

Нов Български университет

Конференция

РЕГУЛАЦИЯ/САМОРЕГУЛАЦИЯ В МЕДИИТЕ И ПР

**(5 и 6 юни 2008 г. от 10 часа в заседателната зала на библиотеката,
НБУ)**

Изследване на тема:

“Европейски мрежи за граждански контрол на корпоративни и институционални връзки”

Руси Маринов

В последните публикации и анализи на Европейската асоциация по комуникационни изследвания и образование/април 2008/ се дефинират нови правила за разширена прозрачност и публичност на медиите, свеждащи се до следното:

---По-голяма отвореност както към потребителите на информация, така и към продуцентите на съдържание;

-----Разнообразие на медиите от тематична гледна точка;

----Конструктивност и високо качество на съдържанието/ориентираност към диалог/;

-----Независимост от пазара и държавната администрация;

-----Ориентиране на медията към по-широки публични сфери и политики, относно взетите решения.

Другите изисквания, произтичат от появата на новите социални медии и информационно общество и са свързани с ориентиране на информацията, и респективно комуникацията към гражданите, включително изграждане на прозрачна, демократична култура.

Новите медийни реалности предполагат:

осигуряване на достъп до инфраструктура, услуги и високо-качествено съдържание;

постигане на реално разнообразие и плурализъм на информационните канали;

създаване на вибрираща, плурастична публична сфера, която се респектира от различните гледища на малки групи;

независимост, етични норми и защита на журналистите;

активно споделяне на знание;

честни търговски отношения и устойчиво развитие;

подкрепа на участието на гражданите в медийни инициативи.

Сега и в близко бъдеще контролът върху големите корпорации, медии и административни служби в рамките на Европа ще се осъществява освен

чрез регулации, саморегулации и етични кодекси, така и от независими експертни центрове и не правителствени организации, с които тепърва България трябва да се съобразява при вземане на каквото и да е решение, засягащо гражданите и правата им в информационното общество. С подобен тип организации ще се сблъска и българския бизнес в областта на медиите и информационните услуги, ако си постави за цел да излезе активно на европейските пазари. И ако не се съобразява с международни норми за прозрачност и правене на бизнес ще търпи сериозни загуби. В момента се води гигантска битка между представителите на гражданското общество, големите европейски и международни корпорации и мега-административни структури. За целта се използват всички модерни технологии и медии. Все още не е ясно, кой ще бъде крайният победител!

Но гражданите в развитите демократични страни са осъзнали нещо много важно, че не могат сами да се противопоставят успешно на бизнес и административни супер-организации. Единственият начин е на организацията да се противопостави друга подобна, разполагаща с достатъчно ресурси структура. Ще посочим някои от гражданските мрежи и асоциации в рамките на Европа, които информират хората за опасностите в глобализиращия се свят и предприемат действия, за да ограничат вредните последици за гражданите.

Една от най-популярните неформални мрежи, в рамките на Европа, е **Spinwatch** - независима, не правителствена европейска организация, която си поставя за цел да наблюдава ролята на публичен рилейшънс и корпоративните, манипулативни техники в съвременното общество. Регистрирана е във Великобритания през 2004г. с основна задача да разпространява материали, информация, които разкриват ролята на PR, пропаганда и лобизъм, чрез своята уеб страница и своеобразна мрежа. За целта

се използват и други инициативи, публични дейности, включително медийни изяви, публикуване на книги, памфлети и разследващи репортажи.

В организацията членуват независими журналисти, преподаватели от водещи университети, социолози, медийни и Интернет експерти.

Основни теми на сайта на Spinwatch :

Промяна на климата; Корпоративно разузнаване; Корпоративна социална отговорност; Корпоративни комуникации; Индустрия за генно-модифицирани храни; Правителствени връзки; Европейска политика/ ЕС парламент, лобизъм, ЕС законодателство/

Международна политика;

Лобиране- с 28 подтеми;

Медиа връзки-21 подтеми;

Индустрия на тютюнопроизводителите; Наука; ПР индустрия/9 подтеми/;

Пропаганда-22 теми; Тероризъм-4 теми; Петролна промишленост-15 теми. Поддържа се и **специална секция за блогове**. В момента съществуват общо 115 тематични блога,

като по-известните са: "Алианс за прозрачност на лобизма"; "Фалшивите претенции; "Научни медии и проядрено лоби""Лобиране в ЕС комисиите и награди за най-лоши екологични инициативи"

Други по-известни мрежови, организации, които се занимават с граждански контрол на ЕС администрацията и големите

компани са следните:

#ATTAC- Международна мрежа за демократичен контрол на финанси;

#Коалиция, относно опасности, от действията на компанията BAYER-немска група за наблюдение и контрол на фармацевтичната фирма BAYER;

#CEE Bankwatch- Централна и източно-европейска неправителствена мрежа за контрол и наблюдение на международни финансови институции;

#The Corner House- базирана във Великобритания изследователска група за подкрепа развитието на не-дискриминирано гражданско общество, където отделните общности ще имат контрол върху средствата, ресурсите и решенията, касаещи развитието и начинът им на живот;

Corporate Watch- базирана в Англия изследователска група за разкриване на престъпление и лицемерие от страна на корпорации, отказващи да действат в интерес на гражданите;

CorpWatch - друга подобна група която разкрива корпоративни документи, имащи социално, политическо, икономическо и екологично въздействие върху гражданите. Поддържа добре обезпечена уеб страница.

#Critical Shareholders Association- обединява 30 активстки групи в Германия, грижещи се за по-голяма екологична защита, опазване на човешко права и наблюдаваща действията на компании като Круп, Сименс и Даймлер;

#Ethical Consumer- независими издатели на списания,

поддържащи база данни относно екологични и социални въздействия, породени от големи компании;

#GRESEA- белгийска изследователска група за глобална икономическа справедливост;

GM WATCH- новинарски услуги, относно проблемите свързани с генетичното инженерство. Групата фокусира вниманието си върху използване на пропаганда, манипулация, пбблик рилейшънс, "спин" и други средства за популяризиране на генетичните технологии и производство на GM храни. Разкриват се ролята на водещи учени, подпомагани от големите компании, индустриални групи за фронтално влияние, ПР агенции, лобистки и политически групи, подкрепящи тези храни и игнориращи правата на гражданите да знаят за проблемите, предизвикани от новите генетични технологии;

#IBFAN (International Baby Food Action Network)- Международна мрежа за действия, касаещи детски храни и продукти. Обединява усилията на 150 групи от 90 страни, с основна цел да се подобри здравето на децата. Наблюдават се стриктно корпоративни практики, имащи отношение към детски храни, надбавки и организиране на директна кампания срещу Нестле.

International Forum on Globalization (IFG)- активисти и учени срещу неолиберална глобализация;

LobbyControl- немска гражданска организация за информиране на хората, относно опасността от лобистки, ПР и think tanks групи;

LobbyWatch- базирана във Великобритания организация,

следяща измамни действия на лобистки, ПР фирми, "фронт-групи", политически мрежи и наети от индустрията учени;

#McSpotlight- мрежови ресурси, касаещи дейности на компании като Макдоналдс, Нестле, Унилевър.

The Multinationals Resource Center- Центърът е базиран в САЩ и е проект на Международно списание за мониторинг/Multinational Monitor magazine/ осигурява база данни, информация, изследвания за журналисти, учени, и други групи, относно подкрепата им за отделни корпоративни действия/наречени- вътрешни корпоративни агенти/.

OneWorld- група защитаваща правата на Интернет потребителите, за по-голяма демократичност на мрежата и свободно развитие на мрежовите ресурси;

Public Citizen -- Global Trade Watch- наблюдение на глобалната търговия, организиране на кампании срещу нечестни инвеститорски политики;

StateWatch- мониторинг на свободите в рамките на ЕС, осигурява се пълен достъп до документи на ЕС институции/особено онези които засягат директно свободите на гражданите/;

Transnational Institute (TNI)- прогресивна международна мрежа от учени и активисти;

Network Women In Development Europe (WIDE- мрежа от женски организация за подкрепа развитието на жените в рамките на Европа и спазване на техните права;

The Bruges Group <http://www.brugesgroup.com/about/index.live/>

Това е независима think tank група, създадена през 1989г. с

основна идея да се ограничи централизацията на властта в Брюксел. Мисията на групата е да се подкрепят дискусии, относно ЕС и политика по отношение на образование, алтернативни политики и международни отношения. Проблеми с които се занимава групата: граждански свободи; корупция; отбрана; демокрация; разширяване; евро и икономика; здравеопазване; пропаганда и медии; данъци.

Типична за Европа гражданска организация е "Европейска корпоративна обсерватория"/ [Corporate Europe Observatory \(CEO\)](#)- базирана в Амстердам изследователска група, с основна цел да изследва заплахите за демокрацията, равнопоставеност, социална справедливост и околна среда, често обект на въздействие от страна на компании, корпорации и лобистки групи. В тази организация има представители на Великобритания, Финландия, Швеция, Испания. Групата се финансира от независима фондация, публикувани са точните суми получени от всяка фондация. От 2006 г. основният фокус е влиянието на корпоративните лобита в рамките на ЕС. Лансира се специална Европейска инициатива за прозрачност/ETI/, създаден е и Алианс за прозрачност и етична регулация/ALTER-EU/. В коалицията влизат 140 граждански групи, които са и съ-основатели на CEO.

Активности на центъра:

---Препоръки, относно прозрачността на лобистки процеси в ЕС;
---Публичен дебат" Прозрачност и вземане на решения в рамките на ЕС";

- Подготовка на Зелена книга за ЕС;
- Провеждане на годишна асамблея в Брюксел;
- Месечни прес-информации за проблеми, касаещи лобизъм и прозрачност в Европа;
- Изслушване на представители на групите в ЕС парламента;
- Организиране на пресконференции- два пъти в годината и публични срещи с граждански организации в Австрия, Финландия, Гърция, Швеция, Англия.

Мрежата Statewatch осигурява услуги на гражданите, свързани с документите, издавани от Европейските институции. Основната цел на организацията е да насърчава информационните дискусии и диалог между европейските граждани като им се осигуряват новини, прогнози, анализи на документи, засягащи правата на гражданите, подготвени от европейската администрация.

Страницата на организацията отбелязва 140 000 уникални посещения на ден; 7600 граждани са се абонирали за електронна поща на организацията; база данни включва над 25 000 анализ и документи.

Институтът за анализ на лобизмът в Европа публикува списък на най-известните организации в Европа за мониторинг и контрол на лобизма/http://www.lobbywatch.org/lm_links.html/.

----Освен това се поддържа интегрирана база данни на учени-включва имената на 1000 учени и представители на академични среди и техните връзки с корпорации;

----Кой, кой е? Уебсайт регистрации- в реално време може да се

направи проверка, кой стои зад определени уеб страници, за да могат гражданите да преценят надеждността на информацията;

----Wayback machine- технология за анализ на предишни версии на уеб страниц и достъп до Интернет архив/ например тук откриване, че първата, индексирана уеб страница на НБУ е от 2000г и до сега са направени около 30 корекции на уеб сайта/;

----" Зелена война/The War on the Greens/ проследява действията на активистки групи, корпорации и правителства, ПР агенции, лобизъм насочени срещу екологич ни проекти;

----Информационно замърсяване- полезни страници и библиография на анти-екологични движения;

----Strathclyde University- център за проследяване на проследяване на пропаганда и медия дезинформация;

----GM Watch - най-популярната база данни за генетично модифицирани растения, въздействия и политики;

----База данни за биотехнологии- списък на хора работещи едновременно за правителствени агенции и биоиндустрията;

----Organic Attack! - профили на организации, работещи срещу органични култури;

----Pandora проекти- мейлинг лист за обмен на информация, ПР кампании и корпоративни фронт- групи за въздействие;

---Pants on Fire Awards - наблюдение на награди, свързани с биотехнологии, особено пропагандни кампании, манипулация и лъжлива информация.

Corporate Watch, например изследва опита и публикува данни за една глобална пропагандна кампания на "Бърсон Марстела",

която има неблагоприятното да позволи изтичане на информация, относно медийната и програма и наставления към представители на биоиндустрията.

Основни елементи от програмата са следните:

! "разкази- не проблеми" -добрите истории обикалят света за минути, именно на това да разчита индустрията;

! "продукти- не технологии" - Разказът да се съсредоточи върху новите продукти, например специални прахове за пране;

! облагодетелствани лица- не ползи";

! "символи- не логика"- символите са важни за политиката, тъй като се свързват с емоции. Биоиндустрията да използва символи, показващи надежда, удовлетворение и самооценка.

Един от принципите за пропаганда гласи, че индустрията трябва да се концентрира върху екологичните и икономически ползи от биотехнологиите.

Според проучванията на "Брюжес груп"

ЕС ще харчи по 3.8 милиарда евро на година за пропаганда, с цел спечелване на своя страна скептичните граждани.

Това се подвърждава и от публикации на водещи английски вестници като "Сънди Телеграф" и "Дейли мейл" и "Йоркшир пост", както и стотици материали от независими организации и десетки блокове посветени на темата.

Част от тези средства отиват и за промиване на мозъци на ученици. Като пример се посочва брошурата "Европейски дневник", отпечатана и раздавана като подарък на децата. Дневникът е изпратен до 1 милион и 200 хиляди ученици, в 9000

училища. В дневника се описва Европейският парламент като "гласът на хората", твърди се, че ЕС "подобрява качеството на живот на хората всеки ден". Версията, предназначена за холандските училища описва ЕС парламента като "най-важният мулти-национален орган в света". Европейският парламент финансира и анимационен филм "**Операция червен дракон**", където героите се включват в рискови приключения, при изпълнение на парламентарните си задължения.

В Италия на децата се рекламира "еврото" като шампион на всички валути. Според коментарите във вестниците, голяма част от тези инициативи се категоризират като откровена пропаганда. Посочва се още, че са изразходвани около 2,4 милиарда евро от бюджета на Европейската комисия за чадъри, моливи, писалки, гуми с логото на ЕС и то за сметка на европейските данъкоплатци. Отчита се, че пропагандата е насочена директно към собствените ни деца. По материали на немски разследващи журналисти, публикувани на сайта/<http://home.freeuk.net/freenations/news-2006-07-09.html> от юли 2006г ; www.german-foreign-policy.com, и The Bruges Group's publication/<http://www.brugesgroup.com/news.live?article=87&keyword=8>. ЕС комисията се е обърнала към германска ПР агенция да реализира новата и медийна стратегия.

Агенцията предлага провеждане на поредица от "**интегрирани комуникационни кампании**", като съдържанието ще бъде

смесено с редакторските програми в медиите и няма да се забелязва,

кой е източникът на информацията. ПР фирмата разглежда журналистите като обикновени разпространители на подготвено вече съдържание. В някои от материалите журналистите се разглеждат като "полезни идиоти", които ще намалят и разходите за пропаганда.

От разследването става ясно, че за провеждане на кампанията е избрана германската ПР агенция "Media Consulta" (МС), работила по проекти на германското външно министерство, както и за одобрение на "Европейска конституция" в Германия и Франция. За ЕС пропагандата, само в рамката на "Комуникационната политика" годишно се отделят около 80 милиона евро. В своя план МС посочва, че ще се разчита най-вече на помощта на асоциирани журналисти, за предварително подготвени интервюта, редакторски коментари по исканите теми, и те така ще бъдат поместени в медиите, че няма да се вижда връзката с клиента/ЕК?/.

В МС фирмата работят около 600 служители, като агенцията има представителства в 25 ЕС членове. Основните офиси на агенцията са в Берлин и Кьолн. Според агенцията ще се използват техники от типа на реклама както в печата, радио и телевизията, така и под формата на постери. На гражданите, които са скептично настроени и се съмняват в ценността на политиката на Европейската администрация, ще се въздейства с помощта на изложби, лекции, дискусии и инструкции в

училищата/последното действие, например, е незаконно в Великобритания от 1946г, въз основа на специален "Образователкен акт"/.

Използвани източници:

<http://www.spinwatch.org/content/view/4559/24/>

<http://www.brugesgroup.com/about/index.live>

<http://www.corporateeurope.org/aboutceo.html>

Ролята на ПР в съвременните правителства, Англия

<http://www.scoop.co.nz/stories/HL0404/S00206.htm>

Thinker, Faker, Spinner, Spy: Corporate PR and the Assault on Democracy PDF Print e-mail; Media Mouse, 15/1/2008

<http://www.spinwatch.org/content/view/4559/24/>

Адреси на материали в западни медии, относно кампаниите на ЕС:

<http://www.telegraph.co.uk/news/main.jhtml?xml=/news/2007/07/01/weu101.xml>

<http://www.corporatewatch.org/?lid=1572><http://info-pollution.com/general.htm>

<http://www.gmwatch.org/mart02.asp?paid=41&maid=46&pg=1>

<http://www.corporateeurope.org/> forum anti EU

<http://goldismoney.info/forums/showthread.php?t=153201><http://www.medialens.org/>

<http://www.corpwatch.org/article.php?id=6850>

<http://www.corporateeurope.org/>

<http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Greenwashing>