

ჟურნალისტის ინტერესთა კონფლიქტი

სახელმძღვანელო წესები

მომზადებულია საქართველოს ჟურნალისტური
ეთიკის ქარტიის საბჭოს მიერ



მარტი, 2016

ქურნალისტის ინტერესთა კონფლიქტი

(სახელმძღვანელო წესები)

ინტერესთა კონფლიქტი - სიტუაცია, როდესაც პირის პირადი, პროფესიული ანდა საზოგადოებრივი ინტერესი შესაძლებელია ერთმანეთთან წინააღმდეგობაში მოვიდეს, რაც ხელს შეუშლის დაკისრებული მოვალეობის შესრულებას.

ჟურნალისტის შემთხვევაში ინტერესთა კონფლიქტი უმთავრესად მის მიუკერძოებლობას და სამართლიანობას აყენებს ეჭვქვეშ.

კონფლიქტი ინტერესებს შორის შეიძლება წარმოიქმნას რამდენიმე მხრიდან, მათ შორისაა - ოჯახი, პირადი ურთიერთობები, ფინანსები/ბიზნესი, სამოქალაქო აქტიურობა. საჭიროა ჟურნალისტმა გადახედოს საკუთარ ურთიერთობებს და დაფიქრდეს, როგორ უკავშირდებიან ისინი მის პროფესიულ საქმიანობას.

ზოგადი პრინციპები

- აუდიტორია უნდა იყოს დარწმუნებული, რომ მედიასაშუალების სარედაქციო პოლიტიკა თავისუფალია კერძო, ფინანსური, პოლიტიკური თუ სხვა ტიპის გავლენებისგან.
- ჟურნალისტი არ უნდა იყოს არც პოლიტიკურ გაერთიანებების შემომწირველი და არც სხვადასხვა აქტივობების დამფინანსებელი.
- ჟურნალისტი, მათ შორის ისინიც, ვინც სპორტულ ანდა გასართობ თემატიკაზე მუშაობენ, ვალდებული არიან, აირიდონ როგორც უკვე არსებული, ასევე მოსალოდნელი ინტერესთა კონფლიქტი და აცნობონ ამის შესახებ საკუთარ ხელმძღვანელობას.
- მედიაორგანიზაციებს განსაზღვრული უნდა ჰქონდეთ საკუთარი სარედაქციო პოლიტიკა ინტერესთა კონფლიქტის თუ სხვა ქვემოთ ჩამოთვლილი საკითხებისადმი.
- დაუშვებელია ჟურნალისტის იძულება იმუშაოს იმ თემაზე, სადაც ფიქრობს, რომ ინტერესთა კონფლიქტი აქვს.

ურთიერთობა წყაროებთან

თუ ჟურნალისტს აქვს ნათესაური ან სხვა სახის კავშირი საკუთარ წყაროებთან, შესაძლებელია აუდიტორიას უარყოფითი რეაქცია ჰქონდეს, ვინაიდან ეჭვქვეშ დადგეს ჟურნალისტის მიუკერძოებლობა - რამდენად დასვამს ადეკვატურ კითხვებს, იქნება თუ არა მის მიმართ კრიტიკული.

როდესაც ოჯახის წევრი ან მასთან სასიყვარულო ურთიერთობაში მყოფი პირი პოლიტიკაში აქტიურად ერთვება, ჟურნალისტიმა უნდა შეაფასოს ის უხერხულობა, რაც შეიძლება შეიქმნას ამ თემაზე მუშაობისას და ამის შესახებ აცნობოს ხელმძღვანელობას. ამის შემდეგ მენეჯმენტი იღებს გადაწყვეტილებას - ჩამოაშოროს ჟურნალისტი მხოლოდ ამ ერთი კონკრეტული ამბის გაშუქებას, მთლიანად თემას თუ გადაიყვანოს სხვა პოზიციაზე.

2011 წელს, როდესაც აშშ-ს საზოგადოებრივი რადიოს გადაცემა „All Things Considered-ის“ წამყვანის მიშელ ნორისის ქმარი ბროდერიკ ჯონსონი პრეზიდენტობის კანდიდატ ბარაკ ობამას საარჩევნო კამპანიის მრჩეველად დაინიშნა, წამყვანმა საკუთარ ხელმძღვანელობას [აცნობა ამის შესახებ](#).

„ჩვენ ვიმსჯელებთ და გადავწყვიტეთ, რომ ბროდერიკის ახალი როლი სირთულეებს შემიქმნიდა გადაცემის წყევანში. საარჩევნო კამპანიისას ბროდერიკის მიერ დაკავებული პოზიციის თავისებურებიდან და იმ გავლენიდან გამომდინარე, რაც მას შეიძლება ჩვენს ოჯახზე ჰქონდეს, მივიღე გადაწყვეტილება, რომ დროებით, 2012 წლის არჩევნების დასრულებამდე აღარ წავიყვანო გადაცემა“, - განაცხადა მიშელ ნორისმა და იმავე ორგანიზაციაში სხვა პოზიციაზე გადაინაცვლა.

- ჟურნალისტიმა გააცნობიერა, რომ ქმრის ახალი პოზიცია ხელს შეუშლიდა საარჩევნო კამპანიის გაშუქებაში;
- მან ხელმძღვანელობას იქამდე აცნობა ქმრის ახალი პოზიციის შესახებ, ვიდრე ის დაიკავებდა ამ თანამდებობას;
- ხელმძღვანელობასთან შეთანხმებით მიიღეს გადაწყვეტილება - ჟურნალისტი დარჩა ორგანიზაციაში, თუმცა, მისი საქმიანობა გაიმიჯნა პოლიტიკური საკითხების გაშუქებისგან. ნორისი წამყვანის პოზიციას [დაუბრუნდა 2013 წელს](#).

პარალელურად სხვა ალბილას მუშაობა

ინტერესთა კონფლიქტის საკითხი დგება მაშინაც, როდესაც ჟურნალისტი პარალელურად სხვა ორგანიზაციაში მუშაობს. ეს ნიშნავს იმას, რომ აუდიტორიას შესაძლოა გაუჩნდეს კითხვა, რამდენად მიუკერძოებლად გააშუქებს ის არა თუ იმ ორგანიზაციის შესახებ ინფორმაციას, არამედ ზოგადად იმ სფეროში მიმდინარე მოვლენებს, სადაც მისი ორგანიზაცია მუშაობს.

მედიის პარალელურად სხვადასხვა საჯარო თუ კერძო ორგანიზაციის პრესსამსახურში მუშაობა ქმნის ინტერესთა კონფლიქტს. ჩნდება მოლოდინი, რომ ინფორმაციაზე წვდომის თვალსაზრისით, სხვა ჟურნალისტებთან შედარებით მას უპირატესობა აქვს და არათანაბარი სამუშაო პირობები იქმნება.

ქართო ბიზნესი

ჟურნალისტებსა და რედაქტორებს არ უნდა ჰქონდეთ ბიზნეს ინტერესები რომელიმე კომპანიაში, რომლის საქმიანობასაც აშუქებენ.

კანადელი ჟურნალისტი ივან სალომონი CBC-ს წამყვანი იყო და ამზადებდა საზოგადოებრივ პოლიტიკური შინაარსის გადაცემებს. ცნობილია, რომ სალომონს მენეჯმენტისთვის ნათქვამი ჰქონდა, რომ ცოლთან ერთად ფლობდა კომპანიას, თუმცა, მისი მტკიცებით, აქტიურად ჩართული არ იყო საქმიანობაში. მაშინ მენეჯმენტმა ჩათვალა, რომ სალომონის საქმიანობა არ დააზარალებდა არხის რეპუტაციას და გავლენას არ იქონიებდა მასზე.

2015 წლის [იანვარში სალომონი გაათავისუფლეს](#) მას შემდეგ, რაც დამოუკიდებელი გამოძიების შემდეგ ცნობილი გახდა, რომ ის დაკავებული იყო ძვირადღირებული ნახატების გაყიდვით. შუამავლობდა სხვადასხვა კოლექციონერებსა და მყიდველებთან, რაშიც იღებდა ანაზღაურებას. მხარეებს შორის იყვნენ ის პირებიც, ვინც სალომონის გადაცემებსაც სტუმრობდა. CBC-ს ეთიკის კოდექსის თანახმად, დასაქმებულმა „არ უნდა გამოიყენოს დაკავებული პოზიცია პირადი ინტერესებისათვის“. მოგვიანებით, სალომონმა თქვა, რომ სახელოვნებო ბიზნესი შორს იდგა პოლიტიკური თემისგან, რასაც ის აშუქებდა, ამიტომ ვერ ხედავდა ინტერესთა კონფლიქტს. მისი თქმით, არასდროს გამოუყენებია CBC-ს სახელი პროდუქტის გასაყიდად. მოიხადა ბოდიში იმის გამო, რომ არხის სანდოობა დააზიანა.

- ჟურნალისტმა დაუმალა ხელმძღვანელობას რეალური საქმიანობა
- ჟურნალისტი გაათავისუფლეს სამსახურიდან

სამოქალაქო აქტივიზმი

ჟურნალისტი არ უნდა ჩაებას იმგვარ აქტივიზმში, რამაც შესაძლოა მედიასაშუალების სანდოობა და მიუკერძოებლობა ეჭვქვეშ დააყენოს. ეს ეხება როგორც რეალურ, ისე ონლაინ აქტივიზმს. ასეთ შემთხვევაში აუდიტორიას შესაძლოა გაუჩნდეს კითხვის ნიშნები - ხომ არ ახდენს გავლენას ჟურნალისტურ პროდუქტზე ავტორის სამოქალაქო აქტივიზმი.

კონფიდენციალური ინფორმაცია

ჟურნალისტს ხშირ შემთხვევაში მიუწევდება ხელი ისეთ ინფორმაციაზე, რაც სხვა პროფესიის ადამიანისთვის ძნელად მისაღები იქნება. კონფიდენციალური ინფორმაციის მედიაპროდუქტში გამოყენების ერთადერთი მიზანი მოქალაქეთა ინფორმირებაა.

დაუშვებელია პროფესიული მოვალეობისას მიღებული კონფიდენციალური ინფორმაციის პირადი სარგებლისთვის გამოყენება.

საჩუქარი წყაროებისგან

ჟურნალისტების კეთილგანწყობის მოსაპოვებლად სხვადასხვა პირები მათ ხშირად სთავაზობენ საჩუქრებს.

- დაუშვებელია ინფორმაციის გავრცელების სანაცვლოდ საჩუქრის მიღება.
- რედაქციას უნდა ჰქონდეს განსაზღვრული ლიმიტი, რა საფასურის საჩუქარი შეიძლება მიიღოს ჟურნალისტი წყაროსგან. აქვე ჩნდება კითხვები:
 - რა მოტივაცია შეიძლება ჰქონდეს კონკრეტულ კომპანიას თუ წყაროს, როდესაც ის საჩუქარს გზავნის?
 - ხდება ეს საჯაროდ თუ პირადად?
- საზღვარგარეთ ყოფნისას გასათვალისწინებელია ქვეყნის კულტურა, თუ როგორ აღიქმება იქ საჩუქრის მიღება.
- ჟურნალისტი უარი უნდა თქვას სახელმწიფო დაწესებულებებისგან და ბიზნეს კომპანიებისგან ფასიანი საჩუქრების მიღებაზე.
- ჟურნალისტი საქმის კურსში უნდა ჩააყენოს ხელმძღვანელობა რომელიმე კონკურსში მონაწილეობის შესახებ განსაკუთრებით მაშინ, თუ კონკურსის პირობებმა, პრიზმა რაიმე გავლენა შეიძლება იქონიოს მედიაპროდუქტზე.

უფასოდ შესვლა ღონისძიებაზე

როდესაც გასაშუქებლად მიდის ჟურნალისტი უნდა მიიღოს თუ არა უფასოდ შესვლის შეთავაზება იმ ღონისძიებაზე, სადაც სხვები ფულს იხდიან? ნაწილი ჟურნალისტებისა ფიქრობს, რომ ბილეთი თავად რედაქციამ უნდა იყიდოს, რათა არ გაჩნდეს ვალდებულება ამ ღონისძიებების გაშუქებისა, სხვა ნაწილი კი მიჩნევს, რომ უფასოდ შესვლა გაშუქების ნაწილია. ამიტომ მედიამენეჯერებმა თითოეულ შემთხვევაში თავად უნდა აწონონ, ღირს თუ არა კონკრეტულ ღონისძიებაზე მასალის მომზადება, აქვს თუ არა მას ინფორმაციული ღირებულება, რის გამოც ჟურნალისტი უფასოდ შესვლის შეთავაზება უნდა მიიღოს. დადებითი გადაწყვეტილების შემთხვევაში სასურველია, ჟურნალისტი აუდიტორიას აცნობოს, რომ ღონისძიებაზე მისი დასწრება თავად ორგანიზატორმა უზრუნველყო.

მედიატორი/მგზავრობა

უცხო პრაქტიკა არ არის როდესაც ჟურნალისტი რომელიმე კომპანიას ან საჯარო უწყებას მიჰყავს მედიატურში, რაც გულისხმობს მგზავრობის ხარჯების ანაზღაურებას, ჟურნალისტებისთვის სხვადასხვა ადგილის დათვალიერებას, თუმცა, ხშირად მედიატურში მონაწილე პირები ამზადებენ მასალას, სადაც მთავარი მედიატურია და არა ის, რაც ამ ტურის განმავლობაში ნახეს და ტურის ორგანიზატორის დადებით კონტექსტში წარმოჩენას ისახავს მიზნად. კონკრეტული ამბის გასაშუქებლად საზღვარგარეთ უფასოდ მგზავრობაც იშვიათი არ არის.

ასეთ დროს რედაქციამ უნდა იმსჯელოს:

- რის სანაცვლოდ იღებს ის ამგვარ შეთავაზებას?
- ეუბნება თუ არა აუდიტორიას უფასოდ მგზავრობის ამბავს?
- როგორ არწმუნებს, რომ ამბავს საინფორმაციო ღირებულება ჰქონდა, სწორედ ამიტომ მიიღო ეს შეთავაზება და რეალურად იმ უწყების თუ კომპანიის დადებით კონტექსტში წარმოჩენას არ ისახავდა მიზნად?

მგზავრობის ან ცხოვრების ანაზღაურება მიზანშეწონილია მხოლოდ გამონაკლისის დროს, როცა სხვანაირად ვერ ხერხდება რეპორტაჟის მომზადება (მაგ: ინაუგურაცია, სამხედრო ოპერაცია) თუ ჟურნალისტის მგზავრობის ან სასტუმროს ხარჯი ანაზღაურდა რომელიმე ფიზიკური ან იურიდიული პირის მიერ, ამის შესახებ მითითება რეპორტაჟშივე უნდა გავკეთდეს.

რედაქციამ ასევე უნდა იმსჯელოს სახელმწიფო ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებულ ტრენინგებში ჟურნალისტების მონაწილეობის მიზანშეწონილობის შესახებ. ამგვარ ღონისძიებაში მონაწილეობა უნდა იყოს დასაბუთებული და მიზნად ისახავდეს სპეციფიკური ცოდნის მიღებას.

ჟურნალისტი სარედაქციო განცხადებაში

ახალი ამბებისა და საზოგადოებრივ პოლიტიკურ თემატიკაზე მომუშავე ჟურნალისტები არ უნდა მონაწილეობდნენ რაიმე პროდუქტის რეკლამაში, ანდა პრომოუშენში. „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონშიც აღნიშნულია, რომ „იკრძალება ახალი ამბების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური და წინასაარჩევნო დებატების პროგრამის წამყვანის ან ჟურნალისტის ნებისმიერი სახით მონაწილეობა რეკლამაში ან ტელეშოპინგში“. ამ ნორმის მთავარი მიზანი ის არის, რომ როდესაც წამყვანის მიერ რეკლამირებული პროდუქტის შესახებ რაიმე ტიპის ინფორმაცია ამავე მედიასაშუალებების მიერ გავრცელდება, აუდიტორიამ ეჭვქვეშ არ დააყენოს მისი მიუკერძოებლობა.

რედაქციის მიერ რედაქციის რედაქციის

რედაქციამ უნდა ჩამოაყალიბოს საკუთარი პოზიცია ისეთ საკითხებზე, როგორცაა:

- როგორ უნდა მოიქცეს ჟურნალისტი, როცა ფიქრობს, რომ ინტერესთა კონფლიქტი აქვს? ვინ უნდა ჩააყენოს საქმის კურსში და რა შესაძლო გადაწყვეტილებები შესაძლოა არსებობდეს?
- რა ხდება იმ შემთხვევაში თუ ჟურნალისტმა დამალა ინტერესთა კონფლიქტის არსებობის ფაქტი და არ აცნობა შესაბამის პირს ორგანიზაციაში?
- შეუძლია თუ არა ჟურნალისტს სხვადასხვა ტიპის აქციაში მონაწილეობა? არსებობს თუ არა გამონაკლისი შემთხვევები?
- როგორ უნდა მოიქცეს ჟურნალისტი როდესაც მას საჩუქარს სთავაზობენ? რა ღირებულების შეიძლება იყოს საჩუქარი რის აღებაც შეუძლია? როგორ უნდა მოიქცეს იმ შემთხვევაში, როდესაც საჩუქარს პირდაპირ ეთერში სთავაზობენ?

- რა შემთხვევაში უნდა დათანხმდეს ჟურნალისტი უფასოდ მგზავრობას, რომელიმე ღონისძიებაზე უფასოდ შესვლას ანდა მედიატურში მონაწილეობას?
- შეუძლია თუ არა ჟურნალისტს რაიმე კონკურსში მონაწილეობა?
- შეუძლია თუ არა ჟურნალისტს ბლოგპოსტების წერა როგორც ამავე მედიასაშუალების, ისე სხვა გამოცემის პლატფორმაზე ანდა პერსონალურ ბლოგზე?

ამგვარი დეტალების გადაწყვეტა სარედაქციო პოლიტიკის შესაბამისად უნდა ხდებოდეს. დასაქმებულები კი ინფორმირებულნი უნდა იყვნენ ყველა იმ რეგულაციის შესახებ, რაც რედაქციის შიგნით არსებობს.

გამოყენებული მასალები:

- Associated Press, AP NEWS VALUES & PRINCIPLES, <http://www.ap.org/company/News-Values>
- British Broadcasting Company (BBC), Editorial Guidelines - Conflicts of Interest <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/conflicts-of-interest>
- CBC/Radio-Canada, Journalistic Standards and Practices, Conflict of Interest <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/reporting-to-canadians/acts-and-policies/programming/journalism/conflict/>
- National Public Radio (NPR), Ethics handbook <http://ethics.npr.org/category/e-independence/>
- New Zealand Press Council, <http://www.presscouncil.org.nz/principles>
- Society of Professional Journalists, SPJ Ethics Committee Position Papers Political Involvement <http://www.spj.org/ethics-papers-politics.asp>
- The Radio Television Digital News Association (RTDNA), Guidelines for Avoiding Conflict of Interest http://www.rtdna.org/content/guidelines_for_avoiding_conflict_of_interest