашето работење во медиумот?

- Да, тоа ми се случило повеќе од 3 пати. **30 бодови**
- Да, тоа ми се случило, но не повеќе од 3 пати. **25 бодови**
- Да, тоа ми се случило само еднаш. **20 бодови**
- Не, тоа никогаш не ми се случило. **0 бодови**

7. Дали некогаш сте примиле подарок како новинар и медиумски работник, од лице или друг субјект за чија работа известувате или со кого соработува вашиот медиум, во вредност повисока од една дваесеттина (1/20) од вашите месечни примања?

- Да, тоа ми се случило повеќе од 3 пати. **15 бодови**
- Да, тоа ми се случило, но не повеќе од 3 пати. **10 бодови**
- Да, тоа ми се случило само еднаш. **5 бодови**
- Не, тоа никогаш не ми се случило. **0 бодови**

8. Како се чувствувате кога изворот на информации, лице или друг субјект со кого соработувате, ви подарува подарок (за празник, во посебна пригода и слично), ви нуди некоја посебна привилегија или друг вид бесплатна услуга, во знак на благодарност за вашата соработка и како знак на внимание кон вас?

- Се чувствувам непријатно и го одбивам подарокот или понудата. **0 бодови**
- Благодарен-на сум, но не чувствувам обврска ниту имам намера на било кој начин да возвратам на вниманието. **5 бодови**
- Благодарен-на сум и чувствувам обврска да возвратам на вниманието, но не на начин што ќе ја загрози мојата професионална етика. **10 бодови**
- Чувствувам силна обврска да возвратам со противуслуга, без оглед што тоа може да ја загрози мојата професионална етика. **20 бодови**

9. Дали некогаш сте биле на службено патување, при што сите трошоци ги платил вашиот извор на информации, или лице или друг субјект со кого соработувате, без обврска да известувате, само како своевиден подарок?

- Да, повеќе од 3 пати. **30 бодови**
- Да, но не повеќе од 3 пати. **20 бодови**
- Да, само еднаш. **10 бодови**
- Не, никогаш. **0 бодови**

10. Дали некогаш сте биле на службено патување, при што сите трошоци ги платил вашиот извор на

информации, или лице или друг субјект со кого соработувате, при што од вас се очекувало да известувате и вие сте известувале за одреден настан?

- Да, повеќе од 3 пати. **15 бодови**
- Да, но не повеќе од 3 пати. **10 бодови**
- Да, само еднаш. **5 бодови**
- Не, никогаш. **0 бодови**

11. Дали сметате дека е корупција кога новинар или медиумски работник патува на сметка на изворот на информации, или на друго лице или субјект со кого соработува во вршењето на својата професија?

- Не, во никој случај не е корупција. **10 бодови**
- Не е корупција ако новинарот известува и тоа го прави професионално. **5 бодови**

Корупција е ако патувањето е само подарок, при што новинарот или медиумскиот работник нема обврска да известува. **0 бодови**

12. Дали сопствениците или менаџментот на медиумот во кој работите ви нудат да обезбедувате реклами и пи-ар објави за определен надомест (процент) и на кој начин вие реагираате?

- Не, не ми се нуди такво нешто. **0 бодови**
- Да, имам понуда да обезбедувам реклами и пи-ар објави за одреден процент, но јас не ја прифаќам таквата понуда. **5 бодови**
- Да, имам понуда да обезбедувам реклами и пи-ар објави за одреден процент и сметам дека тоа е коректна понуда, бидејќи значи помош за медиумот, иако лично не сум во позиција често да заработувам и на тој начин. **10 бодови**
- Да, имам понуда да обезбедувам реклами и пи-ар објави за одреден процент и ја прифаќам, бидејќи успевам да го правам тоа и на тој начин му помагам и на медиумот и ги зголемувам своите примања. **20 бодови**

13. Дали сопствениците или менаџментот на медиумот во кој работите, спротивно на етичките стандарди на професијата, од вас бараат некритички да пишувате или на било кој друг начин да учествувате во креирање на содржини со кои се фаворизира одредена компанија, политичка партија или друг субјект, или обратно, неумерено и тенденциозно се критикуваат и напаѓаат други субјекти?

- Не, тоа од мене не се бара. **0 бодови**

Да, тоа од мене се бара понекогаш и тоа се објаснува како потреба медиумот во кој работам да добие соодветна финансиска или друга поддршка. **5 бодови**

Да, тоа од мене се бара редовно и тоа се објаснува како уредувачка политика на медиумот, без оглед што тоа е спротивно на етичките стандарди на новинарската професија. **10 бодови**

Да, тоа од мене се бара редовно и јас сметам дека тоа е нормално, бидејќи без оглед на новинарската етика, сопственикот и менаџментот имаат право да фаворизираат или да напаѓаат компании, политички партии и други субјекти, ако е тоа во интерес на опстанокот и на профитабилноста на медиумот. **20 бодови**

14. Како ќе реагирате ако ваш роднина, пријател или лице кон кое сте приврзани на било кој начин, ве замоли за услуга да креирате и да објавите содржина која е пофална за него или за неговата компанија, политичка партија или друг субјект?

- Ќе го одбијам без двоумење и ќе му објаснам зошто неговото барање е неприфатливо. **0 бодови**
- Ќе го проследам неговото барање до уредништвото и до менаџментот и ќе им препуштам тие да донесат одлука. **10 бодови**

Во рамките на моите можности ќе му направам услуга, но при тоа ништо нема да побарам за возврат. **20 бодови**

Во рамките на моите можности ќе му направам услуга, но за возврат ќе побарам соодветна награда. **30 бодови**

15. Дали сте во брачна, роднинска или емотивна врска со лице кое е извор на информации, или има било какво одлучувачко влијание во компанија, политичка партија или друг субјект, за кого вашиот медиум известува или со кого вашиот медиум соработува?

- Не, немам такви односи со никого. **0 бодови**
- Да, имам таква врска и за тоа сум ги известил моите претпоставени и колегите, со цел мојата врска да се третира како конфликт на интереси и да не ми се доделуваат било какви задачи коишто ќе подразбираат потреба да комуницирам со таа личност. **5 бодови**
- Да, имам таква врска и за тоа не сум известил никого, бидејќи мислам дека тоа не ја засега мојата работа. **10 бодови**
- Да, имам таква врска и ја користам да дојдам до екс-

клузивни информации, како и да воспоставам релации кои ќе ми помогнат подобро да ја извршувам мојата работа. **20 бодови**

Да, имам таква врска и за тоа сум ги известил моите претпоставени, за да воспоставам контакти меѓу нив и на мене блиското лице, со цел да се оствари деловна или друга соработка и од негов интерес и од интерес на медиумот. **30 бодови**

16. Дали во вашата работна средина се разговара за методите на директна и суптилна корупција и за можностите за справување со неа?

- Не, воопшто не се разговара за тоа прашање. **15 бодови**
- Да, се разговара, но ретко и без никакви заклучоци и решенија. **10 бодови**
- Да, се разговара често за тоа прашање, но не се предлагаат решенија за спречување на корупцијата. **5 бодови**

Да, се разговара често за корупцијата и се воспоставуваат практики таа да се пријавува и да се спречува. **0 бодови**

17. Дали кога сте или кога би биле подложни на корупциски притисок од било каков вид, би се чувствувале комотни тоа да го споделите со вашите колеги, со уредништво и со менаџментот, или со сопственикот на медиумот?

- Да, и очекувам помош и поддршка од средината. **0 бодови**
- Да, но не очекувам никаква посебна реакција. **5 бодови**
- Не сум сигурен-на дали треба тоа да го споделам во мојата работна средина. **10 бодови**

Не, нема тоа да го споделам, бидејќи се плашам од негативни последици за мене. **20 бодови**

18. Дали кога сте или кога би биле подложни на корупциски притисок од било каков вид, би се чувствувале комотни случајот да го пријавите во едно од новинарските здруженија во кое имате најголема доверба?

- Да. **0 бодови**
- Не сум сигурен дали би го пријавил случајот во новинарско здружение. **10 бодови**
- Не, не би пријавила-а во новинарско здружение,

бидејќи сметам дека со тоа не би постигнал-а ништо конкретно и позитивно за мене.

20 бодови

19. Дали кога сте или кога би биле подложни на корупциски притисок од било каков вид, а при тоа би располагале и со соодветни докази, би се осмелиле случајот јавно да го пријавите кај органите на прогонот, во полиција или кај јавниот обвинител?

Да.

0 бодови

Не знам

10 бодови

Не.

20 бодови

20. Дали кога сте или кога би биле подложни на корупциски притисок од било каков вид, а при тоа би располагале и со соодветни докази, би се осмелиле случајот јавно да го соопштите, односно дали би се согласиле за случајот да се пишува и да се говори јавно, во медиумите?

Да.

0 бодови

Не

5 бодови

Не.

10 бодови

А сега, малку математика. Соберете ги бодовите на вашите одговори и според бодовно салдо, побарајте го вашиот профил за подложност на корупција.

РЕЗУЛТАТИ

Од 0 до 120 бодови

Нема човек кој не е подложен на директна или суптила корупција. Ако имате 0 бодови, вие сте „супермен“. Ако вашите искрени одговори не го надминуваат салдото од 120 бодови, можете да сметате дека сте медиумски работник со високо ниво на персонален интегритет и отпорност на корупциски притисоци.

Ви советуваме сепак да обрнете внимание на одговорите што носат повеќе бодови, бидејќи таму некаде се кријат вашите потенцијалните слабости. Развијте ја свесноста за нив, потпирајќи се на вашите силни страни.

Од 121 до 260 бодови

Ова бодовно салдо покажува средно ниво на подложност на корупција, што е добра вест – кај вас очигледно постојат големи потенцијали да го зајакнете вашиот персонален интегритет. Смеслата на овој тест е и развивање на свесноста за одредени облици на корупција кои кај нас се сметаат за „нормално“ поведение во медиумите.

Врз основа на вашите одговори, обидете се да ги пронајдете вашите силни, но и вашите слаби страни. Тоа, се разбира, зависи и од вашата работна средина и од општите состојби, но сепак најдете во себе мотив да станете подобри.

Од 261 до 380 бодови

Високото бодовно салдо сигнализира висок степен на подложност на корупција. Вашата искреност покажува дека досега веројатно сте биле подложни на некои видови директна или суптилна корупција. Можно е да станува збор и за недостиг на свесност дека некои ваши поведенија и ставови се причини за тоа.

Посебно обрнете внимание на одговорите кои ви донеле 20 или 30 бодови – тоа се прашања за кои треба сериозно да размислите. Не се обесхрабрувајте, обидете се на нештата да погледнете од еден друг агол. Следењето на високите етички и професионални стандарди носи чувство на лична сигурност, одговорност и реализираност во професијата.



Здружение на граѓани за одбрана на слободата на говорот и јавното изразување

Проект „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“

ПРОВЕРЕТЕ КОЛКУ ВАШАТА РЕДАКЦИЈА Е ПОДЛОЖНА НА КОРУПЦИСКИ ПРИТИСОЦИ

Здружението Член 16 нуди алатка која може да им помогне на новинарите, уредништвата, другите медиумски работници, синдикалните организации и членовите на новинарските здруженија, сопствениците на медиумите и менаџерите, како и на сите други субјекти кои имаат објективни податоци за состојбите во медиумите, да ја проценат нивната подложност на корупција.

Колку што е важно секој новинар, уредник, медиумски работник, сопственик на медиум и менаџер во медиум да провери колку е самиот подложен на директни, но и на суптилни корупциски притисоци, односно да спроведе Персонален тест на интегритет (алатка што веќе ја подготви и ја објави Здружението на граѓани Член 16, во рамките на проектот „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“), толку е важно да се проценат и ризиците на Редакцијата.

Ова дотолку повеќе што од проценката на ризиците зависи и прилагодувањето на Нулта толеранција сценаријата за отпорност и за реакција на Редакцијата во случаи на корупциски притисоци и корупциско поведение. Здружението Член 16 драфтираше и објави една верзија на такви сценарија, со цел да им помогне на редакциите да ги дефинираат ролјите на актерите во сценаријата и можните постапки.

Од тие причини, драфтираваме една нова алатка, чија цел е новинарите, уредништвата, другите медиумски работници, синдикалните организации и членовите на новинарските здруженија, сопствениците на медиумите и менаџерите, како и на сите други субјекти кои имаат објективни податоци за состојбите во медиумите, да ја проценат нивната подложност на корупција. Се разбира, пожелно е проценките да се совпаднаат и да се вршат врз основа на прецизно утврдена метода на квантифицирање, која не исклучува туку поттикнува натамошна дебата за состојбите и изнесување оценки од квалитативна природа

Во продолжение, ја објавуваме алатката за која станува збор.

ТЕСТ ЗА ПРОЦЕНКА НА РИЗИЦИТЕ НА РЕДАКЦИЈА ЗА ПОДЛОЖНОСТ НА КОРУПЦИЈА

Овој тест го пополнува секој новинар, уредник, друг медиумски работник, сопственик на медиумот, менаџер во медиумот или друг субјект што има желба или потреба да ги процени ризиците со кои се соочува неговата Редакција за подложност на корупција во сите облици. Под корупциски притисок се подразбира секој обид со класичен поткуп, со нудење одредени материјални или нематеријални услуги, привилегии или користи за новинар, уредник, претставник на менаџментот или за сопственикот на медиумот, новинарите и медиумот да се оневозможат да работат во јавен интерес, а за сметка на интересите на одредени економски или политички групации и центри на моќ, чија што промоција на таков манипулативен начин се смета за манипулативна и општествено неприфатлива.

Тестот е анонимен. Сепак, наспроти тоа, повеќе субјекти можат да ги споредат резултатите на тестирањето што го спровеле врз основа на своите сознанија и перцепции, во обид да изнајдат заедничка и објективна проценка, која може да доведе до дебата и до квалитативни заклучоци за прашањето.

Тестот содржи квантификации и се пополнува со заокружување на еден од понудените одговори на прашањата. Таму каде што е понуден само еден одговор, се заокружува или не се заокружува. На крајот од тестирањето, бодовите се собираат и се споредуваат со понудените квантификации во групниот скор.

ПРАШАЊА

1. Дали сопственикот на медиумот (издаваштвото) поседува статут или друг вид на писмен акт во кој на Редакцијата ѝ гарантира уредувачка автономија во рамките на основната и јавно декларирана уредувачка линија, како и декларирана определба за нулта толеранција за било какви директни или индиректни корупциски притисоци врз медиумот?

Да. **10 бодови**

Не, но постои акт/документ кој посредно упатува на такви определби на сопствеништвото. **5 бодови**

Не. **0 бодови**

2. Дали Редакцијата има позитивни искуства во справување со корупциски притисоци од било каков вид, што подразбира енергично отфрлање на таквите притисоци и осуда на субјектите во медиумот, кои подлегнуваат на корупциски притисоци, во одделни случаи иницираат корупција од страна на субјектите во медиумите, а и молчат за такви случаи наместо да се спротивстават?

Да, Редакцијата има такви богати искуства. **10 бодови**

Да, Редакцијата има неколку такви искуства. **5 бодови**

Не. **0 бодови**

3. Дали сметате дека сопственикот и менаџментот на медиумот се корумпирани или поттикнуваат корупција во Редакцијата?

Да, тоа со сигурност го знам. **минус 30 бодови**

Имам слушнато за тоа, но не располагам со докази што тоа ќе го потврдат. **минус 20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, имам целосна доверба дека сопственикот и менаџментот на медиумот не се корумпирани. **30 бодови**

4. Дали сметате дека главниот и одговорен уредник на медиумот е корумпиран или поттикнува корупција во Редакцијата?

Да, тоа со сигурност го знам. **минус 30 бодови**

Имам слушнато за тоа, но не располагам со докази што тоа ќе го потврдат. **минус 20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, имам целосна доверба дека главниот и одговорен уредник на медиумот не е корумпиран. **30 бодови**

5. Дали сметате дека уредниците во медиумот се корумпирани или поттикнуваат корупција во Редакцијата?

Да, тоа со сигурност го знам. **минус 30 бодови**

Имам слушнато за тоа, но не располагам со докази што тоа ќе го потврдат. **минус 20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, имам целосна доверба дека уредниците во медиумот не се корумпирани. **30 бодови**

6. Дали сметате дека новинарите и другите медиумски работници во Редакцијата поттикнуваат корупција со своето поведение, односно самите бараат и прифаќаат поткуп, подароци од изворите на информации и други материјални и нематеријални добра и привилегии кои не потекнуваат од нивниот работодавач?

Да, тоа е вообичаена пракса во нашиот медиум. **минус 30 бодови**

Да, но станува збор за поединци, чие поведение не се осудува и казнува. **минус 20 бодови**

Да, но станува збор за поединци, кои продолжуваат со своето поведение иако тоа се осудува и се казнува. **минус 10 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не. **30 бодови**

7. Дали во Редакцијата просечната плата на новинарите со стаж до 5 години е еднаква и повисока од просечната плата на вработените во земјата?

Да. **10 бодови**

Не. **0 бодови**

8. Колкав е процентот на новинари и други медиумски работници во Редакцијата кои имаат засновано работен однос на неопределено време?

90-100 % **15 бодови**

80 – 90 % **10 бодови**

70 – 80 % **5 бодови**

Помалку од 70 % **0 бодови**

9. Дали сопствениците или менаџментот на медиумот, спротивно на етичките стандарди на професијата, бараат новинарите и медиумските работници некритички да пишуваат или на било кој друг начин да учествуваат во креирање на содржини со кои се фаворизира одредена компанија, политичка партија или друг субјект, или обратно, неумерено и тенденциозно се критикуваат и напаѓаат други субјекти?

Да, редовно. **минус 30 бодови**

Да, повремено. **минус 20 бодови**

Не, но тоа се подразбира од уредувачката политика на медиумот. **0 бодови**

Не, напротив, тие поттикнуваат уредувачка автономија и строга поделба на известувањето за фактите од коментирањето **30 бодови**

10. Дали сопствениците или менаџментот на медиумот бараат уредниците, новинарите и другите медиумски работници да обезбедуваат реклами и пи-ар објави за определен надомест (процент), или да ги поттикнуваат своите извори на информации да го прават тоа?

Да, тоа е вообичаена пракса во Редакцијата. **минус 30 бодови**

Да, но тоа се случува само повремено. **минус 20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, тоа е строго забрането во Редакцијата. **30 бодови**

11. Дали сметате дека уредништвото на Редакцијата

та е способно бескомпромисно да му се спротивстави на сопственикот и на менаџментот во случај на корупциски притисоци?

Да, тоа до сега и се случило. **50 бодови**

Да, имам впечаток дека е способно. **30 бодови**

Имам впечаток дека ќе се спротивстави, но не сум сигурен дека единствено ќе издржи под притисокот. **20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, не е способно. **минус 20 бодови**

Не, не само што не е способно, туку сопственикот, менаџментот и уредништвото дејствуваат заедно и не очекувам никакво спротивставување во таков случај **минус 50 бодови**

12. Дали сметате дека новинарите и другите медиумски работници во Редакцијата, самостојно или поддржани од синдикалната организација или членови на новинарски здруженија, се способни да им се спротивстават на уредниците или на сопственикот и менаџерите на медиумот, во случај на корупциски притисоци?

Да, тоа до сега и се случило. **50 бодови**

Да, имам впечаток дека се способни. **30 бодови**

Имам впечаток дека ќе се спротивстави, но не сум сигурен дека единствени ќе издржат под притисокот. **20 бодови**

Не знам. **0 бодови**

Не, не се способни. **минус 20 бодови**

Не, не само што не е способни, туку се навикнати на праксата на корупциски притисоци и ја оправдуваат, чувајќи ги така своите работни места и стекнати привилегии. **минус 50 бодови**

13. Дали во вашата Редакцијата, на состаноци или на друг организиран начин, се разговара за проблемот на корупција во медиумите?

Да, често. **20 бодови**

Да, ама ретко. **10 бодови**

Не. **0 бодови**

РЕЗУЛТАТИ

Од минус 280 до минус 140 бодови

Вашата Редакција е под **екстремно висок ризик** од корупциски притисоци. Мошне е веројатно дека повеќе актери во неа се подложни на корупциско поведење. Тоа го урива кредибилитетот на медиумот. Препорака е за ова прашање сите субјекти во медиумот да поведат итна расправа, да го регистрираат проблемот и да побараат решенија за негово надминување.

Од минус 140 до 0 бодови

Вашата Редакција е изложена на **висок ризик** од корупциски притисоци, со кои веројатно тешко се справува. Резултатот треба да ве поттикне на разговор за соочување со проблемот и за организирање активности тој да се надмине во што покус рок.

Од 0 до 120 бодови

Вашата Редакција **не е под висок ризик** од корупциски притисоци, бидејќи веројатно поседува елементарни капацитети за справување со нив. Потрудете се да ги анимирате сите актери да ги унапредите капацитетите и особено волјата да се спротивставите на ова зло.

Од 120 до 240 бодови

Вашата Редакција несомнено **има и волја и капацитети да се справи со корупциските притисоци**. Претпо-ставка е дека актерите добро соработуваат на овој план. Резултатот сфатете го како поттик да ги унапредите антикорупциските практики во вашата Редакција.

Од 240 до 345 бодови

Вашата Редакција **се доближува до идеалот нулта толеранција за корупцијата од секаков вид**. Тоа најверојатно се должи на високиот степен на персонален интегритет на главните актери, но и на постоење на искуства од антикорупциски практики. Продолжете во таа насока и потрудете се да бидете што подобри.



Здружение на граѓани за одбрана на слободата на говорот и јавното изразување

Проект „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“

НУЛТА ТОЛЕРАНЦИЈА СЦЕНАРИЈА ЗА ОТПОРНОСТ И ЗА РЕАКЦИЈА НА РЕДАКЦИЈА ВО СЛУЧАИ НА КОРУПЦИСКИ ПРИТИСОЦИ И КОРУПЦИСКО ПОВЕДЕНИЕ

● Дефиниции на поимите

1. Под корупциски притисок се подразбира секој обид со класичен поткуп, со нудење одредени материјални или нематеријални услуги, привилегии или користи за новинар, уредник, претставник на менаџментот или за сопственикот на медиумот, новинарите и медиумот да се оневозможат да работат во јавен интерес, а за сметка на интересите на одредени економски или политички групации и центри на моќ, чија што промоција на таков манипулативен начин се смета за манипулативна и општествено неприфатлива.

Корупциско поведење е секој облик на однесување на новинарите и на другите субјекти во медиумите кое значи подлегнување на корупциски притисоци, во одделни случаи и иницирање на корупцијата од страна на субјектите во медиумите, но и страв и молк, како и, наспроти тоа, отпор и борба против ова зло.

2. Пријавувач на случај на корупциски притисок и на корупциско поведење може да биде новинар, уредник, претставник на сопственикот или на менаџментот, како и надворешен субјект - читател, компанија, правно лице, здружение или било кој друг за-сегнат субјект, кој ќе пријави, опише и документира таков случај.

3. Опис на случај претставува писмен допис, со приложени писмени и други докази, кој содржи наводи за случај на корупциски притисок или корупциско поведење во медиум.

4. Дебата во случајов е облик на соочување на новинарите, на редакцијата и на другите субјекти во медиумот со пријавата и со наводите во описот на случајот. Целта на дебатата е да се утврди вистината и да се донесе заклучок, по можност едногласно и без издвоени мислења. Зависно од пријавувачот и од развојот, дебатите се водат на различни нивоа и во различни формати, детално опишани во сценаријата. Во сите дебати се поканува субјектот кој е пријавен дека врши корупциски притисок или дека коруптивно се однесува и му се овозможува право на одбрана и објаснување на своите постапки (бидејќи станува збор за генерално правило, тоа во наведените сценарија не е посебно но-тирано). Дебатите што се водат во редакцијата и во издаваштвото, во принцип, се од затворен тип.

5. Заклучокот содржи оценка на случајот од аспект на законите и од аспект на нормите на новинарската етика, оценка на

поведението на субјектот подложен на корупциски притисок (сопственикот, менаџментот, новинарот, уредникот и уред-ништвото, редакцијата во целина итн), ако е нужно опомена за погрешно поведење со соодветна препорака како треба да се постапи во таков случај и евентуално и предлог на санкција согласно со Законот за работни односи и со други позитивни законски прописи..

● Клучни принципи

Нулта толеранција. Сопственикот, менаџментот, редакцијата, уредниците и новинарите јавно декларираат нулта толеранција за било каков облик на корупција и со тоа се обврзуваат да не ја игнорираат, туку да постапуваат по секоја пријава за случај на корупциски притисок врз новинарите и врз медиумот и за корупциско поведење.

Инклузивност. Квалитетното справување со корупциски притисоци и поведенија подразбира реактивност I вклученост на сите субјекти во медиумот во менаџирањето на проблемот – новинарите, уредниците, менаџментот и сопственикот. Важна улога играат и синдикалната организација во редакцијата, до-колку таа постои, како и новинарските здруженија. Во понудени-те сценарија, ролјите на субјектите се дефинирани на начин што обезбедува непристрасност, правичност и меѓусебна контрола во менаџирањето на случаите на корупциски притисоци.

Отвореност. Новинарите, редакциите, менаџментите и соп-ствениците прифаќаат да дебатираат за пријавите за корупци-ски притисоци во нивните медиуми и јавно, во новинарските здруженија, во медиумите и на социјалните мрежи, под услов дебатите да се водат одговорно и на начин што нема да предиз-викува злонамерно навредување, клеветење, повреда на угледот и честа и нанесување други материјални и нематеријални штети на новинарите и на медиумите.

Прилагодливост на сценаријата. Понудените сценарија се модели за менаџирање на редакциите во случаи на пријавување случаи на корупциски притисоци и корупциско поведење. Тие модели може и треба да се прилагодуваат во зависно од органи-зациската структура на медиумот, од проценката на ризиците за подложност на корупција и од други фактори значајни за работата на новинарите и на медиумот.

СЦЕНАРИО А

(Пријавувач на корупциски притисок или на корупциско поведе-ние е новинар од редакцијата на медиумот)

Пријавувачот на корупциски притисок

1. Пријавувачот го пријавува случајот на субјект во редакцијата по сопствен избор. Тоа може да биде колега новинар, уредник, прет-ставник на сопственикот или на менаџментот или претставник на надворешен субјект (синдикат, новинарско здружение, невладина организација и слично). Пријавувачот кон пријавата доставува опис на случајот.

2. Дебата во формат: Колегиум на уредници
Првата етапа во справување со пријавениот случај е дебата на колегиумот на уредниците, на која освен пријавувачот, задолжително присуствува овластен претставник на сидникалната организација во редакцијата, а ако таква не постои, највозрасниот член на новинар-скиот состав. По завршувањето на дебатата, пријавувачот предлага заклучок. Предлогот на заклучокот може да го видоизмени овласте-ниот претставник на синдикалната организација во редакцијата, а ако таква не постои, највозрасниот член на новинарскиот состав. Учесниците во дебатата заеднички гласаат за заклучокот, во обид да го усвојат едногласно. Доколку се успеае во тоа, за заклучокот се известуваат сопственикот, менаџментот и редакцискиот колегиум. Доколку има повеќе издвоени мислења, или пријавувачот е незадо-волен од заклучокот, се упатува за неговата пријава да побара дебата на редакцискиот колегиум.

3. Дебата во формат: Редациски колегиум
Редацискиот колегиум ги опфаќа сите членови на редакцијата - новинари, уредници, фоторепортери, графички уредници и друг персонал, со исклучок на вработените во менаџментот, во маркетин-гот и во другите служби за административно-финансиско работење. Присуството на главниот и одговорен уредник, на претставник на сопственикот или на менаџментот и на овластен претставник на синдикалната организација во редакцијата, а ако таква не постои, на највозрасниот член на новинарскиот состав, е задолжително.

По завршената дебата, пријавувачот предлага заклучок. На пред-лог на овластениот претставник на сидникалната организација во редакцијата, а ако таква не постои, на највозрасниот член на нови-нарскиот состав, предлогот на заклучокот може да се видоизмени. Учесниците во дебатата заеднички гласаат за заклучокот, во обид да го усвојат едногласно. Доколку се успее во тоа, за заклучокот се изве-стуваат сопственикот и менаџментот. Доколку има повеќе издвоени мислења или пријавувачот е незадоволен од заклучокот, се упатува за неговата пријава евентуално да побара дебата во новинарско здружение.

4. Дебата во формат: Новинарско здружение
Доколку пријавувачот случајот го пријави во новинарско здруже-ние и побара дебата, сопственикот, менаџментот и уредништвото на медиумот ќе го известат здружението дека прифаќаат такво соочување, под услов здружението во дебатата да обезбеди учество на претставник на менаџментот, на претставник на уредништвото и

на овластен претставник на синдикалната организација или ако таа не постои, на највозрасниот новинар во редакцијата.

Здружението дебатата ја организира според сопствените правила, но пожелно е да се настојува таа да заврши со заклучок што ќе биде прифатен едногласно. Секој од субјектите има право на издвоено мислење. За да се избегнат евентуалните обиди за нарушување на угледот и честа на било кој од учесниците во дебатата, пожелно е за нејзиниот исход да бидат известени само засегнатите страни, без за тоа да се информира општата јавност. Тоа не го спречува пријаву-вачот да одлучи за случајот самиот да покрене дебата во медиумите или на социјалните мрежи.

5. Дебата во медиуми или на социјалните мрежи
Заради веќе наведени клучни принципи, пожелно е пријавувачот на случај на корупциски притисок или корупциско поведение, пред да одлучи своите наводи да ги обелодени во медиумите или на социјалните мрежи, да покрене дебати во самиот медиум, опишани во точките 2,3 и 4. Доколку пријавувачот сепак оцени дека е целис-ходно за својата пријава веднаш, без претходни најави и дебати во редакцијата, да покрене расправа за случајот во медиумите или на социјалните мрежи, должен е да ја прифати и обврската за увер-ливо докажување на наводите, согласно со соодветните законски прописи и со нормите на новинарската етика. Засегнатите страни што нема да се согласат со наводите, со оцен-ките и со заклучоците на пријавувачот, имаат право на одговор и право да покренат соодветни постапки пред судовите на честа или соодветните саморегулативни тела во новинарските здруженија, или и на суд, доколку сметаат дека се навредени, наклеветени или на друг начин се повредени нивните чест и углед, или им се нанесени материјални и нематеријални штети.

СЦЕНАРИО Б

(Пријавувач на корупциски притисок или на корупциско поведе-ние е уредник од редакцијата на медиумот)

Пријавувачот на корупциски притисок

1. Пријавувачот го пријавува случајот на друг уредник во редак-цијата по сопствен избор, на претставник на сопственикот или на менаџментот, или на претставник на надворешен субјект (синдикат, новинарско здружение, невладина организација и слично). Пријаву-вачот кон пријавата доставува опис на случајот.

2. Дебата во формат: Претставник на менаџментот, главен и одговорен уредник (ако самиот не е пријавувач), овластен прет-ставник на синдикалната организација, или ако таа не постои, највозрасен член на редакцискиот состав.

По дебатата заради утврдување на фактите, пријавувачот пред-лага заклучок. Овластениот претставник на синдикалната органи-зација, или ако таа не постои, највозрасниот член на редакцискиот состав, може да го видоизмени предложениот заклучок. Учесниците во дебатата заеднички гласаат за заклучокот, во обид да го усвојат едногласно. Доколку се успее во тоа, за заклучокот се известуваат сопственикот и менаџментот. Доколку има повеќе издвоени мис-лења или пријавувачот е незадоволен од заклучокот, се упатува за

неговата пријава да побара дебата на редаксискиот колегиум.

3. Дебата во формат: Редациски колегиум (како и во сценарото А)
4. Дебата во формат: Новинарско здружение (како и во сценариото А)

Пријавувачот на корупциски притисок

5. Дебата во медиуми или на социјалните мрежи (како и во сценариото А)
Во овој случај, пријавувачот, поради одговорната позиција на член на уредништвото, треба да биде свесен за својата зголемена одго-ворност за добрата пракса случаите на корупциски притисоци и на корупциско поведение да се пријавуваат прво во редакцијата, како и за обврската своите наводи да ги поткрепи со цврсти и несоборливи докази, за да се избегнат евентуалните штетни последици опишани во точката 5 во сценариото А.

СЦЕНАРИО В

(Пријавувач на корупциски притисок или на корупциско пове-дение е претставник на сопственикот или на менаџментот на медиумот)

Пријавувачот на корупциски притисок

1. Пријавувачот го пријавува случајот на уредништвото во редак-цијата и кон пријавата приложува опис на случајот.

Пријавувачот на корупциски притисок

2. Дебата во формат: Уредништво на редакцијата, овластен претставник на синдикалната организација, или ако таа не постои, највозрасен член на редакцискиот состав.
По дебатата, пријавувачот предлага заклучок. На предлог на глав-ниот и одговорен уредник, предложениот заклучок може да се видо-измени. Учесниците во дебатата заеднички гласаат за заклучокот, во обид да го усвојат едногласно. Доколку се успее во тоа, за заклучокот ја известуваат редакцијата. Доколку има повеќе издвоени мислења, или пријавувачот е незадоволен од заклучокот, се упатува за негова-та пријава да побара дебата на редакцискиот колегиум.

Пријавувачот на корупциски притисок

3. Дебата во формат: Редациски колегиум (како и во сценаријата А и Б)

4. Дебата во формат: Новинарско здружение (како и во сценаријата А и Б)

5. Дебата во медиуми или на социјалните мрежи (како и во сценаријата А и Б)
Во овој случај, пријавувачот, поради позицијата на претставник на сопственикот или на менаџментот, треба да биде свесен за фактот дека неговото евентуално избегнување на дебата во редакцијата може да се доживее и како облик на цензорски притисок врз неа, како и за обврската своите наводи да ги поткрепи со цврсти и несо-борливи докази, за да се избегнат евентуалните штетни последици опишани во точката 5 во сценариото А.

СЦЕНАРИО Г
(Пријавувач на корупциски притисок или на корупциско пове-

дение е надворешен субјект – читател или гледач, компанија, синдикат, новинарско здружение, невладина организација и или друг заинтересиран субјект)

Пријавувачот на корупциски притисок

1. Пријавувачот го пријавува случајот на претставник на сопстве-никот или на менаџментот на медиумот, или на главниот и одгово-рен уредник на редакцијата. Пријавувачот го составува и описот, при што приложува писмени и други докази со кои располага. Претстав-ник на сопственикот или на менаџментот и главниот и одговорен уредник на редакцијата можат од пријавувачот да побараат описот на случајот да го дополни или дообјасни, доколку сметаат дека опи-сот е недоволно јасен, непрецизен или неаргументиран. Тоа барање сепак нема да ја спречи дебатата за случајот.

2. Дебата во формат: Редациски колегиум, претставник на сопственикот или на менаџментот и овластен претставник на Самостојниот синдикат на новинарите на Македонија или на друго новинарско здружение, поканет од Редакцијата.

По дебатата за утврдување на фактичката состојба, заклучокот го предлага пријавувачот. На предлог на овластен претставник на на синдикалната организација, или ако таа не постои, на највозрасниот член на редакцискиот состав, тој заклучок може да се видоизмени. Учесниците во дебатата заеднички гласаат за заклучокот, во обид да го усвојат едногласно. Доколку има повеќе издвоени мислења, или пријавувачот е незадоволен од заклучокот, се упатува за неговата пријава да побара дебата во новинарско здружение по негов избор.

Пријавувачот на корупциски притисок

3. Дебата во формат: Новинарско здружение (како и во сценаријата А, Б и В)

Пријавувачот на корупциски притисок

4. Дебата во медиуми или на социјалните мрежи (како и во сценаријата А, Б и В)
Во овој случај, пријавувачот, поради позицијата на надворешен фактор, треба да биде свесен за фактот дека неговото евентуално неприфаќање дебата во засегнатиот медиум може да се доживее и како атак и врз медиумот и врз новинарите, како и за обврската своите наводи да ги поткрепи со цврсти и несоборливи докази, за да се избегнат евентуалните штетни последици опишани во точката 5 во сценариото А.

ПОСЕБНО СЦЕНАРИО – ПРИЈАВУВАЊЕ НА КОРУПЦИСКИ ПРИТИСОК ИЛИ КОРУПЦИСКО ПОВЕДЕНИЕ КАЈ ОРГАНИТЕ НА ПРОГОНОТ

Доколку било кој субјект пријави случај на корупциски притисок кај органите на прогонот (полиција, јавен обвинител и слично), сопственикот, менаџментот и редакцијата активно соработуваат со надлежните органи, со цел за брзо расветлување на случајот. Било какви дебати во таа смисла би можеле да се протолкуваат како попречување на истрагата и затоа се непожелни.

При тоа, пријавувачот треба да биде свесен за ризикот од лажно пријавување, што е кривично дело, со кое може да нанесат огромни материјални и нематеријални штети на новинари, уредници и на сопственици на медиуми, па во таа смисла тој мора да се однесува крајно одговорно и во согласност со законите.



Здружение на граѓани за одбрана на
слободата на говорот и јавното изразување

Проект „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки
за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“

КАЖИ „НЕ“ ЗА КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ !

**Зборот обврзува, а делата го чуваат образот.
Предлагаме секој новинар, доколку посака, јавно
да ја декларира својата посветеност на политика-
та на нулта толеранција во медиумите.**

Последен продукт во низата анализи и продукти на проектот на Здружението на граѓани Член 16 под наслов „Лидери во борба против корупцијата - развивање иновативни алатки за борба против корупцијата во медиумите во Република Македонија“, е личната декларација под наслов „Јас велам - НЕ!“

Врз основа на сите досегашни искуства, сметаме дека на нашите колеги новинари и медиумски работници треба да им понудиме куса декларација, со која секој ќе може, доколку посака, јавно да ја декларира својата посветеност на политиката на нулта толеранција во медиумите.

Зборот обврзува, а делата го чуваат образот. Оттаму, оставаме секој новинар и медиумски работник самиот да одлучи дали, во која форма (понудената или видоизменета) и на кој начин ќе ја декларира сопствената лична неподложност на коруптивно влијание и спремност да се бори против ова зло.

Ова е предлогот на Здружението Член 16 за еден таква лична објава:

ЈАС ВЕЛАМ - НЕ!

Јас, (име и презиме, професија и позиција во медиумот), во име на својот углед и професионална чест, јавно велам:

- НЕ примам и не барам поткуп од било кого и во било какви околности.
- НЕ примам и не барам надомест за мојот професионален ангажман во медиумот од било кој друг освен од мојот работодавач.
- НЕ обезбедувам реклами, огласи, пи-ар објави и други комерцијални содржини за мојот медиум, по налог на мојот работодавач, или по сопствена иницијатива,

ниту ги мотивирам моите извори на информации и луѓето со кои професионално соработувам, да го прават тоа.

- НЕ учествувам во креирањето содржини од комерцијален карактер, доколку тоа не е моја основна професионална обврска, а во обратниот случај, престанувам моите обврски како новинар кој непристрасно и објективно известува за фактите.

- НЕ примам никакви други, освен исклучително скромни, симболични подароци, од изворите на информации и од луѓето со кои соработувам во вршењето на својата работа.

- НЕ барам и не прифаќам привилегии или услуги од изворите на информации и од луѓето со кои соработувам, кои се директно или индиректно насочени кон тоа да остварат нелегитимно влијание и да го загрозат мојот професионален интегритет.

- НЕ одам на службени патувања за кои трошоците ги плаќа било кој друг освен мојот работодавач, самостојно и без корупциски договор со трета страна.

- НЕ прифаќам притисоци од сопственикот на медиумот, од менаџментот и од уредништвото, при известувањето да фаворизирам одредени факти, или да прикривам други, со цел за постигнување нелегитимно политичко или друго влијание, спротивно на јавниот интерес и на мојата професионална етика.

- НЕ ги злоупотребувам своите брачни, роднински и пријателски односи со одредени лица во вршењето на својата професија, заради стекнување лична корист и привилегии на професионален план, а кога вршењето на моите професионални обврски можат да предизвикаат конфликт на интереси, ги одбивам таквите задачи.

- НЕ стапувам во било какви непристојни и недостоинствени односи со изворите на информации и со луѓето со кои соработувам.

- НЕ го прифаќам корупциското поведење на моите колеги и изразувам спремност јавно да се борам против него, почитувајќи ги при тоа колегијалноста и обврската да настапувам со силата на аргументите, без клевети, навреди и говор на омраза.

- НЕ прифаќам никаква друга политика освен нулта толеранција во корупцијата во медиумите.