ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ СТАНДАРДИ ИЛИ ЕРОЗИЈА НА СЛОБОДНИОТ ГОВОР:

РЕГУЛАЦИЈА НА ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

res publica

ДОКУМЕНТ ЗА ЈАВНИ ПОЛИТИКИ

ИНСТИТУТ ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ СТАНДАРДИ ИЛИ ЕРОЗИЈА НА СЛОБОДНИОТ ГОВОР: РЕГУЛАЦИЈА НА ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

Издавачи:	Институт за комуникациски студии Висока школа за новинарство и за односи со јавноста Јурij Гагарин 17/1-1, Скопје, Македонија www.iks.edu.mk www.vs.edu.mk
За издавачот:	Жанета Трајкоска
Автор:	Јасна Бачовска
Уредници:	Жанета Трајкоска, Бојан Георгиевски
Дизајн:	Љубен Димановски

Подготовката на оваа публикација беше овозможена со поддршка од Британската амбасада во Скопје, во рамките на проектот „Изразување на јавниот интерес: зголемување на моќта на медиумите и граѓаните во штитењето на јавните политики во Македонија.“

Мислењата и ставовите наведени во оваа публикација не ги одразуваат секогаш мислењата и ставовите на Британската амбасада во Скопје.

СОДРЖИНА

РЕЗИМЕ 4

ВОВЕД 5

ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ НАСПРОТИ ТРАДИЦИОНАЛНИ МЕДИУМИ: ПОИМИ, ТЕРМИНИ, ДЕФИНИЦИИ 6

ЗОШТО НЕ ТРЕБА ДА СЕ РЕГУЛИРААТ ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ? 10

АРГУМЕНТИТЕ НА ОНИЕ КОИ СЕ „ЗА“ РЕГУЛАЦИЈА 12

ЕВРОПСКА МЕДИУМСКА ПОЛИТИКА: НОВА ПРЕТСТАВА ЗА МЕДИУМИТЕ 15

ОНЛАЈНМЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНСКИОТ МЕДИУМСКИ КОНТЕКСТ И ЗАКОНОДАВСТВО 20

ПРАКТИКА НАСПРОТИ ПРАВНА РЕГУЛАЦИЈА: АГЕНЦИЈАТА ЗА АУДИО И АДУИОВИЗУЕЛНИ УСЛУГИ 23

ДИСПЕРЗИРАНА ПРАВНА РЕГУЛАЦИЈА НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 25

РЕГИОНАЛЕН ОСВРТ 27

РЕГУЛАЦИЈА, КО-РЕГУЛАЦИЈА И САМОРЕГУЛАЦИЈА 29

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА 31

ПРЕПОРАКИ 33

ЛИТЕРАТУРА 36

ЗА АВТОРОТ 38

ЗА ПРОЕКТОТ 39

ЗА ИЗДАВАЧОТ 40

РЕЗИМЕ

Интернетот и онлајн медиумите овозможија поквалитетна реализација на слободата на изразувањето и промовираа концепти од типот на дигитална демократија, комуникација по желба, граѓанско новинарство и др. концепти. Сепак, паралелно со придобвиките од преминувањето „онлајн“ се појавија и некои феномени кои му наштетуваа на квалитетот на јавниот дискурс. Проблемот со лажните вести и манипулирање со јавноста, како и говорот на омраза се појави кои предизвикуваат проблеми како за учесниците на онлајн просторот, така за законодавците. Оттаму, се поактуелна е темата за управување со медиумите (media governance) и преиспитување на проблемите и предизвиците кои постојат при обидите да се регулираат онлајн медиумите.

Регулацијата на онлајн медиумите се наметнува како „жешка“ тема за дискусија на глобално ниво, а слична дискусија се води и во Република Македонија. Дел од јавноста гледа на онлајн медиумите како шампиони на слободниот говор, додека од друга страна, други посочуваат на онлајн медиумите дека често се платформи за дисеминирање на говор на омраза. Во европската регулатива веќе постојат препораки и директиви кои се однесуваат на онлајн медиумите кои можат да помогнат во расветлување на некои од проблемите присутни во областа. Во земјите во регионот пак, законската регулатива во помал степен, но се позасилено се осврнува кон проблематиката со регулирање на онлајн медиумите или попрецизно електронските медиуми како што се наречени во законската терминологија.

Медиумското законодавство во Република Македонија (законот за медиуми и законот за аудио и аудиовизуелни услуги во Република Македонија) „не е сензитивно на дигиталната реалност“ во смисла на потребната прецизност во оваа област т.е јасно прецизирање кои медиуми на Интернет ќе бидат предмет на регулација, а кои ќе се саморегулираат. Онлајн медиумите во Република Македонија уживаат дисперзирана правна регулација во други закони, и тоа Кривичниот законик, Законот за граѓанска одговорност за навреда и клевета, Законот за авторско дело и сродни права, Законот за заштита на личните податоци, Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер, Законот за заштита од дискриминација, Законот за работни односи, Законот за архивски материјал, Законот за електронска трговија и други.

На глобално ниво се издвојуваат два става „ЗА“ и „ПРОТИВ“ законската регулација на онлајн медиумите, во зависност од тоа дали приврзаниците на едниот или другиот став имаат повеќе доверба во технологијата и саморегулаторните механизми на пазарот или во државата и нејзините механизми за медиумска регулација.

Клучни зборови: онлајн медиуми, електронски медиуми, медиумско законодавство, европска регулатива, закон за медиуми

ВОВЕД

Овој документ има за цел да придонесе кон ефективна медиумска политика во Република Македонија, аргументирана јавна дебата и изградба на демократски медиумски систем кој ќе воспостави баланс помеѓу традиционалниот и онлајн медиумскиот простор врз основа на европските стандарди за медиуми. Документот конкретно се осврнува кон (не) потребата од регулирање на онлајн медиумите во Република Македонија и ги образложува аргументите ЗА и ПРОТИВ нивната регулација.

Методолошкиот пристап при пишувањето на овој документ се темели на:

1. Теоретската анализа која се базира на консултирање на компетентна современа теорија која ги обработува: прво, социјалните и социо-политичките функции и дисфункции од информатичката револуција на глобално ниво; второ, поимно лоцирање на онлајн или дигиталните медиумите и трето, теоретското тематизирање на проблемот на правната регулација. Оваа теорија е артикулирана до ниво кое го дозволуваат методолошките критериуми за документ за креирање на јавна политика, а со цел да ја открие вредносната позиција на авторот/авторите.
2. Компаративно-нормативна анализа на меѓународни, правни акти од регионот и национални правни акти (конвенции, препораки, директиви, закони итн);
3. Користење на податоци на референтни истражувања (мета истражувања) во врска со медиумските проблеми и конфигурации;

Јавната дискусија за регулација на онлајн медиумите во Република Македонија е особено битна прво, поради претстојните реформи во областа медиуми и второ, поради тоа што и на глобален план се отвараат прашањата за производство и дистрибуција на лажните вести, пост-вистината и слични манипулативни стратегии кои го окупираат јавниот простор. Македонија се најде на радарот на светските медиуми преку младите момчиња од Велес кои станаа популарни со дисеминирање на лажни вести поврзани со политичката ситуација и политичките актери во САД.[1]

Сепак, постоеја обиди од одредени политички актери да воведат регулација на електронските медиуми, првично во Законот за медиуми и во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, донесени во 2013 година.

1 За опсежен профил на феноменот со лажните вести и вклученоста на младите момчиња од Велес

ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ НАСПРОТИ ТРАДИЦИОНАЛНИ МЕДИУМИ: ПОИМИ, ТЕРМИНИ, ДЕФИНИЦИИ

За појасно да го лоцираме значењето на поимот онлајн медиуми ќе се послужиме со лексикографски опис на неколку клучни поими во теоријата за медиуми и комуникации, а во врска со проблематиката која ја обработува овој документ.

Под поимот ***традиционални медиуми*** се подразбираат телевизија, радио, весници, списанија и други печатени изданија. Всушност овој поим во теоријата се користи да се означат оние медиуми кои постоеле пред појавата на Интернетот. Исто така во овој правец се користат и термините „стари“, „класични“ или „конвенционални медиуми“. Овие медиуми беа регулирани со закони (медиумско законодавство) и беа нарекувани средства за јавно информирање, јавни гласила, средства за масовна комуникација и слично. Технологијата на Интернетот на традиционалните медиуми им овозможи да постојат и на Интернет и да добијат некои нови карактеристки кои ја надминуваат: еднонасочноста, истовремено дистрибуирање до масовната дисперзна публика и непостоењето на интерактивност. Од претходно кажаното се заклучува дека доаѓа до процес на спојување или процес наречен ***конвергенција.*** *„Медиумската конвергенција според Britannica Online претставува појава која вклучува поврзување на компании за компјутерска и информатичка технологија, телекомуникациски мрежи и провајдери на содржини од издавачкиот свет на весници, списанија, како и музика, радио, телевизија, филм и софтвер за забава.“*[2] Медиумската конвергенција не е само техничко прашање, туку има големо влијание на уредувачката политика и новинарската работа.

Кон крајот на минатиот век се диференцираа два тренда во регулацијата на телевизиското емитување во Европа. Станува збор за *дерегулација* и *конвергенција*.[3] Тенденцијата

2 Водич за саморегулација на онлајн медиумите, OSCE, The Representative on Freedom of the media, 2013 стр 12;
3 Cuilenburg,J.V, McQuail, D., Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm, European Journal of communication 18, 2003 стр: 181-207.

за дерегулација на телевизијата се појавува во почетокот на 80-тите до средината на 90-титегодини од 20-от век, кога државните телевизии се трансформирале во јавни емитери. Оваа тенденција била последица прво, на интернационализацијата на медиумските пазари (кабелска и сателитска телевизија) и второ, на либералната идеологија за што помало мешање на државата во овој сектор и негово оставање на пазарните механизми на регулација.

Втората тенденција е конвергенцијата и таа претставува најдоминантна карактеристика на медиуската регулација. Таа се гледа во основањето на конвергенциските регулаторни тела кои воведуваат хоризонтална регулација на сите аудиовизуелни медиумски услуги. Принципот на регулација заснован на технологија на преносот се менува со регулација на услугите и содржините без оглед на технологијата која се користо за пренос на услугите. Овој нов тренд не го негира претходниот тренд на дерегулација туку се потпира на него.

Нови медиуми[4]овој термин е настанат поради природата на проблематиката во оваа област. Имено, основа на медиумите е одредена технологија која постојано се менува. Означувањето на оваа промена со терминот *нови медиуми* е „најелегантниот“ начин да се да се избегнат непрецизности во овој домен. Така радиото, своевремено, било нов медиум во однос на дневниот печат, додека телевизијата била нов медиум во однос на радиото. Денес под „нови медиуми“ се сметаат Интернетот и разните медиуми/форми што тој ги овозможува. Во однос на Интернетот, за „стари“, „конвенционални“ или „традиционални медиуми“ се сметаат: печатот, радиото и телевизијата.

Поимот ***електронски медиуми*** е најширок поим и законодавците најчесто го користат[5]. Под овој поим се подразбираат медиумите кои се базираат на електронска технологија. Овој поим опфаќа телевизија, радио, интернет, факс, CD-ROM, DVD и било кој друг медиум за кој е потребна електрична енергија или дигитално шифрирање на информации. Терминот «електронски медиуми» порано ги означуваше радиото и телевизијата наспроти печатените медиуми.

Дигитални медиуми пак се сите медиуми кои се кодирани и во машински читлив формат. Дигиталните медиуми можат да се креираат, гледаат или дистрибуираат, модифицираат и да се чуваат на електронските дигитални уреди. Често пати поимот *дигитални медиуми* и *онлајн медиуми* се користат како синоними, но помеѓу нив сепак има мала разлика[6].

Онлајн медиуми се сите оние медиуми кои ги овозможи или изроди Интернетот како сосема нови форми на медиуми кои до појавата на Интернетот не постоеја.Токму овие медиуми какошто се социјалните мрежи (Фејсбук, Твитер) и Web 2.0 апликациите, блоговите и Гугл ја сменија индустријата на вести и новинарството. Тие во исто време нудат одлични можности, но и предизвици и проблеми. За разлика од традиционалните медиуми кои

4 John Hartley, Communication, Cultural and Media Studies, Key Concepts, Third edition, Routledge, Key Guidnes, 2004. стр:164.
5 Законот за електронски медиуми на Србија (Sl glasnik RS", br 83/2014 i 6/2016); Хрватскиот закон за електронски медиуми
6 Често пати поимот дигитални медиуми и онлајн медиуми се користат како синоними, но помеѓу нив сепак има мала разлика.

имаат адреса, главен и одговорен уредник, издавач, кај онлајн медиумите авторите на содржините дури можат, ако сакаат, да останат анонимни и да ги сокријат електронските траги. Поради тоа и уредништвото се смета како еден елемент својствен за традиционалните медиуми.

Првичните онлајн понуди[7] се карактеризираат со пристапот на објавување-емитување, каде што медиумските компании го преземаат целиот процес на создавање на содржини. Со што на т.н. "онлајн пазар" се појавија широк спектар на понуди за преземање на вести, филмови и други содржини. Но, со порастот на втората генерација онлајн понуди кои се развија во контекст на Web 2.0 и во специјални ниши (niches) како што се пребарувачите се појавува "платформскиот пристап", како алтернатива на пристапот објавување-емитување. Во овој пристап медумските компании водат ИТ-базирана платформа за привлекување и дистрибуирање на содржини. Операторот не создава сам содржина, туку само го контролира квалитетот. Содржината е предвидена од страна на корисниците (тие може да бидат приватни лица, вработени или членови на други организации) и се дистрибуираат до други корисници преку интернет-медиуми. Клучна задача на операторите на платформата, кои пак плаќаат надоместоци за поставување реклами или за пристап до платформата е да привлечат интересни содржини. Овој пристап е овозможен со оглед на фактот дека луѓето можат лесно да креираат содржини со помош на нивните мобилни уреди и во доволна мера се подготвени да го сторат тоа.

Предизвиците од социјалните мрежи и Web 2.0 за индустријата на вести и новинарите се големи како никогаш претходно. Бариерите за влез се симнати откога секој со персонален компјутер, iPhone или Android смартфон може да биде издавач или да пренесува вести. Тоа што ги прави социјалните медиуми особено интересни за новинарството то е тоа што се влијателна алатка за комуникација и вести. Во јуни 2009 година, американскиот Стејт департмент побара од Твитер да ја одложи услугата, бидејќи беше употребуван од страна на демонстрантите кои беа лути од резултатите на оспорените претседателски избори во Иран. Во јули 2009 година, корисник на Твитер во Индонезија ги победи повеќето главни новински компании преку твитање за бомбашките напади во Џакарта[8].

Кога се поставува прашањето за регулација на овие медиуми, мора да се потенцира дека поради комплексната природа на Интернетот „регулацијата постои на најмалку три различни нивоа или слоеви: прво, техничкиотслој на кабли и приклучоци, второ, протоколот на IP адреси и протоколот на контрола на преносот (TCP) и трето, на ниво на содржина"[9].

Врз основа на компаративна анализа на медиумското законодавство (подолу обработувана тема), може да се направи разлика помеѓу поимите 1. *традиционални медиуми*, кои го носат товарот и одговорноста за јавно информирање и кои државата преку специфични закони ги регулира (закони за медиуми, закони за јавно информирање, закони за радиодифу-

7 Tomas Hass, Whatis Media Company: A Reconceptualization for tha Online World, International Journal on Media Menagement, Routledge, 2014
8 Jennifer AlejandroJournalism in the age of social media, Reuters Institut for Study of Journalism, University of Oxford, 2010. Стр:10
9 Исто: 2013 стр:10;.

зија итн) и 2. *онлајн медиумите* кои не се сметаат за медиум во традиционална смисла, а се олицетворение на вредностите на Интернетот и слободата на изразување што тој ја промовираше. Појасна претстава за оваа класификација може да биде следново нумерирање:

Медиуми во традиционално значење (јавни гласила на Интернет):

1. Веб-страниците на традиционалните медиуми (пример: веб-страниците на МРТ[10], РТС[11], ВВС[12], HRT[13], Нова Македонија[14], новинската агенција UPI[15], итн);

Онлајн медиуми се:

1. Онлајн публикации: портали, блогови;
2. Социјални мрежи како што се Facebook, Twiter, You Tube и др.
3. Останати платформи за размена на информации: форуми, агрегатори, сервиси.

Резимирано под *медиуми* во традиционална смисла, кои ја носат одговорноста за *јавното информирање* и имаат третман на *јавни гласила* се сметаат: дневните и периодичните весници, сервисите на новинските агенции и електронските изданија на овие медиуми, радио програма, телевизиска програма, како и самостојните електронски изданија кои се дистрибуираат преку Интернет и други мрежи на електронска комуникација, а се регистрирани во некоја официјална евиденција (како на пример: Регистар на медиуми).

Под онлајн медиуми се подразбираат платформите (форуми, социјални мрежи и други платформи кои овозможуваат слободна размена на информации, идеи, ставови и мислења), ниту било која друга самостојна електронска публикација (блогови, веб-презентации и слично), освен оние кои се регистрирани во некоја евиденција во согласност со закон. Во овој последниот случај тоа е оставено на желбата на креаторот на Интернет изданието (блог, сајт итн) дали сака тоа издание да го регистрира како *јавно гласило* и тоа да се смета како медиум за јавно информирање и врз него да се применува медиумското законодавство и врз основа на таквиот статус да ужива одредени права, но и обврски.

10 http://www.mrt.com.mk/
11 http://www.rts.rs/
12 http://www.bbc.com/news
13 http://www.hrt.hr/
14 http://www.novamakedonija.com.mk/
15 https://www.upi.com/

ЗОШТО НЕ ТРЕБА ДА СЕ РЕГУЛИРААТ ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ?

При отворањето на секоја нова дискусија за регулација на онлајн медиумите мора да се акцентира тоа дека појавата на Интернетот имаше огромни импликации за слободата на информирањето и понуди една нова димензија, наметнувајќи се како соодветна платформа за реализација на правото на слободно изразување.

Интернетот предизвика демонополизација на традиционалните медиуми; драматично ги намали трошоците на производство на информации; концентрацијата на медиумите (вертикална, хоризонтална, дијагонална) за кратко време стана второстепена тема на теоретичарите на демократијата ; овозможи квалитетни нови новинарски форми, со нови жанровски карактеристики како: блогерството, мобилното новинарство, граѓанското новинарство, новинарство за портали итн.

Борците за човековите права и активистите особено ги користеа предностите на овие нови платформи каде што можеа слободно да ги изразуваат своите мислења и ставови. Оттаму, регулацијата на овие онлајн медиумите тие го сметаа токму за начин да се уништи нивниот слободен говор „онлајн“.

Очигледен резултат, но нешто што треба да се напомене, е тоа дека Интернетот ја промени економијата на функционирање на медиумите, односно ја одзема ексклузивата само оние со огромни финансиски ресурси и моќ да можат да поседуваат и контролираат медиуми. Потоа, Интернетот драматично ги намали трошоците на производство и пренесување на информации и вести, а концентрацијата на медиумите (вертикална, хоризонтална, дијагонална) за кратко време стана второстепена тема на теоретичарите на демократијата.[16]

16 Кунчик, Михаел и Ципфел, Астрид. Вовед во науката за публицистика и комуникации, Фондација “Фридрих Еберт“, Скопје: АМК Макдизајн1998, стр:260

Интернетот нуди големо количество на информации, брзо достапни, со можност за проверка, истражување, складирање и архивирање на информации и податоци. Со терминот граѓанско новинарство се означува ерата на современото новинарство што го овозможува Интернетот, можноста секој да пласира вест и маргинализација на разликата помеѓу примател и испраќач на информација. Блогерството, мобилното новинарство, како и граѓанското новинарство доведоа до целосна демократизација или „обнародување“ на можноста да се биде информатор, да се пренесува информација и да се прима информација. Сето ова полека, но сигурно предизвика преструктуирање на медиумските системи.

Слободата на изразување е базично граѓанско и политичко право, а неговата заокруженост е во директна корелација со структурирањето и регулирањето на медиумските системи што покажува анализата на меѓународните документи кои всушност ги поставуваат основите на ова право (UDHR[17] art. 19; ICCPR[18] art. 19; ECHR[19] art. 10; ADRDM[20] art. iv; ACHR[21] art. 13 ACHPR[22] art. 9;)

Во политиколошката литература постојат голем број на термини кои говорат за обемот на поимот дигитална демократија: електронска демократија, теледемократија, демократија на дигиталната доба, кибер-демократија, „on-line“ демократија. Рамка на дигиталната демократија е мрежата (вмрежениот свет). Дигиталната демократија се дефинира и како виртуелна форма која влијае на политичките процеси, а може да се смета и како електронска форма на владеење и артикулирање на различни интереси.

17 Universal Declaration of Human Rights 1948;
18 International Covenant on Civil and Political Rights 1966;
19 European Convention on Human Rights 1950;
20 American Declaration of the Rights and Duties of Man, 1948;
21 American Convention of Humans Rights, 1969;
22 African Charter on Human and Peoples Rights 1981;

АРГУМЕНТИТЕ НА ОНИЕ КОИ СЕ „ЗА“ РЕГУЛАЦИЈА

Ако во првата деценија на 21 век информацискиот бум што го овозможи Интернетот предизвика глобално воодушевување, а WWW (World Wide Web) стана симбол на неограничена слобода и демократија, веќе во втората деценија, почнаа да се појавуваат проблеми кои го зголемуваат бројот на оние кои веруваат дека регулација на Интернетот и онлајн медиумите не само што е потребна, туку и неопходна.

Прво, аферите Викиликс и Сноуден и други беа голем потрес за западниот свет. Огромен број на доверливи информации беа пренесувани низ интернет просторот од страна на поединци и групи на граѓани. Оттаму, владите широм светот се обидуваа да најдат начин како да го сопрат овој проток на информации, а еден од начините кои ги фаворизираа за постигнување на оваа цел беше токму регулацијата на Интернет просторот (колку и да се чини комплексно тоа навистина да се постигне).

Второ, во 2016 година придавката пост вистина (post-truth) е збор на годината на Оксфорд. Според Каспер Гратхол, претседател на речниците на Оксфорд[23], популарноста на терминот е „поткрепена од порастот на социјалните медиуми како извор на вести и растечката недоверба во фактите што ги нуди естаблишментот“[24]. Оваа придавка се однесува на околностите во кои објективните факти се помалку влијателни во обликувањето на јавното мислење отколку што се емоциите. Оваа придавка се популаризира во текот на кампањата на Доналд Трамп во рамки на претседателските избори во САД во 2016 година. Многумина веруваа дека големата поддршка која ја уживаше Трамп беше токму резултат на емоции, а не на објективна вистина. Гратхол понатаму сугерира дека пост вистина ќе стане еден од зборовите кои го дефинираат нашето време. Овој термин е тесно поврзан со експанзијата на лажни вести со која се соочуваме. Без оглед на нив-

23 https://www.oxforddictionaries.com
24 https://www.lausanne.org

ното потекло, лажните вести се потпираат на социјалните медиуми и се шират енормно брзо. Истражувањето спроведено од страна на Истражувачкиот центар во САД во 2016 година (Pew Research Centre) сугерира дека 23 проценти од возрасните луѓе во САД свесно или несвесно споделуваат лажни вести.[25]

Трето, се поприсутни се констатациите за *прекуграничната манипулација со јавното мнение*, па така Велес заврши на сите поголеми светски медиумикако извориште на лажни вести за изборите во САД[26]. Односите помеѓу Русија и САД се разгледуваат низ призма на социјалните мрежи[27].

Застапниците за регулација сметаат дека ставот за потполната слобода на онлајн медиумите и нивна саморегулација е утописки. Оние кои се залагаат за регулација на Интернет, сметаат дека истата не смее да се меша со цензурата на содржината, автоцензура на професионалците и други учесници во виртуелниот свет. Тие сметаат дека регулацијата ги штити луѓето од разни навреди, линчувања, етикетирања, клеветења, лажења, манипулации.

Оние пак кои тргнуваат од правно-позитивистичкото резонирање за регулирање на Интернетот ја следат логиката дека тоа што важи за правното регулирање на новинарството и медиумите во традиционална смисла, треба да важи и за нивната верзија на Интернет т.е тоа што важи во реалноста треба да важи и на Интернет и за сите други медиуми кои ги изроди Интернетот.

Секако дека креаторите на политики мора да водат сметка и за критичките социолошки опсервации, како на пример за концепцијата „хиперреалност“ организационен принцип на општеството за кој говори 1991 година Жан Бодријар уште во 1991.[28] Бодријар радикално забележува дека не постои „реалност”, „светот на хиперреалноста е конструиран од симуларкрум - од слики кои своето значење го добиваат исклучиво од други слики и кои, затоа немаат упориште во ’надворешната реалност’”[29]. Па така Бодријар тврдеше, војната во Заливот не се случи, туку ја искреираа медиумите.

Секако дека овие социолошки опсервации ќе имаат повеќе простор од аспект на регулација во иднина и тоа не толку далечна, бидејќи драматичната комуникациска експлозија/ информацискатa револуција не покажува никакви знаци за запирање”[30], а во нејзина основа е се поголемото значење на софтверот од неговата материјална основа.Засега, од аспект на правна регулација на медиуми и новинарство на Интернет во однос на говор на омраза, клевета, навреда, интелектуална сопственост, авторски права, трудовоправната област, имотно –правните односи итн нема битни специфики и не се разликува многу од „реалниот свет“.

25 Michael Barthel, Amy Mitchell and Jesse Holcomb, ‘Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion’, Pew Research Centre, 15 December 2016;
26 http://www.dw.com
27 https://www.theguardian.com
28 Еден од најистакнатите современи теоретичари на медиумите е на чии теоретски ставови големо влијание имаат извршено Меклуан (McLuhan) и Инис (H. A. Innis)
29 Entoni Gidens, Sociologija, CID, Podgorica, 1998, стр:466.
30 Исто: стр:249-250.
31 Bard, A., Söderqvist, J. Netokracija:Nova elita moći i život poslije kapitalizma. Zagreb: Differo, 2003

И во овој контекст, а како контрааргументација на адутите на Интернетот акцентирани во делот *„Зошто онлајн медиумите да не се регулираат?”*како на пример: дигитална демократија го тематизирамепоимот нетократија, термин создаден од уредниците на „Wired“ а објаснет во книгата „Нетократија – новата елита на моќта и животот по капитализмот“[31]. Нетократијата тие ја дефинираат како владеење на мрежната елита, која има надзор врз знаењето, а целта и е остварување финансиски профит преку продажба на информациите. Традиционалните вредности, како парите и титулите исчезнуваат во нетократијата, а најзначајна вредност станува користењето социјални вештини и талентот за манипулација и дистрибуција информации. На спротивната страна е „конзумеријатот“ сочинет од оние кои ги немаат тие вештини, и од кои ќе се оформи најниската општествена класа. Политиката како концепт се тривијализира, естетизира и медиумски се пакува и добива елементи на забава.

Нетократијата е хиерархија на моќ или „мрежни пирамиди“. Важно во нетократијата е дека информациите сами по себе имаат мала вредност, а вистинска вредност претставува можноста за селекција на вистинските информации и избегнувањето на непотребните.

31 Bard, A., Söderqvist, J. Netokracija:Nova elita moći i život poslije kapitalizma. Zagreb: Differo, 2003

ЕВРОПСКА МЕДИУМСКА ПОЛИТИКА: НОВА ПРЕТСТАВА ЗА МЕДИУМИТЕ

Правото на слободата на изразување е во центарот на интересот на креаторите на политиките, за оние кои ги формулираат политиките за правните, економските и политичките прашања. Во овој домен акцентот е ставен и на креирање на медиумските политики, така на пример, се забележува широк обем на активности во овој правец од страна на Советот на Европа кој успеа, во значајна мера, да уреди дел од базичните принципи во однос на прашања како што е слободата на изразување и приватноста. Со тоа Советот на Европа како и Европскиот суд за човекови права одигра улога слична на улогата на уставните судови во некои од националните јурисдикции[32].

Современата поделба на традиционални и онлајн медиуми, денеска покрена големи дебати и панели во рамките на државите-членки на ЕУ во однос на нивното регулирање и последиците кои би произлегле од истото. Европската конвенција за човекови права, слободата на медиумите ја дефинира како "основен индикатор" за подготвеноста на земјите да станат членки на ЕУ. Меѓутоа, големиот наплив и влијание на онлајн медиумите, кои ја покриваат речиси секоја област на живеењето во 21 век, го покрена прашањето дали и како ЕУ се справува со овој т.н. "проблем" или глобален феномен.

Во *Директивата 2010/13на ЕУ за аудиовизуелни медиумски услуги*[33], се регулирани аудиовизуелните медиумски услуги, вклучувајќи ги и телевизијата и *услугите на Интернет*. Обврзувачките правила важат подеднакво, без разлика дали гледате вести или друга аудиовизуелна содржина на ТВ, Интернет или на мобилен телефон. Во основа, Директивата 2010/13/ЕУ ја заменува Директивата 98/552/ЕЕЗ и е донесена за усогласување, хармонизација на одредени одредби утврдени со закон, регулативи или административни мерки во државите-членки на ЕУ поврзани со регулацијата на аудиовизуелнте медиумски услуги.

32 Регулирање на медиумите, компаративна студија, Дејвид Голдберт, Тони Просер и Стефан Берхулст, Арс Ламина, Скопје, 1998, стр:155-184;
33 Донесена на 10.03.2010 година од страна на Европскиот Парламент и Советот е изработена во соработка и координација со националните законодавства на државите-членки на ЕУ

Нов законодавен предлог за измена на Директивата 2010/13на ЕУ за аудиовизуелни медиумски услуги беше усвоен од страна на Европската Комисија на 25.05.2016 година[34]. Овој законодавен предлог за измена е во корелација со новите технолошки случувања и реалноста на 21-от век. Факт е дека Интернетот ги пресели гледачите од телевизискиот во онлајн светот, кој им нуди пристап до сите актуелни случувања на глобално ниво.

Компаративно гледано, регулаторното оптоварување е многу поголемо на традиционалните медиуми, отколку на онлајн медиумите. Со новиот законодавен предлог целта е да се постигне баланс во традиционалниот свет на медиумите и онлајн медиумите (конкурентност) каде потрошувачите ќе бидат еднакво заштитени. Токму во причините зошто овој законодавен предлог за измена на Директивата 2010/13 е поднесен, е наведено брзото темпо на постојано зголемување на конвергенцијата помеѓу телевизијата и услугите што се дистрибуираат преку интернет. Потрошувачите се повеќе пристапуваат до содржините преку "smart TV" и преносливи уреди. Особено младите потрошувачи, гледаат видеа, содржини кои се прикачени на интернет.

Се констатира дека традиционалното емитување во ЕУ останува силно во однос на гледаноста, рекламните приходи и инвестициите во содржината (околу 30% од приходите). Но, дека се појавуваат и нови бизнис модели. Радиодифузерите ги прошируваат своите активности преку интернет (онлајн) и се појавуваат "нови играчи" кои нудат онлајн аудиовизуелни содржини коистануваат посилни и се натпреваруваат за истата публика. Сепак, телевизиското емитување, видео-на-барање и содржини генерирани од корисниците се предмет на различни правила и различни нивоа на заштита на потрошувачите.

Стратегијата за дигитален единствен пазар (ДСМ) за Европа повикува на модернизација на Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (AVMSD) за да ги одрази овие пазарни, потрошувачки и технолошки промени. Таа бара Комисијата да се фокусира на опсегот на примена на Директивата и на природата на правилата што се применуваат на сите учесници на пазарот (особено оние за промоција на европски дела, заштитата на малолетниците и правилата за рекламирање. Согласно оваа обврска и во согласност со барањата за "Подобро регулирање", Комисијата спроведе ex post-evaluation (тн "REFIT"). Ја оцени ефективноста, ефикасноста, релевантноста, кохерентноста и додадената вредност на ЕУ на Директивата и посочија области каде што постои потенцијал за поедноставување, без да се нарушат целите на истата.[35]

Во образложението за причините на законодавниот предлог од 25.05.2016 се наведува декаДирективата 2010/13/ЕУтреба да остане применлива само за оние услуги чија основна цел е обезбедување на програми со цел да се информираат, забавуваат или едуцираат... Треба да се смета дека главната намена треба да биде исполнета доколку услугата има аудиовизуелна содржина и форма која е раз-

34 https://ec.europa.eu
35 http://eur-lex.europa.eu

лична од главната активност на давателот на услуги, како што се самостојни делови од онлајн весници со аудиовизуелни програми или видеа генерирани од корисниците, каде што тие делови може да се сметаат за отстранливи од нивната главна активност.

Услугите на социјалните медиуми не се вклучени, освен ако тие обезбедуваат услуга која спаѓа во дефиницијата на платформа за споделување на видео. Услугата треба да се смета за само неразделно дополнување на главната активност како резултат на врските меѓуаудиовизуелната понуда и главната активност. Како такви, каналите или сите други аудиовизуелни услуги под уредничка одговорност на давателот на услуги може да сочинуваат аудиовизуелни медиумски услуги сами по себе, дури и ако се понудени во рамките на платформа за споделување на видео што се карактеризира со отсуство на уредувачка одговорност. Во такви случаи, доставувачите со уредничка одговорност ќе ги почитуваат одредбите од оваа Директива.[36]

Во *Препорака CM/Rec(2011)7 на Комитетот на министри*[37], усвоена на 21.09.2011 година на 1121 состанок на замениците министри, до земјите-членки за новиот поглед на медиумите, се споменуваат т.н. онлајн или нови медиуми. Како резултат на следење на промените во едно демократско општество и развитокот на средствата за информирање во флуидната и мултидимензионалната реалност препораките се движат во насока на усвојување на нов широк поглед на медиумите кој ќе ги опфаќа сите субјекти што се инволвирани во креирањето и дистрибуирањето до потенцијално голем број на луѓе на содржини (на пример информации, анализи, коментари, мислења, знаење, култура, уметност и забава преку текстуални, аудио, визуелни, аудиовизуелни или други форми) и апликации што се дизајнирани за да овозможат интерактивна масовна комуникација (на пример социјалните мрежи) или други интерактивни искуства од големи размери засновани на содржината (на пример *онлајн игри*), при тоа задржувајќи ја (во сите овие случаи) уредничката контрола или надзор врз со содржината;[38]

Што се однесува особено на новите медиуми, веќе се прифатени кодекси на однесување или етички стандарди за блогерите, барем од дел од онлајн новинарската заедница. Како и да е блогерите треба да се сметаат за медиум ако ги исполнуваат критериумите во задоволителен степен. Во отсуство на саморегулирање, националните и меѓународните одлуки или судска пракса (на пример на националните судии или властите за заштита на податоците и меѓународните тела вклучително и Европскиот суд за човекови права) исто така придонесуваат за обликување на стандарди (на пример што се однесува до приватноста или заштитата на личните податоци или заштитата на децата од содржини што можат да им наштетат).[39] Меѓутоа,најпрво треба да се определи дали постоечките онлајн сервиси се всушност онлајн медиуми. “Заштитата на изворите сè повеќе е формално-правно призната. Постои потреба од робусна заштита на обелоденувачите. Во новиот медиумски еко-систем, заштитата на изворите треба да се протега

36 http://eur-lex.europa.eu
37 https://search.coe.int
38 http://www.avmu.mk
39 http://www.avmu.mk

на идентитетот на корисниците кои содржината од јавен интерес ја објавуваат на колективни онлајн споделени простори што се дизајнирани да олеснат интерактивна масовна комуникација (или масовна комуникација во целина); ова вклучува платформи за споделување на содржини и сервиси за социјално вмрежување. Може да се потребни договори за да се овласти употребата на псевдоними (на пример во социјалните мрежи) во случаи кога обелоденувањето на идентитетот може да навлече одмазда (на пример како последица на политички активизам или активизам за човекови права).” Во целокупното работење на медиумите, одговорноста е каратеристика која треба примарно да се почитува во хармонизација со меѓународните правни документи, чија правна сила е на глобално ниво. Комитетот на министри во препораката за новиот поглед на медиумите, посочува токму на ова. Во делот одговорности на медиумите, точка 88 посочува:“Постои големо количество на информации и податоци во новиот медиумски еко-систем, вклучително и онлајн споделени простори дизајнирани да ја помогнат интерактивната масовна комуникација (масовна комуникација во целина). Управувањето, собирањето и користењето на такви информации и податоци треба да ги почитуваат правата на луѓето на приватен и семеен живот како што се заштитени со членот 8 од Европската конвенција за човекови права[40], при тоа исто така имајќи ги на ум и одредбите од Конвенцијата за заштита на поединците во однос на автоматската обработка на лични податоци[41]. Истрајноста на содржината во дигиталните средини и нивниот потенцијал за широка дистрибуција и повторна употреба бараат посебна грижа и, во случај на потреба, брзо дејствување со цел да се намали штетата. Медиумите што функционираат во новиот еко-систем исто така треба да го стават почитувањето на човековите права поврзано со стандардите во однос на профилирањето високо на својата агенда.” Заштита на авторските права, воздржување од посстирање на било какви содржини кои во себе содржат елементи на говор на омраза мотивирани од расистички, ксенофобиски, сексистички и други предрасуди. Анализирајќи ја Европската конвенција за човекови права, јасно произлегува дека ниту една група во општеството не смее да биде дискриминирана при уживањето на правото на здружување, што во новиот медиумски еко-систем вклучува и онлајн здружувања.

Како резултат на развојот на општеството и технологијата, децата денеска во се поголеми размери имаат пристап до Интернетот и онлајн медиумите. Во спроведената анкета на ЕУ[42] е констатирано дека 84% од малолетниците најпрво го користат Интернетот за училиште, 83% за гледање на видеа, 74% за играње на игри и комуницирање на социјалните мрежи, 61%. Факт е дека тие се помалку критични и ранлива категорија на која може многу да им се влијае во процесот на формирање на мислење, со што нивната заштита е многу битен сегмент во креирањето на политиката на европските држави воопшто. Заштитата на малолетните деца е деликатно прашање од аспект на фактот што од една страна се дел од јавниот интерес, а од друга страна треба да се воспостави рамнотежа во

40 http://www.pravda.gov.mk
41 Серија на европските договори (ETS) бр. 108
42 http://www.europarl.europa.eu

однос на фундаменталното право на слобода на изразување кое е востановено во Декларацијата за човекови права.Членот 13 од Конвенцијата за правата на децата на ООН[43] укажува дека децата имаат право на слобода на изразување, што значи дека имаат слобода на барање и примање на информации и идеи, без разлика на границите, без разлика дали орално, во пишана форма или во форма на цртеж или без разлика на било кој медиум. Членот 12 укажува дека детето кое е способно да формира свои гледишта, тогаш има право да ги искаже истите, слободно. Член 17кој се однесува за квалитетни масовни медиуми, гарантира пристап на децата до информации и материјали од голем број национални и меѓународни извори.

Правната рамка за заштита на малолетниците од аспект на медиумкиот сервис ја поставува Советот во 1998 година и тоа во Препораката на Советот за заштита на малолетниците и човековото достоинство. Ова беше воопшто првиот правен документ во ЕУ кој се занимава со содржината на аудиовизуелните и информационите сервиси во сите електронски медиуми. Во 2006 година, Препораката беше дополнета, додека пак во 2011 Комисијата објави извештај за имплементацијата на препораките. Во извештајот беше констатирано дека државите-членки не се справуваат адекватно и користат различни системи во однос на годините.

Германскиот закон за заштита на малолетниците (The Jugendschutzgesetz) и Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (State Contract for the Protection of Minors in Media) кои ги покриваат заштитата на малолетниците во однос на Интернетот и другите форми на дигитални медиуми (вклучувајќи ги и 3G мобилните телефони) беа имплементирани во 2003 година. Експертите го опишуваат системот како “регулирачка саморегулација” откако државата доделува дозволи за саморегулирачки тела.

43 http://www.childrensembassy.org.mk

ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНСКИОТ МЕДИУМСКИ КОНТЕКСТ И ЗАКОНОДАВСТВО

Политичкиот амбиент во 2013 година кога се носеше Законот на медиуми влијаеше на стручната јавност/новинарите да извршат притисок да не се навлезе во законско регулирање на онлајн медиумите, со цел избегнување на ризик од политичка контрола над информативниот простор на Интернет, толку драгоцен во време на крајно лоши оценки за слободата на изразување во Република Македонија. Исто така, врз основа на стручна перцепција може да се каже дека во оваа област се соочуваме со бавноста на законските промени во овој дел со оглед на тоа што повеќето земји имаат правни одговори на брзите технолошки промени, како на пример менување на законите за радиодифузија со закони за електронски комуникации/медиуми.

Процесот на транзиција на медиумскиот систем во Република Македонија беше проблематичен и попроблематичен од другите земји на Југоисточна Европа, за што говорат низа направени компаративни анализи[44]. Лошата транзиција беше резултат на континуирано отсуство на стратегија и проблематична правна рамка. Процесот на трансформација на медиумскиот систем заврши со медиуми во раце на оние кои имаат пари и дојде до одржување на зависни медиуми. Лошата транформација особено се почувствува веќе од 2001 па наваму, и продолжи со затворањето на првата приватна телевизија А1 и дневниот весник Време, а доживеаја кулминација со згаснувањето на весниците од групацијата МПМ, меѓу кои и првиот приватен дневен весник, Дневник. Најголемиот дел од овие

44 The Media in South-East Europe, Comparative Media Law and Policy Study, Friedrich Ebert Foundation, Berlin – Regional Project Dialogue South-East Europe, Institute of European Media Law e.V. (EMR), Saarbrücken/Brussels, with the assistance of national experts from the countries concerned: стр 83

негативни појави во медиумскиот сектор се случија за време на владеењето на десничарската ВМРО-ДПМНЕ[45] .Контролата над финансиското преживување на медиумите и новинарите ја презема државата, т.е. партијата на власт. Од средства за информирање, анализа и контрола, медиумите се претворија во средства за економска и политичка промоција и пропаганда, контролирана по пат на купување на рекламниот простор од страна на државата и власта и тоа со дискрециона и нетранспарентно одлучување за доделување на јавните пари. Ова е констатирано и во некои значајни извештаи на меѓународни институции, како на пример во годишниот извештај за напредокот на Република Македонија за 2014-та година во кој Европската комисија укажува *„владиното рекламирање се смета за индиректна државна контрола врз содржината што се произведува во медиумите“*[46].

Истражувањата[47] покажуваат дека 52,5% од популацијата во Македонија на возраст од 30 до 39 години информации за најбитните општествени области (политика, економија) добиваат од веб-порталите, а 23,5% од испитаниците на оваа возраст ваквите информации ги добиваат од социјалните мрежи. Додека кај постарите (40-49 години) 31,6% ваквите информации ги добиваат од веб-порталите, а 20,3% се изјасниле дека за политиката и економијата се информираат од социјалните мрежи. Овие проценти, според ова истражување, се поголеми кај помладата популација односно популацијата од 18 до 29 години.

Во Република Македонија медиумската сфера (печат, телевизија и радио) или традиционалниот концепт на јавно информирање се регулира со два закони:

- Закон за медиумите[48];
- Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги[49];

Во 2013 година кога се носеше Законот за медиуми. Јавната расправа во која главниот збор го зема стручната јавност односно медиумската заедница успеа да го убеди законодавецот да не задира во информативните и останатите медиуми на Интернет;

Во Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги онлајн медиумите воопшто не се спомнуваат.

Во Законот за медиуми е употребена следнава дефиниција(член 2): медиуми се средства за јавно информирање, односно каков било вид на комуникација како весници, магазини, програми на радиото и телевизијата, телетекст и други средства за дневно или периодично објавување на уреднички обликувани содржини во пишана форма, звук или слика, со цел да се информираат и задоволат културните, образовните и другите потреби на поширокота јавност. Медиуми не се билтени, каталози и други форми на публикации, независно од средството за објавување, наменети исклучиво за огласување, образовниот систем или за деловна кореспонденција, за работата на трговските друштва, установите,

45 https://ec.europa.eu
46 EC: THE FYROM 2014 PROGRESS REPORT
47 Според истражувањето на М-Проспект, за потребите на Центарот на управување на промени и нивната Анализа на граѓанската перцепција на медиумите и информирањето во Република Македонија спроведено во јули 2017 година
48 http://www.slvesnik.com.mk
49 http://www.ujp.gov.mk

здруженијата, политичките партии, државните и судските органи, јавните претпријатија, правни лица со јавни овластувања и верските организации. За медиуми не се сметаат и весниците и билтените на образовните институции, "Службен весник на Република Македонија", публикациите на единиците на локалната самоуправа, плакатите, летоците, проспектите и транспарентите;

Ставот на најголемото и најстарото здружение на новинари(ЗНМ) е *против* регулирање на онлајн медиумите: „Печатените и Интернет медиумите треба да останат надвор од овој закон. Општо прифатен стандард во развиените демократии е дека помала регулација значи поголема слобода на медиумите. Опфатот на Нацрт-законот за медиуми е многу поширок од прашањата што се регулираат со Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги на Европската унија (АВМС) со која треба да се усогласи македонското законодавство. Имено, со Директивата се регулираат содржините на традиционалните телевизиски сервиси (линеарни ТВ-сервиси), а се воведува и делумна (поблага) регулација на содржините на телевизиските сервиси кои ќе се пренесуваат „на барање" преку нови технологии на пренос (нелинеарни ТВсервиси)."[50]

Независниот синдикат на новинари, формиран во 2010 година, стои на истиот став како и ЗНМ против регулација: „Токму спротивното, Македонија ќе биде меѓу малкуте земји што имаат закон за медиуми. Повеќето имаат закони кои ги регулираат радиодифузиите, а ние во еден закон сакаме да ставиме најмалку четири: за радиодифузија, за печатени и онлајн медиуми и закон за јавното информирање. Се' во еден закон и ингеренциите на сиот медиумски простор да ги ставиме во рацете на една агенција. Монструозно. Ако тоа не е отворање простор за злоупотреба тогаш не знам што е. Сите кои мислат дека со ваков закон нема да има злоупотреба страшно и горко ќе се разочараат, тоа ви гарантирам."[51]

50 Здружение на новинарите на Македонија (ЗНМ): ЗАБЕЛЕШКИ на Нацрт-законот за медиуми и аудиовизуелни медиумски услуги објавен на 08.04.2013 година, предлагач Министерството за информатичко општество и администрација)
51 Тамара Чаусиди, интервју за press24.mk

ПРАКТИКА НАСПРОТИ ПРАВНА РЕГУЛАЦИЈА: АГЕНЦИЈАТА ЗА АУДИО И АДУИОВИЗУЕЛНИ УСЛУГИ

Во 2016 година непосредно пред изборите, беше формирано ad hoc тело за набљудување на медиумите за начинот на известување и еднакво застапување на политичките опции во изборната трка. Телото беше предвидено да набљудува: радија, телевизии, печатени медиуми, но и онлајн медиуми. По големото противење на новинарите за надзор и контрола на интернет медиумите, тие беа исклучени од овој процес, а недостатокот на инструменти за проверка на веродостојноста на содржините кои беа пласирани (и се уште се) беше искористено од политичките партии да надоместат за сите рестрикции во предизборните кампањи кои постоеа тогаш во традиционалните медиуми. Измените направени во *Изборниот законик* (2016) пред Парламентарните избори во 2016 година, кои во делот што се однесува на медиумското претставување во изборната кампања (чл. 75), освен традиционалните, ги вклучува и електронските медиуми, односно Интернет-порталите. Со овие измени, на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и беше наметната законска обврска да го следи изборното медиумско претставување и програмскиот сервис на радиодифузерите и на електронските медиуми (интернет-порталите) во Македонија од денот на распишувањето на изборите до денот на гласањето (чл. 76-в), да покрене прекршочна постапка против нив доколку не постапуваат согласно Изборниот законик (чл. 76-в, ст. 3), а беа предвидени и казни за електронските медиуми (интернет-порталите) доколку не известуваат за изборите на правичен, избалансиран и непристрасен начин, не им обезбедат подеднакви услови за пристап на сите учесници во кампањата, доколку финансираат или донираат средства на политичките партии и слично (чл. 181-а). Агенцијата требаше да донесе Методологија за мониторинг на

изборното медиумско претставување преку радио и телевизиските програмски сервиси и електронските медиуми (интернет-порталите) за време на изборните процеси (чл. 76-в, ст. 8). Меѓутоа, регулаторното тело одлучи да не ги следи интернет-порталите во изборната кампања, со образложение дека „Законикот не го дефинира поимот 'интернет-портали', ниту неговиот опфат", а ваква дефиниција нема ниту во другите закони.Според Агенцијата не постои регистар на интернет портали, а некои од правните лица кои би требало да бидат опфатени во оваа категорија во Централниот регистар, се заведени под друга дејност, како на пример здруженија на граѓани или новински агенции. Регулаторот аргументираше дека во европската регулаторна практика нема примери за мониторинг врз содржините на интернет-медиумите од страна на регулаторните тела.[52]

52 http://www.semm.mk

ДИСПЕРЗИРАНА ПРАВНА РЕГУЛАЦИЈА НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Иако специфичните закони во Република Македонија не ги регулираат онлајн медиумите сепак постои нивна регулација која е дисперзирана во други закони. Анализата „Македонија во дигиталната ера - меѓу правата и одговорностите при комуницирањето на интернет“[53] дава јасен преглед на законодавството кое ги опфаќа онлајн медиумите. Одредбите кои се однесуваат на некои чувствителни прашања,како што е говорот на омраза, клеветата и навредата, авторските права, правото на приватност, заштитата на малолетници и сл., се еднакво важечки и применливи како за традиционалните, така и за медиумите кои работат онлајн, што се всушност и европски стандарди. Така, Кривичниот законик (1996) санкционира поттикнување насилна промена на уставниот поредок (чл. 318), говор на омраза и дискриминација (чл. 319 и чл. 417), предвидува казна против лице што со помош на информативниот систем јавно ќе негира, грубо ќе минимизира, ќе одобрува или ќе оправдува геноцид, злосторства против човечноста или воени злосторства (чл. 407-а) и забранува ширење расистички и ксенофобичен материјал по пат на компјутерски систем (чл. 394-г).*Законот за граѓанска одговорност за навреда и клевета*[54] пак, ги вклучува и интернет –медиумите во средства за јавно информирање (уреднички обликувани програмски содржини кои се објавуваат содржини за широката јавност) преку кои може да биде сторена навредата или клеветата (чл. 6 и чл. 8). За нив важат и правото на реагирање, демант одговор и исправка, како и надоместоците на штета (чл. 13-16).

53 http://mim.org.mk
54 Службен Весник на Република Македонија, бр.143 од 14.11.2012 година

Особено значаен закон за македонскиот интернет-контекст е *Законот за авторско право и сродни права*, според кој и правните лица, како што се во случајов интернет-порталите, може да се сметаат за авторски дела. Затоа тие имаат обврска, при секое преземање на каков било материјал од други извори, да го наведат авторот од каде преземаат содржини.

Тука спаѓа и*Законот за заштита на личните податоци,* по кој постапува Дирекцијата за заштита на личните податоци, и која досега по барање на граѓани реагирала при објавување фотографии без согласност на лицата, објавување туѓи лични податоци, крадење идентитет, злоупотреба на лозинка и креирање лажни профили на интернет. Според овој Закон забрането е објава на фотографии на интернет-порталите без претходна согласност од лицата, потоа преземање фотографии од Фејсбук и објавување на интернет-порталите, а доколку се објавуваат фотографии од малолетници, потребна е дозвола од родителите. Дирекцијата има надлежност да брише лажни профили на социјалните мрежи. Таа реагира на претставки на граѓани, од кои најголем дел се однесувале на злоупотреба на лични податоци на социјалните мрежи и на интернетпорталите.

РЕГИОНАЛЕН ОСВРТ

Во Република Србија, онлајн медиумите се регулирани со два закони: Законот за електронски медиумии Законот за информирање и медиуми[55].

Со Законот за електронски медиуми се дефинирани следниве категории: 1) електронски медиум е програма односно програмска содржина на радио и телевизија достапна по желба на мрежа на електронски комуникации и содржина на електронско издание; 2) електронско издание е уредувачки обликувана Интернет страница или Интернет портал;

Законот за информирање и медиуми (член 29) вели: медиумот е средство за јавно известување кое со зборови, слика односно звук пренесува уреднички обликувани информации, идеи и мислења и други содржини наменети за јавна дистрибуција и неодреден број на корисници. Под *медиум* во овој закон особено се подразбираат дневните и периодичните весници, сервисите на новинските агенции, радио и телевизиските програми и електронските изданија на овие медиуми, како и самостојните електронски изданија (уреднички обликувани Интернет страници или Интернет портали), а кои се регистрирани во Регистарот на медиумите), во склад со овој закон. Медиумот нема својство на правно лице.

Но, социјалните мрежи и блоговите не спаѓаат во оваа група (член 30). Медиумите според овој Закон не се: платформите, како Интернет форумите, социјалните мрежи и други платформи кои овозможуваат слободна размена на информации, идеи и мислења на нејзините членови, ниту било која

55 Sl glasnik RS", br 83/2014 i 6/2016

друга самостојна електронска публикација како блоговите, веб презентациите и слични електронски публикации, освен ако не се регистрирани во Регистарот на медиумите во склад со овој Закон.

Електронските медиуми треба да се регистрираат во Регистар на медиуми, чија цел е да обезбеди јавност на податоците за медиумите. Истовремено, регистрацијата како медиум е потребна за конкурирање за средства од буџетските фондови за остварување на јавниот интерес во областа на јавното информирање, пред сè, за производство на медиумски содржини, но и за организирање и учество на стручни и научни собири, како и за унапредување на професионалните и етичките стандарди во областа на јавното информирање.

Во Хрватска исто така онлајн медиумите се регулирани со Закон за електронски медиуми[56] (член 2, став 1 и 2):

1. Електронски медиуми се: аудиовизуелни програми, програми на радио и електронски публикации;
2. Електронски публикации се: уреднички обликувани Интернет страни и/или портали кои содржат електронски изданија на печатот и/или информации од медиумите на начин на кој се достапни на јавноста без оглед на нивниот опсег.

Понатаму (член 5) вели дејноста на давање на аудио и/или аудиовизуелни медиумски услуги како и услуги на електронски публикации според овој Закон и посебните Закони, го обавува давателот на медиумски услуги запишан во судскиот или друг предвиден регистар на Република Хрватска и ако покрај општите услови има седиште и уредништво во Република Хрватска.

Хрватскиот Закон за електронски медиумиексплицитно наведува кои негови одредби ќе важат и за електронските публикации (онлајн медиуми): забраната за загрозување на уставниот поредок и националната безбедност, забрана за дискриминација и говор на омраза и заштита на идентитетот на малолетниците (Член 12); обврската за објавување, без надоместок, на јавни прогласи и соопштенија во случај на воена состојба, загрозена независност на Република Хрватска, природни непогоди, технолошки несреќи и епидемии (член 15); забраната за објавување информации што го навредуваат човековото достоинство, особено неморални или порнографски содржини, повикување и глорификација на насилството и криминалот и поттикнување употреба на тутунски производи, алкохол и дроги, заштита на малолетниците од штетни содржини и обврска за посебно обележување на таквите содржини (член 26); и обврската за чување архива со објавени содржини (член 27). Исто така, непрофитните електронски публикации (онлајн медиуми) можат да конкурираат за средства од Фондот за поттикнување на плурализмот и разновидноста на електронските медиуми (Член 64).

56 http://narodne-novine.nn.hr

РЕГУЛАЦИЈА, КО-РЕГУЛАЦИЈА И САМОРЕГУЛАЦИЈА

Отворено е прашањето дали онлајн „болестите“ како пропагандата, лажните вести, и други појави, може да се контролираат и победат само со помош на техногигантите, или пак сепак државата треба да интервенира? Ова второ решение е докрај сатанизирано во западните демократии. Но, факт е дека постојат значајни аргументизад дватаставови. Впечатокот дека поларизацијата главно се поклопува со разграничувањето помеѓу развиените демократии и глобалниот Исток, додатно го поткрепува и ставот дека фронтот на расправата е политички и дека идните одлуки во овој поглед, дури и кога ќе делуваат само „технократски' никогаш нема да бидат сосема неутрални[57].

На една страна е ставот за контрола од државата, а од друга страна е саморегулација, која често во практиката е опкружена со закони кои овластуваат тела во форма на недржавна контрола.

Една од главните предности на *саморегулацијата* е знаењето на оние кои се истовремено и практичари и регулатори, поради што таа е најефективна.Како слабости на саморегулацијата се нотираат: недостаток на демократичност и правен легитимитет, механизам за заобиколување на законите кои ги штитат основните права и слободи, недостатокот на транспарентност и отчетност, предизвикувањето на правна несигурност, фрагментацијата на националниот и меѓународниот систем на заштита на авторските права и дивеење на пиратеријата.

На „најтазе“ форумите[58] на оваа тема најголемо внимание на новинарите, интернет активистите, правните експерти им свртеа темите за:

1. Реформи во областа на авторските права;
2. Заштита на личните податоци;

57 http://www.dsavic.net
58 http://www.shareconference.net

Се тврди дека со своите решенија европските регулатори во овој домен во голема мера ќе го одредат правецот на развој не само на технологијата и стопанисувањето туку и на човечкото општество. Разговорите за злоупотребата на авторските дела на Интернет, исклучоците од авторските права во националните и европските правни рамки како и за препреките на старите регулаторни модели во дигиталното опкружување, овозможуваат подлабоко разбирање на националните правила на Интернет[59].

Во членот 3 на Директивата за аудиовизуелни медиумски сервиси Европската Унија ја охрабрува ко-регулацијата, од што се изземени Интернет пребарувачите. Ко-регулацијата е комбинација од двата горенаведени пристапи. Инситутот Ханс Бредов ко-регулацијата ја дефинира како комбинација меѓу државна и недржавна регулација во форма кога недржавната регулација се надоврзува на државната[60]. Оваа дефиниција ги специфицира критериумите кои треба да бидат исполнети за системот да биде класифициран како ко-регулаторен. Тоа подразбира создавање на посебен орган, правила и постапки кои влијаат на донесувањето одлуки што ги спроведуваат самите адресанти, постигнување цели од јавен интерес, доследна правна поврзаност, дискрециони права на недржавниот регулаторен систем и користење на регулаторните ресурси од страна на државата[61] За ко-регулација, исто така, се потребни и определени посебни предуслови. Првенствено, неопходно е да постои култура на регулација. Ова е од особена важност за моделите на ко-регулација кои зависат од коморските и струковите здруженија кои учествуваат во создавањето или во спроведувањето на законите. Мотивацијата на овие здруженија за соработка мора да биде соодветно висока. Најчесто, мотивацијата за ваква соработка е за да се избегне државната регулација. Доколку не постои доволно добро решение за недржавен регулаторен систем, државата најчесто воспоставува систем според сопствен урнек.

Функционален ко-регулаторен систем подразбира дека освен пропишувањето правила, тој треба да има капацитет и можност и да спроведува адекватни и пропорционални санкции. Предуслов за ко-регулаторен систем е државата да ја самоограничи моќта на надзор врз недржавните регулаторни процеси. Ова е неопходно, бидејќи во крајна линија државата е одговорна како гарант за заштита и постигнување на целите од јавен интерес. Други алатки за функционирање на ко - регулацијата се делегирање членови во недржавните тела, финансиска самостојност и општествена транспарентност.

Во ко - регулацискиот систем мора да постои јасна разграничување меѓу задачите и одговорноста за нивното спроведување. Во спротивно, може да биде предизвикан недостаток на транспарентност, кој ќе го зголеми ризикот од губење на кредибилитетот на ко - регулаторот и на неговата објективност.

59 Emisija "Digitalne ikone", Radio Beograd 2, 25. jul 2017
60 Baldwin, Cave, Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice, 1999.
61 Schulz, W., Held, T., Regulation, Awareness, Empowerment. Young People and Harmful Media Content in the Digital Age 2006

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Во Европската регулатива се препознава свеста за постоењето на онлајн медиумите или *новата претстава за медиумите*(New Notion of Media)[62]. Себастијан Соријано, претседателот на BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications) коментирајќи ги европските насоки за неутралноста на Интернет кои се усвоени во 2016[63] година истакнува дека во нив е вградена заштитата на некои од темелните човекови права: заштита на личните податоци, слобода на изразувањето, слобода на работење и иновации, заштита од дискриминацијата и заштита на потрошувачот“. Меѓу другото тој потенцира дека net – неутралноста денес е општо добро во Европа, а националните регулатори се соочени со сериозни предизвици.

Една од централните теми за креаторите на политики во оваа област е: алгоритамското управување и регулаторната улога на посредникот. „‘Црните кутии’ во рамките на кои се одвиваат мистичните процеси на одлучувањето за пожелните содржини на корисниците на социјалните мрежи и други услуги на Интернет, како и содржините кои на корисниците им се видливи и достапни, полека се разоткриваат, додека размерот на нивното влијание на секојдневниот живот на нетизените укажуваат дека општествата како политички заедници радикално се менуваат“.[64] Од друга страна, во прилог на користење на алгоритмот за уредување на медиумската содржина се акцентираат и позитивни искуства, при што потребно е да се води сметка за транспарентноста и одговорноста за одлуките донесени на основа на „софтерската пресметка“[65]

62 Совет на Европа, Препораката ЦМ/Рец (2011)71
63 http://berec.europa.eu
64 http://www.shareconference.net
65 ”ZuzanaVarso, Helsinška fondacija za ljudska prava; blog evropskog “Satori” projekta, 20. Jul 2017.

Одговорноста на посредникот, односно на компанијата која дава услуги на Интернет станува клучно прашање на современото општество, посебно посериjата на глобални изборни и политички афери врзани за гласување, микротаргетирање, онлајн цензура, промоција на лажни вести и слично. На дневен ред стигна барањето за транспарентност не само на алгоритмите кои ги користат самите глобалните пребарувачи, социјалните мрежи и други популарни платформи, туку и начинот на работа, огласување и односите на овие компании со политичките елити. Засега истражувачите ги користат методите на „реверзибилниот (reverse)“ инженеринг.[66]

Медиумската регулатива на земјите од регионот, како на пример Република Хрватска и Република Србија, со кои од аспект на развојот на медиумските системи сме најслични, е „посензитивна“ и попрецизна во однос на новото медиумско опкружување.

Се зголемува бројот на платформите, а со тоа и обемот на содржините. Ефикасната заштита на поединецот во сајбер просторот ќе биде приоритетна задача, но истовремено не треба да се загрозислободата на изразување. Филтрирањето и блокирањето на содржините на Интернет, особено на социјалните мрежи ќе биде особен предизвик со кој ќе треба да се справат регулаторните тела. Во секој случај, потребен е баланс со кој од една страна, ќе постои отчетност кај онлајн медиумите пред својата публика, но од друга страна ќе се спречи загрозување на слободата на говор на онлајн медиумската сфера.

66 Istraživanja Fejsbuka, SHARE Lab, 2017

ПРЕПОРАКИ

1. Основното вредносно начело кое го подржува западната демократија е дека Интернетот треба да е слободен, отворен и деценрализиран;
- Слободата на изразување во Интернет просторот треба да биде ограничена до ниво кое го дозволуваат основните меѓународни акти. Со оглед на дисперзираната правна регулација на онлајн медиумите во други закони (пример: Кривичен законик, Закон за електронска трговија,) кои во овој случај се појавуваат како lex specialis во однос на слободата на изразувањето и медиумите, засегнатите страни (советите за печат, професионалните здруженија на новинарите, новинарските синдикати, невладините организации), ***треба да водат стручен мониторинг и да бидат сензитивни на секоја законска измена што не е во согласност со меѓународните акти кои го фиксираат правото на слобода на изразување*** во делот на структурирање на медиумските системи;

2. Регулаторниот модел за онлајн/дигиталните медиуми треба да биде саморегулацијата. ***Една од главните предности на саморегулацијата е знаењето на оние кои се истовремено и практичари и регулатори, поради што таа е најефективна.*** Со цел анулирање на слабостите на саморегулацијата (предизвикувањето на правна несигурност, фрагментацијата на националниот и меѓународниот систем на заштита на авторските права и др), новинарите, интернет активистите, правните експерти во Република Македонија треба да ги следат европските регулатори и тоа пред се во областа на: реформите во областа на авторските права и Заштита на личните податоци, бидејќи овие теми е моментално актуелна дебата. Саморегулацијата трба да се базира на “multi-stakeholder” принцип односно во процесот да е вклучено граѓанското општество, бизнис секторот и други релевантни фактори;

3. Телата како Здружението на новинари (ЗНМ), Советот за етика (СЕММ) како централни тела на саморегулацијата, неопходно е да покажуваат ***брза приспособливост и флексибилност*** кон случувањата во онлајн медиумите (бидејќи новитетите во областа се назапирливи). Оваа приспособливост треба да се однесува како на нивната статурна положба (проширување на надлежност) така и на нивната функција. Овие тела треба активно и демократски да се грижат за почитувањето на етичките кодекси. Имено, да изрекуваат *јавни опомени, да примаат жалби од граѓани* и да поведуваат одредени иницијативи во врска со етиката во известувањето, слободата на изразување и заштита на други човекови права кои можат да бидат повредени во онлајн просторот, а на медиумите врз кои не се применува медиумското законодавтсво. Интерактивниот однос и соработката на овие тела и новинарската заедница е од особено значење за демократската грижа за јавноста на ова овие тела.

4. Кодексите на новинари треба да бидат општи, односно да важат за новинарите во сите видови медиуми. Кодексите треба да се осовременат во согласност со новите форми на новинарство (мобилно новинарство, граѓанско новинарство, јавно новинарство) и да нудат упатства и со цел успешна и правилна примена на професионалните стандарди во онлајн опкружувањето. Овие упатства треба првенствено да се наменети за новинарите и медиумите носители на концептот јавно информирање, ***но треба да бидат применливи и на другите форми на изразување преку Интернет*** кои преку различни платформи пласираат уреднички обликувани медиумски содржини. Токму таквите упатства и насоки треба да ги разјаснат бројните недоумици кои се однесуваат на примена на стандардите на онлајн новинарското работење/пишување и тоа кон: изворите на информации, начинот на кој се пренесуваат медиумските содржини, почитување на приватноста, почитување на авторството и други важни класични прашања во новата средина.

5. Со оглед на проширувањето на дефиницијата новинар и непостоењето на критериуми за влез во професијата, секој може да биде новинар, без претходно образование, знаење и искуство, потребна е акција како од страна на професионалните новинарски здруженија, така и од невладиниот сектор. Професионалните новинарски здруженија треба да нудат услуги од типот ***„правна канцеларија за новинари“*** која би ги сензитивизирала новинарите и би давала правна помош во однос на низа прашања: за говор на омраза, клевета и навреда, заштита на лични податоци, заштита на авторски права итн. Во овој правец треба да функционира и невладиниот сектор кој е фокусиран на оваа проблематика.

6. Медиумската реформа во Република Македонија треба да понуди јасно законско дефинирање на концептот на *јавно информирање,* а имајќи ги предвид прво, дигиталната реалност и второ, Директивата на Европската унија за аудио-визуелни медиумски сервиси 2010/13/EU. Во законот треба да се прецизира што се ќе претставува *јавно гласило или медиум* односно над што ќе се спроведува Законот и што се на Интернет нема да се смета за меди-

ум. Каква било државна интервенција во смисла на контрола, надзор и санкции од Министерствата може да доведе до непропорционално ограничување на слободата на говор на Интернет.

7. Националната стратегија за образование во делот за предучилишно, основно и средно образование треба да ја опфати дигиталната писменост на граѓаните како најактуелниот сегмент од концептот медиумска писменост. Дигиталната писменост треба да се имплементира централно преку Министерството за образование и наука на Република Македонија. Дигиталната писменост или во поново време дигиталната компетенција значи оспособеност за критичка употреба на информациско-комуникациските технологии во доменот на професионалното и личното комуникацирање.Дигиталната компетенција се наведува како една од осумте темелни компетенции за доживотно образование кои ги одреди ЕУ со цел да одговори на предизвиците на развојот на општеството, знаењето и светскиот пазар.

ЛИТЕРАТУРА

- *Водич за саморегулација на онлајн медиумите*, OSCE, The Representative on Freedom of the media, 2013;
- Cuilenburg,J.V, McQuail, D., *Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm*, European Journal of communication 18, 2003;
- John Hartley, *Communication, Cultural and Media Studies, Key Concepts, Third edition*, Routledge, Key Guidnes, 2004;
- Кунчик, Михаел и Ципфел, Астрид. *Вовед во науката за публицистика и комуникации,* Фондација "Фридрих Еберт", Скопје: АМК Макдизајн1998;
- Tomas Hass, *Whatis Media Company: A Reconceptualization for tha Online World,* International Journal on Media Menagement, Routledge, 2014;
- Jennifer Alejandro*Journalism in the age of social media,* Reuters Institut for Study of Journalism, University of Oxford, 2010;
- Entoni Gidens, Sociologija, CID, Podgorica, 1998;
- Bard, A., Söderqvist, J. *Netokracija:Nova elita moći i život poslije kapitalizma.* Zagreb: Differo, 2003;
- Регулирање на медиумите, компаративна студија, Дејвид Голдберт, Тони Просер и Стефан Берхулст, Арс Ламина, Скопје, 1998;
- Baldwin, Cave, *Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice,* 1999.
- Schulz, W., Held, T., *Regulation, Awareness, Empowerment. Young People and Harmful Media Content in the Digital Age* 2006;
- Michael Barthel, Amy Mitchell and Jesse Holcomb, 'Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion', Pew Research Centre, 15 December 2016;

ДОКУМЕНТИ:

- Законот за електронски медиуми на Србија;
- Хрватскиот закон за јавно информирање и медиуми;
- Universal Declaration of Human Rights 1948;
- International Covenant on Civil and Political Rights 1966;
- European Convention on Human Rights 1950;
- American Declaration of the Rights and Duties of Man, 1948;
- American Convention of Humans Rights, 1969:
- African Charter on Human and Peoples Rights 1989;
- Службен Весник на Република Македонија, бр.143 од 14.11.2012 година
- Sl glasnik RS", br 83/2014 i 6/2016
- Препораката ЦМ/Рец (2011)71

ЛИНКОВИ:

- http://mediadisruptus.com
- http://narodne-novine.nn.hr
- http://www.mrt.com.mk/
- http://www.rts.rs/
- http://www.bbc.com/news
- http://www.hrt.hr/
- http://www.novamakedonija.com.mk/
- https://www.upi.com/
- http://www.tanjug.rs/
- http://www1.umn.edu
- https://www.oxforddictionaries.com
- https://www.lausanne.org
- http://www.dw.com
- https://www.nbcnews.com
- https://www.theguardian.com
- http://eur-lex.europa.eu
- http://eur-lex.europa.eu/legal-content/
- https://search.coe.int
- http://www.avmu.mk
- http://www.europarl.europa.eu
- http://library.fes.de
- https://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement
- https://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement
- https://ec.europa.eu/neighbourhoodenlargement
- EC: THE FYROM 2014 PROGRESS REPORT
- http://www.slvesnik.com.mk/
- http://www.ujp.gov.mk
- http://press24.mk
- http://www.semm.mk
- http://mim.org.mk
- http://narodne-novine.nn.hr
- http://www.dsavic.net
- http://www.shareconference.net
- Emisija “Digitalne ikone”, Radio Beograd 2, 25. jul 2017
- http://berec.europa.eu/eng
- http://www.shareconference.net
- http://satoriproject.eu
- https://labs.rs
- http://www.childrensembassy.org.mk
- http://www.pravda.gov.mk

ЗА АВТОРОТ

Јасна Бачовска Недиќ дипломирала на правни студии во 1998 година на Правниот факултет „Јустинијан Први“ при универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Во 2000 год. ги завршила интердисциплинарните постдипломски студии на подрачјето политичко-правни науки и комуникологија. Во 2002 год. година магистрирала со магистерскиот труд на тема *Медиумите и политичката пропаганда во демократските системи*. Во 2009 год. година се стекнала со научен степен доктор на комуниколошки науки, со докторскиот труд на тема *Примена на истражувачките методи во новинарството (социолошко-политиколошки приод)*.

Од 2000 година до 2005 година работи како асиситент истражувач во Македонската академија на науките и уметностите, во Центарот за стратегиски истражувања. Во 2005 година се вработува на Правниот факултет „Јустинијан Први“ при универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Од 2009 година до 2016 година е раководител на Институтот за новинарство, медиуми и комуникации во рамките на Правниот факултет, УКИМ. Денес, Јасна Бачовска Недиќ е вонреден професор на Правниот факултет во Скопје на научната област воведени и теоретски правни науки и предава повеќе предмети на правните студии, политичките студии и студиите по новинарство, медиуми и комуникации.

Поголемиот дел од научните и стручни трудови на авторката се областа на комуникациите, медиумите и медиумското право.

ЗА ПРОЕКТОТ

Институтот за комуникациски студии (ИКС) го имплементира проектот **„Зголемување на моќта на граѓанското општество во Македонија за изразување на јавниот интерес (транспарентност и отчетност на институциите)“**. Во рамки на проектот ИКС соработува со повеќе невладини организации во Македонија со цел информирање на јавноста за нивните активности и вклучување на граѓаните во дебатата за теми и прашања од јавен интерес. Како дел од проектот ИКС разви и отворена онлајн платформа преку која им се овозможува на невладините организации да комуницираат со граѓаните и поширокаата јавност и да ги презентираат своите активности (www.samoprasaj.mk / www.justask.mk).

Преку работилници и тренинзи, ИКС ќе им помогне на претставници на невладините организации и на новинарите и креаторите на јавно мислење да ги надградат своите вештини на комуницирање со медиумите, граѓаните и државните институции; да ги развијат своите презентациски вештини и вештини на говорење; и да научат како најефективно да ги користат социјалните медиуми и мултимедијални алатки за презентација на својата работа во јавноста.

Преку набљудување на медиумските содржини и начинот на известување на највлијателните телевизиски станици во текот на предизборниот период и за време на изборниот процес, ИКС го оценува нивото на политичкиот плурализам и застапеноста на различни гледишта во известувањето на овие медиуми. Добиените анализи и податоци ќе им користат на граѓаните, граѓанскиот сектор, медиумските организации, носителите на одлуки и на меѓународната заедница при креирање поткрепени ставови и аргументи за иницирање политики.

За да допре до поширока публика, ИКС користи посебно развиена веб платформа Res Publica (respublica.edu.mk) на која ги поттикнува граѓаните, новинарите и експертите да пишуваат блогови и да дебатираат за прашања од јавен интерес. На овој начин, ИКС креира професионална мрежа која во континуитет ќе анализира и континуирано ќе ја запознава јавноста со проблемите од јавен интерес.

Проектот е поддржан од
Британската амбасада во Скопје.

ЗА ИЗДАВАЧОТ

Институтот за комуникациски студии (ИКС) е основан од Високата школа за новинарство и за односи со јавноста во 2013 година. ИКС е водечка научно-истражувачка организација во областа на студиите по новинарство, медиуми, односи со јавност, политичка комуникација и корпоративно комуницирање. ИКС во Македонија има двоен фокус: со академските и применетите истражувања да ја унапредува науката и да им биде поддршка на практичарите; и преку постдипломските студии да изгради мрежа на млади истражувачи кои ќе ги зајакнуваат столбовите на овие научни дисциплини.

Институтот е акредитиран за спроведување на постдипломски студии во две области: Менаџирање на стратегиски комуникации и Менаџирање на медиуми и мултимедија. Поврзувањето на процесот на настава и учење со научноистражувачката дејност му овозможува на Институтот да го поттикнува развојот на млади кадри во истражувачката дејност и да го унапредува процесот на создавање и ширење на знаењето.

Институтот ги има следниве основни цели:

- Развивање академски и применети истражувања кои ќе го надградуваат знаењето во сферата на комуницирањето, медиумите и односите со јавноста;
- Градење темелна истражувачка база која ќе биде користена за процесот на образование во областа на комуницирањето, медиумите и односите со јавноста;
- Промовирање иновативни идеи во истражувањата што се поврзани со потребите на индустријата;
- Поттикнување на развојот на младите кадри во истражувачката дејност преку вклучување на студентите и на младите истражувачи во оваа област;
- Публикување на резултатите од истражувањата за актуелни теми и прашања со цел да придонесе во јавната дебата и во градењето на политиката во областите во кои работи ИКС.

res public

ЗАЈАКНУВАЊЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ СТАНДАРДИ ИЛИ ЕРОЗИЈА НА СЛОБОДНИОТ ГОВОР:

РЕГУЛАЦИЈА НА ОНЛАЈН МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

British Embassy Skopje

ИНСТИТУТ ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ