res publica

ИНСТИТУТ ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

ДОКУМЕНТ ЗА ЈАВНИ ПОЛИТИКИ

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА: НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА: НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

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

British Embassy Skopje

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.

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА:

НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

СОДРЖИНА

АПСТРАКТ........ 4

ГЛАВА 1 ВОВЕД........ 5

ГЛАВА 2 ПРЕДМЕТ, ЦЕЛИ И МЕТОДОЛОГИЈА НА АНАЛИЗАТА........ 8

ГЛАВА 3 ТЕОРИСКИ ОСВРТ КОН ЕТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА........ 9

ГЛАВА 4 ЕВРОПСКА РЕГУЛАТОРНА РАМКА И МЕДИУМСКИ СТАНДАРДИ........ 16

ГЛАВА 5 ОСВРТ КОН МАКЕДОНСКОТО ЗАКОНОДАВСТВО И ПРАКТИКА........ 19

ГЛАВА 6 КЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА И ЗАКЛУЧОЦИ........ 24

ПРЕПОРАКИ........ 27

БИБЛИОГРАФИЈА........ 29

ЗА АВТОРОТ........ 30

ЗА ПРОЕКТОТ........ 31

ЗА ИЗДАВАЧОТ........ 32

АПСТРАКТ

„Постои само еден клучен принцип кога станува збор за етиката во медиумите: кажувајте ја вистината за важните работи во општеството“
(Ноам Чомски[1]**)**

Брзиот развој на интернетот и дигиталните технологии предизвикаа динамични промени во комуникациите и културата. Новите можности за инстантно и мобилно информирање, објавување на содржини и поврзување со другите корисници, длабински го променија начинот како информациите стигаат до нас. Комуникациските технологии овозможуваат корисниците да можат да креират содржини кои лесно се споделуваат, оценуваат и коментираат. Како резултат на овие процеси медиумите и новинарството беа подложени на промени на своите основни поставки и услови за работење.

Интернетот и дигиталните комуникациски системи предизвикаа забрзана (р) еволуција на медиумите и отворија можности за нови начини за размена на информации. Еднонасочниот дифузен модел на пласирање информации, од медиумите кон публиката, и временски фиксираните термини за објавување содржини, се заменети со континуиран 24 часовен циклус на двонасочен проток на информации. Олеснетиот пристап до технологиите за објавување содржини предизвика пораст на бројот на медиуми, но и на нови форми на објавувачи на информации. Како последица на ова, дефинирањето што е тоа медиум и што е новинар стана сложена задача. Дали блоговите и профилите на социјалните мрежи се медиуми, или е тоа е нов вид на „граѓанско новинарство“? Дали граѓанското новинарство е навистина новинарство? Дали информативните онлајн медиуми се различни само формално или пак суштински од печатените и електронските медиуми?

Клучното прашање кое што сè понастојчиво се наметнува е колку е сменета улогата на медиумите во општеството, и дали професионалните и етичките правила кои важеа досега во новинарството се доволни и воздржливи во новите услови.

Според досегашните искуства и истражувања, како и поради појава на редица нови проблеми во јавното информирање, стана очигледно дека постои потреба за дополнување на правилата за етичко и професионално работење на медиумите. Етичките принципи остануваат универзални: на пример точноста на информациите и веродостојноста на изворите на информации, остануваат клучни концепти на новинарство, но начинот како тие треба да се постигнат е сменет. Прашањето пред нас е како да се бараат точни информации во морето содржини и извори, како да се селектираат вистинските од лажните информации, како да се почитуваат авторските права и приватноста, и редица други нови проблеми, но и некои стари проблеми кои сега добиваат нови форми.

Овие прашања бараат одржливи решенија кои ќе помогнат медиумите да ги совладаат новите предизвици и да ги одржат стандардите за етичко новинарство. Професионалното новинарство и понатаму е неодвоиво од етичкото новинарство, а целта на овој предизвикувачки потфат е да се поддржи правото на информирање преку новите медиуми во служба на јавниот интерес. Исто така, од суштинско значење да се врати довербата во етичкото новинарство е способноста на медиумите да се справуваат со новите проблеми.

1 Manufacturing Intellect (2011), “Noam Chomsky and Amy Goodman on Media Ethics” [онлајн], пристапено на 11.01.2018.

ГЛАВА 1

ВОВЕД

Брзиот развој на комуникациските технологии ги менува длабински и суштински условите во кои работат медиумите и новинарите. Овие промени сè уште се во тек, а промените кои тие и понатаму ќе ги предизвикуваат тешко е да се предвидат со сигурност. Традиционалниот медиумски модел на собирање, уредување и објавување на информациите е значително видоизменет. Во претходните медиумски модели на работа, за собирање информации беа задолжени обучени новинари и професионалци, за уредување на информациите беа одговорни уредниците, а подготвените информации беа објавувани во однапред одредени временски интервали. Денес информациите кои имаат влијание врз креирање на јавното мислење се објавувани не само од новинари, туку и од корисници на социјалните мрежи, блогери, активисти, прикриени партиски пропагандисти, „онлајн инфлуенсери“, сè до автоматизирани ботови[2] и софтверски креатори на лажни вести и содржини.

Со опишаните промени воспоставен е нов децентрализиран и мрежен модел на инстантно информирање преку повеќенасочен проток на информации. Тој го заменува традиционалниот радиодифузен систем и дистрибуциски модел на печатените медиуми. Повеќе автори наведуваат дека „се појавија нови етички проблеми во новинарството“[3]. Се покажа дека дигиталните медиуми имаат таква трансформациска моќ што станува нужно да се преиспитаат самите основи врз кои почива традиционалното новинарство[4]. Во теориските осврти кон овие појави доминира сфаќањето дека технологијата е неутрална кон етичките прашања, односно дека не постои технолошки детерминизам кој одредува дали новите технологии ќе бидат штетни или корисни. Акцентот на нивното влијание се става кон човечкиот фактор, односно какви практични употреби има технологијата. Сепак, исти комуникациски технологии предизвикуваат разновидни проблеми во различни културно-општествени средини. На пример, во средините со развиена медиумска и политичка култура, новите технологии предизвикуваат промени кои полесно се усвојуваат во работата на новинарите. Но, во средини без доволно развиена медиумска култура, старите проблеми со медиумите се усложнуваат и се надополнуваат со нови проблеми. Некои од клучните проблеми се наплив на дезинформации, засилена пропаганда и проширена негрижа за јавниот интерес[5].

Новите технологии и услови за работење наметнуваат потреба за промени во методиката на новинарското работење и исполнување на етичките стандарди. Според Чарлс Ес (Charles Ess) во фокусот на етиката на дигиталните медиуми треба да бидат „спецификите на дигиталната технологија кои предизвикуваат етички пре-

2 Бот – софтверски робот, вообичаен термин за абтоматизирана алатка која врши повторливи операции.
3 Horner, стр. 207.
4 Исто.
5 Повеќе во Horner, 2015, стр. 215-217.

дизвици и промени“[6]. Пронаоѓањето на решенијата е тешко изводливо без разбирање на проблемите и нивните причини. Омасовувањето на употребата на технологиите за креирање и дистрибуирање информации има двојна природа: од една страна е демократизацијата во размената на информации, но од друга страна се јавуваат проблеми кои ја нарушуваат довербата во новинарството.

Првата клучна промена во новата дигитална ера беше порастот на бројот на медиуми и други објавувачи на информации. Интернетот овозможува лесно отворање на онлајн медиум со релативно низок трошок, со што значајно се демократизира пристапот до технологиите за масовна комуникација. Циклусите за објавување на информациите во утврдени термини беа заменети со отворен 24-часовен модел на инстантно информирање. Корисниците и граѓаните добија можност да објавуваат информации директно без посредништво на новинарите и медиумите, а истовремено почнаа да се појавуваат „нови форми на новинарство кои се непосредни и интерактивни“[7]. Интернетот и информациско-комуникациските технологии создадоа „четврт вид новинарство“, т.н. „кибер новинарство“, односно „дигитално новинарство“ или „онлајн новинарство“[8], кое се надоврзува на печатеното, радиското и телевизиското новинарство. Медиумската сфера постапно се преобликува во комуникациски простор кој го споделуваат новинари, јавни личности, аналитичари и експерти, како и корисници на социјалните мрежи, твитерџии, блогери и граѓански новинари[9]. Преку објавување информации на дигиталните платформи сите тие имаат директен достап до масовната публика. Со појавата на блоговите и социјалните мрежи објавувањето стана бесплатно.

Омасовувањето и демократизацијата на средствата за објавување донесоа многу новини, а една од нив беше промената на тоа кој сè ја врши улогата на јавно информирање. На обичниот корисник му станаа достапни информации и содржини од многу повеќе извори. Покрај мултипликацијата на изворите, се зголеми брзината на протокот на информации и се стандардизираа интерактивноста, хипертекстуалноста и мултимедијалноста. Овие промени длабински ги сменија начините како ги конзумираме информациите.

Со појавата на онлајн медиумите се сменија и дотогашните правила за контрола на информациите и нивната монетизација. Новинарите го загубија приматот во „менаџирањето на информациите“, додека етичките правила и професионалните стандарди сè почесто се напуштаа. Најчеста споменувана причина е „инстантното информирање во реално време“. Под притисок да се биде прв во објавувањето на некоја информација, медиумите не ги применуваат строгите правила за нивна проверка и потврда. Фрагментацијата на медиумскиот систем доведе до сè почесто напуштање и на редакцискиот систем на работа и уредничка проверка и обработка, како клучни делови во подготовката на квалитетни информации.

Овие процеси доведоа до коренити промени кај традиционалните медиуми кои беа изместени од својот дотогашен режим на работа. Истовремено, им беше нарушен бизнис моделот поради големиот премин на публиката кон онлајн медиумите, каде што информациите се бесплатни, интерактивни и постојано достапни по избор на самиот корисник. Последично, етичките стандарди доживуваат удар поради слабата мотивираност на медиуми-

6 Ess, стр. 8.
7 Види повеќе во Ward.
8 Diaz-Campo, Segado-Boj, стр. 4
9 Граѓански новинари од „Citizen journalists“ (анг.), односно „концепт на т.н. јавно, демократско и партиципативно новинарство базирано на активно учество на граѓаните во процесот на собирање информации, известување, анализирање и дистрибуирање информации и вести.

те да ги следат строгите правила на професионалното новинарство во ситуација кога нивното функционирање е загрозено до степен на опстанок на пазарот. За тоа како медиумите доцнеа во прилагодувањето кон новите услови говори и фактот што од 2001 до 2017 година беа објавени 22 нови етички кодекси во различни земји, но во само 9 од нив постојат делови кои ги третираат етичките прашања поврзани со онлајн новинарството[10]. Според многу автори и истражувачи забележлив е „сериозен недостаток од интерес и конзистентност во третирањето на овие прашања“[11].

Еден од клучните проблеми во новиот вмрежен комуникациски систем е како се проверува веродостојноста и точноста на информациите. Лесното и брзо креирање и дисеминирање на информациите го менува целиот процес на подготвување на квалитетна и проверена информација. Наместо теренско собирање и филтрирање на информациите, медиумите денес лесно можат да соберат информации за некоја тема со преземање содржини од други онлајн извори. „Копи-пејст“ новинарството стана модерен феномен при кој вистинските информации беа сѐ поретки, додека исти информации можеа да бидат пронајдени кај повеќе извори. Овој парадокс на онлајн новинарството, повеќе медиуми, а помалку информации, е последица токму на прекинување на дотогашните новинарски пракси за собирање информации.

Дигиталните платформи за комуникација и објавување содржини им нудат можности на корисниците да учествуваат во јавната комуникација анонимно или под псевдоними. Омасовувањето на објавувачите на содржини и информации, во комбинација со техничките можностите за анонимност и прикривање на вистинскиот идентитет, се одрази мошне негативно врз јавната комуникација. Под велот на анонимноста почнаа да се објавуваат големи количества на пропагандни содржини и различни форми на дискриминација и говор на омраза.

Како важен проблем кој се јавуваа во новиот вмрежен медиумски систем е известувачкиот сензационализам чии жртви се не само етичките стандарди, туку и приватноста, угледот и честа на поединци и разни социјални групи. При зголемен економски притисок и конкуренција, медиумите често посегаат по секакви средства на привлекување на публиката, во т.н. „борба за кликови“ создавајќи нова „економија на привлекување внимание“[12]. Сериозен проблем е и вештата манипулација со визуелните содржини, овозможена од лесната достапност на технологија и софтвер за едитирање на фотографии и видеа.

Целите на етичкото новинарство остануваат исти, но начините за нивно постигнување се изменети. Како да се обезбедат веродостојни извори на информации, како да се филтрираат важните од неважните информации, како да се биде одговорен во информирањето, како се штитат приватноста, угледот и хуманите вредности на засегнатите страни во известувањето, и голем број други дилеми. Прашањето е како да се реформира новинарството, а тоа да може успешно да ја врши функцијата на јавно информирање.

10 Diaz-Campo, Segado-Boj, стр 15.
11 Исто.
12 Attention Economy, англ.

ГЛАВА 2

ПРЕДМЕТ, ЦЕЛИ И МЕТОДОЛОГИЈА НА АНАЛИЗАТА

Клучна цел на оваа анализа е барање одговор на тоа какво влијание имаат новите медиуми и технологијата врз новинарските професионални и етички принципи. Анализата се осврнува на судирот на традиционалното со онлајн новинарството, како се менуваат етичките принципи во новинарството под влијание на новите дигитални медиуми и дали е нужно менувањето на медиумската етика во дигиталната ера. Исто така, важно е да се одреди како се менува дефиницијата за „новинар“ и кој сè треба да се смета како новинар во дигиталната ера. Правната рамка, како и регионалните и европските искуства за овие прашања, исто така се особено важни за споредбено анализирање.

Конечно, треба да се истражи кои чинители би можеле да помогнат во проблемите со примена на етичките принципи во дигиталната ера, и како во решавањето на овие проблеми да се вклучи медиумската заедница, граѓанскиот сектор и стручната јавност.

Во оваа анализа беше користена методологија на деск-истражување кое вклучува компаративна и контрастивна анализа на домашната и меѓународната пракса и соодветните законодавства, како системска рамка во која се одвиваат овие процеси. При анализата вклучена е и содржинско-квалитативна анализа на референтни и релевантни документи за темата, како што се публикувани стратегии, програми, анализи, истражувања, медиумски објави и други јавни документи.

ГЛАВА 3

ТЕОРИСКИ ОСВРТ КОН ЕТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

Поимот етика во филозофијата и теоријата се дефинира како „правилно однесување во рамки на општеството“. Во своето основно значење етиката подразбира „осмислување, оценување и практикување на препорачливо однесување, како и негување на добар карактер на членовите на заедницата“. Таа дава насоки како да се однесуваме во секојдневното живеење и работење, а тоа да придонесува кон општото добро. Главната улога на етиката е одредување конвенционални норми на правилно однесување во разновидни ситуации од секојдневниот живот. Практичното применување на етичките норми во променливите општествени околности е нејзина најважна цел[13]. Етиката на новинарството се смета како подтип на применетата етика.

Медимуите се дел од општествената арена каде комуникацијата и социјалните односи се мошне динамични. Новинарите ги следат јавните случувања и се обидуваат да ја информираат јавноста за најважните настани. Затоа етичките норми во новинарството се постојано соочени со непредвидливи ситуации и нови предизвици. Општествените фактори постојано се менуваат, но етичките принципи остануваат универзални во различни временски и културни околности, односно етиката не застарува, застаруваат само начините како да се оддржуваат нејзините принципи. Токму затоа, „онлајн медиумите треба да имаат исти права и да бидат подложени на истите обврски како и традиционалните медиуми“[14], односно „етичките принципи не се менуваат со промена на медиумот“[15].

Промените во медиумите, интернетот и дигиталните технологии носат редица нови предизвици, кои аналитичарите и истражувачите ги групираат во неколку клучни области: веродостојност на изворите на информации, вистинитост на информациите, авторство и почитувањето на авторските права, проблемот на анонимноста на интернет, повреди на приватноста и човечкото достоинство, пристрасно новинарство, нетолеранција, дискриминација и говор на омраза, ширење на гласини и шпекулации и конвергенција, односно прелевање на разни технологии и техники од други области во новинарството.

13 Horner, 2015, стр. 10-22.
14 Diaz-Campo, Segado-Boj, стр. 8.
15 Исто.

Веродостојност на извори на информации и нивната вистинитост

Интернетот и новите медиуми им олеснуваат на новинарите да дојдат до бараните информации. Сепак, често се јавува проблемот со премногу контрадикторни информации и информации без или со нејасни извори. Новинарите често се исправени пред предизвик на кои извори на информации треба да им се верува. Во малите онлајн тимови уредничкиот систем е повеќе од исклучок отколку правило, па новинарот е често соочен со задачата сам да го решава овој проблем. Онлајн медиумите кои работат со неколку новинари и се во постојана трка со времето и конкуренцијата, често се приклонуваат кон објавување на информации кои не се потврдени и поткрепени од неколку извори. Тие објавуваат еднострани стории, без вклучување на засегнатите страни и ги игнорираат аспектите на настаните кои се релевантни за оформување на целосната слика за настаните.

Новинарот мора да биде запознаен со кредибилноста на изворот или медиумот од кој се преземаат информации. Медиумите кои објавуваат содржини без наведени автори не можат да бидат сметани за кредибилен извор. Потпишувањето на текстовите, импресумот на медиумот и редакцијата, се сметаат основни критериуми за каква било доверба во содржината. Веродостојноста на информациите освен со транспарентноста на авторството, се потврдува и со транспарентност на наведените извори.

Веродостојноста на изворите и вистинитоста на информациите е во директна поврзаност со процесот на градење доверба во медиумот. Кога се жртвуваат овие принципи, директно се поткопува довербата и во медиумот, но и во новинарството. Процесот на губење доверба е постапен, но доколку во подолг рок не се сменат неговите причинители, тој процес лесно може да стане и неповратен. Една од првичните одредби за однесување на новинарите од Кодексот на ЗНМ наведува дека „основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината“. Оваа одредба станува уште поважна за новинарството во дигиталната ера, каде злоупотребите со фабрикување и искривување на информации е многу честа појава.

Ова прашање се прецизира во канадскиот етички код за новинарите и се одредуваат следниве насоки за негово третирање:

> ***„Потребата од брзо објавување на информациите не смее да биде на штета на прецизноста, кредибилноста и фер третман. Онлајн содржините треба да се објавуваат внимателно како и печатената содржина, и секогаш кога е тоа можно да биде подложена на уредничка проверка[16]“.***

Без разлика на платформата и околностите на објавувањето, информацијата мора да биде проверена, потврдена и со наведен извор.

Пренесување на информации и преземање содржини

Некои од почестите појави во онлајн новинарството се недозволеното преземање содржини и цитирањето без знаење и дозвола од изворите. Оваа раширена појава е проблематична од повеќе аспекти, вклучувајќи го и етичкиот аспект. Се смета за неопходно кој било медиумски извор на одредена информација да биде јасно наведен, а доколку се работи за поединци или организации, тие да бидат известени за објавувањето на содржината.

При користење на линкови кон онлајн содржини, новинарите треба да внимаваат да поставуваат линкови од доверливи извори. Само поставување на линк не е доволно, неопходно е да се наведе полна информација за авторството и изворот. Пренесувањето на содржини од други извори мора да се води од принцип на информирање, а не сензационализам[17].

16 “Ethics Guidelines”, The Canadian Association of Journalists [online]
17 Според одреби во Канадскиот кодекс за новинари.

Новинарите ризикуваат кога преземаат информации од корисници на социјалните мрежи кои објавуваат непотполни и непотврдени информации. Често овие објави се засновани на гласини и субјективен агол на гледање, а во трката побрзо да бидат објавени тие не се проверуваат доволно.

Анонимноста на интернет

Во непосредна врска со проблемот со изворите на информации и веродостојноста на објавените содржини на интернет, стои анонимноста на изворите на информации и која во онлајн сферата е еден од клучните проблеми. Печатените медиуми при објавување на содржини од читатели практикуваат задолжителна идентификација на авторот, со опција да го заштитат неговиот идентитет, ако е тоа потребно, под жаргонска формулација „името на авторот е познат на редакцијата“. Во голем број етички кодекси опасноста од користење анонимни извори е особено нагласена како пракса при која треба многу да се внимава. Кај медиумите кои објавуваат на интернет, поради процесот на информациска конвергенција, често се наведуваат информации од анонимни или непотврдени извори на информации зад кои можат да се кријат лажни профили со манипулативни намери. Во македонските медиуми одомаќена е и праксата дури и експертски извори да се цитираат анонимно, со жаргонизми како на пример: „познавачите тврдат“, „експертите велат“, „аналитичарите наведуваат или оценуваат“ и така натаму. Овие тактики на прикривање на извори или нивно креирање како параван за ставови и коментари на самиот новинар или редакција, се далеку под елементарните етички принципи.

Сфаќањето за анонимноста на интернет има свој различен контекст од традиционалните медиуми, и потесно се поврзува со слободата на комуницирање на интернет. Дигиталните платформи за комуникација ја дозволуваат анонимноста преку различни можности за регистрирање под псевдоними или објавување без потпишување. Истиот принцип важи и за социјалните мрежи каде идентификацијата на корисниците е опционална. Објавите на медиумите на интернет и социјалните мрежи се надополнуваат со анонимни коментари кои стануваат комплементарен дел на медиумските објави и им даваат дополнителен контекст и интерпретации, така што се неопходни соодветни препораки за тоа како и тие треба да се третираат. Недоличните коментари и содржини треба да се отстрануваат, а се препорачува „пост-модерација“ (уредување по објавата на содржината, извор Холандски етички кодекс[18]). Правилата за објави на коментари треба да се транспарентно наведени на веб-страниците и на социјалните мрежи.

> ***„Уредништвото на онлајн медиум има особена одговорност веднаш да ги отстрани деловите кои не се во согласност со етичкиот код“[19].***

Според многу експерти и усвоени кодекси кои го вклучуваат и онлајн новинарството[20], анонимноста ја поттикнува злонамерната и неодговорна комуникација, како и разни форми на говор на омраза и дискриминациски јазик. Етичката дилема која овде се наметнува е до кој степен медиумите можат да ја толерираат анонимноста во комуницирањето и кои правила треба да ги применуваат за да ги избегнат негативните последици од неа.

Конвергенција на дигиталните платформи

Во теориските анализи се наведува дека процесот на т.н. „конвергенција на медиумите“ е еден од најважните процеси кој ги одбележува промените во работата на медиумите: „конвергенцијата се однесува на преплиснувањето и спојувањето на аудиовизуелните медиуми, компјутерската индустрија и новите телекомуникациски технологии“.

18 Ethic Net, Journalism Ethics [онлајн], достапно на https://goo.gl/AE2u2i
19 Норвешки етички код за новинарите.
20 “Ethics Guidelines”, The Canadian Association of Journalists [online] достапно на http://caj.ca/content.php?page=ethics-guidelines

Хулин и Стон (2013) овој феномен го толкуваат на следниот начин: „Дигиталната или медиумската конвергенција, 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“[21].

Конвергенцијата во најдиректна смисла подразбира отворање на медиумите кон корисниците и јавноста, користење на различни технологии за поголем досег до публиката и креирање на интегрирани редакции кои објавуваат содржини на различни платформи, од печатени изданија до блогови.

Конвергенцијата се манифестира не само како мешање на различните технологии и платформи за комуницирање, туку и преку квалитативни промени, односно резултира во мешање на новинарството со политичката пропаганда, односите со јавност и блогирањето, меѓу другото. Имено, техниките кои се развиени во политичката комуникација и односите со јавноста сè почесто се користат и во новинарството. Специфичен е примерот во регионалните медиуми на т.н. „медиумски настани на политичарите“ (настапи, посети, специјални конференции за печат, интервенции на терен, и др.) каде се употребуваат организациски техники од односите со јавноста, додека новинарите добиваат (споредна) улога да ги регистрираат и да ги пренесат овие режирани настани до јавноста. Ваквите организирани настани во кои новинарите се гол спроводник на информациите се нова форма на регистрирачко новинарство и се крајно штетни за довербата во медиумите.

Конвергенцијата може да се илустрира и со прелевањето на содржините и стиловите на комуникација помеѓу медиумите, интернет сајтовите и социјалните мрежи. Честа појава е преземање на таблоидни содржини од интернет сајтовите и профилите на социјалните мрежи[22]. Социјалните мрежи можат да влијаат негативно врз медиумите и новинарите преку наметнување на колоквијалниот јазик и стилистиката на изразување на интернет, која често нема допирни точки со етичките принципи.

Овој процес на конвергирање доведува до растегање на поимот новинар и медиум, како и креирање на нови т.н. „хибридни медиуми“, каде новинарите и онлајн креаторите на јавното мислење почнуваат да наликуваат едни на други, а медиумите често да користат комуникација блиска до профилите на социјалните мрежи. Хибридните медиумски форми кои се резултат на дигиталната конвергенција го актуелизираат прашањето што е денес новинар и медиум. Според Советот на Европа, „секое физичко или правно лице кое е редовно или професионално ангажирано во собирање и дисеминација на информации за јавноста преку некои од средствата за масовна комуникација“ се квалификува како новинар.

Слободата на пласирање и објавување информации е приоритетна вредност, додека проблемот со објавувачите кои ја злоупотребуваат слободата треба да се решава со саморегулација и со прекршочно-кривичната регулатива каде има основа за тоа. Медиумите треба активно да ги промовираат етичките принципи и да влијаат да се подобрува нивото на професионалните стандарди преку позитивно влијание на општата медиумска култура. Ова во литературата се именува како „професионално лидерство кое ќе ги диктира новинарските стандарди“. Во однос на нив разните нови видови на медиуми треба јасно да се диференцираат како медиуми кои ги прифаќаат професионалните норми или како псевдо-медиуми со тесна агенда:

21 Стр.10.
22 Исто.

(Неопходно) е овозможување плурализам во медиумската сопственост и забрана за монополизација од страна на државата или на неколку приватни сопственици за дисеминација на идеолошки или политички ставови. Тоа е исто така отсуство на забрани и ограничувања на практикувањето на граѓанско новинарство. Во однос на интернетот, законската гаранција треба да го вклучува правото на креирање и регистрирање на страници и имиња на домени, и способност да се користат услугите на провајдерите без дискриминација и задржување на анонимноста кон надворешниот свет при користењето на тие услуги - освен доколку на тој начин се врши повреда на законот[23].

Користењето на социјалните мрежи е силен фактор во процесите на онлајн конвергенцијата. Новинарите ги користат социјалните медиуми да ги споделат своите стории и информации и да го зголемат бројот на читатели. Медиумските редакции и уредниците го охрабруваат користењето на социјалните мрежи за овие спомнати цели, но и често за собирање информации од корисниците и креирање новинарски стории. Генерално, се смета дека објавите на социјалните мрежи го губат статусот на приватни пораки и можат да бидат употребени како информација. Сепак, етичкиот принцип наложува новинарите да не ги користат како јавна информација пораките кои немаат таква намера при објавата и да ги третираат како извор за кој е неопходна согласност и одобрување.

Една од почестите пракси на новинарите е преземање на непроверени информации од социјалните мрежи и нивно објавување како факти. Во голем број случаи ваквите објави, кои по својата природа се јавни, се пренесуваат без знаење и дозвола на авторот. Особен проблем се фотографиите и видеата, кои можат да бидат извадени од контекст и преосмислени.

Задржување на принципите на транспарентност и потврда од независни извори се комплементарни вредности до кои новинарите мора да се држат. Особена грижа треба да се води кога станува збор за деца и малолетници, така што обврските кои важат за традиционалните медиуми целосно се пренесуваат и на интернет.

Прашањата кои произлегуваат од присутноста на новинарите на социјалните мрежи се сериозни, а еден од главните процеси е поттикнувањето на спомнатото „коментирачко новинарство[24]“, односно објавите на личните ставови на новинарот. Врамувањето на своите написи со лични коментари често ги доведуваат новинарите во конфликтни ситуации со уредниците, општествените актери и корисниците на социјалните мрежи, што придонесува кон заострување на конфликтуозноста и создава дополнителен притисок врз новинарите. Новинарите често ги искажуваат своите ставови за одредени прашања и го напуштаат неутралното анализирање. Забележан е силен тренд на враќање на т.н. „коментирачко новинарство кое било популарно пред развојот на објективното новинарство на почетокот од XX век“[25]. Со зголемувањето на бројот на медиуми и изворите на информации, се развива тренд во новинарството со искажување на ставови кои ѝ угодуваат на дел од публиката да се добива нејзината поддршка, наместо известувањето да се фокусира на факти, објективност и неутралност.

Очигледна е потребата од дефинирање на препораки кои на новинарите ќе им помогнат да даваат разумен личен коментар во прилог на написите кои ги објавуваат.

23 Повеќе во Хулин и Стон, 2013, стр.
24 “Opinion Journalism”, Ward, J.A.
25 Ward, J.A. во Digital Media Ethics.

Во канадскиот етички код е директно наведена препорака за ова прашање: „Нужно е да се има посебно внимание кон декларирањето на политичките (и други) наклонетости на новинарите“[26]. Овие препораки за внимателност се однесуваат како на изнесување ставови, така и на останати активности, како на пример зачленување во групи и посета на настани.

Еден од главните трендови во информирањето на интернет е зголемената присутност на визуелните содржини. Со олеснување на објавувањето на фотографии и видеа, тие постапно почнуваат да доминираат над текстот како начин на информирање. Иако фотографиите и видео снимките даваат впечаток на објективност, тие сепак се лесно подложни на манипулација преку вадење од контекст, врамување или заземање на агол од кој се прикажуваат и кој пренесува одредена порака. Фотографиите и видеата можат лесно компјутерски да се обработуваат и да се фабрикува визуелна информација. Се поставува етичката дилема која е објективната позиција за пренесување видео содржини и каде е границата за техничко едитирање или обработка на визуелните информации?

Претприемничко и наемничко новинарство

Онлајн платформите и спомнатата конвергенција овозможуваат полесно да се пласира партиската и економската пропаганда како новинарска содржина. Информативни веб-страници кои претендираат да бидат влијателни медиуми можат лесно да се креираат од партиски центри со цел да симулираат новинарска содржина.

Приклонувањето на медиумите кон одредени политички или економски групи од интерес заради финансиска полза аналитичарите го нарекуваат „претприемничко новинарство“[27], а во некои од материјалите се наведува и поимот „наемничко новинарство“. Во услови на микрофрагментацијата во финансирањето на медиумите се поставува етичката дилема и прашањето како овој сегмент од онлајн информирањето може да биде минимално објективен кога нивното функционирање е толку зависно од средства од ограничен број финансиери и колку тие се во можност да известуваат за настани кои се против интересот на нивните донатори. Отворениот пазарен натпревар за гледаност и читаност преку квалитетни содржини се заменува со политичко-економски и медиумски сојузништва за кои фактите и објективноста стануваат неважни. Јасно е дека економскиот фактор во голема мера влијае врз мотивираноста за примена на етичките принципи. „Финансиската независност на медиумот е прв гарант за неговиот интегритет и непристрасност“[28], така што „консолидацијата на медиумскиот пазар[29]“ е една од сферите каде законската регулатива мора целосно да се применува.

Авторски права и преземање информации

Еден од главните проблеми кои ги наметнаа новите дигитални платформи се заштитата и почитувањето на авторските права. За разлика од анонимноста каде авторите на содржини го кријат својот идентитет, кај проблемите со авторски права авторите се познати, но нивните содржини се преземаат без дозвола и се објавуваат на други онлајн медиуми. Лесното пренесување и умножување на дигиталните содржини го предусловува овој процес, дигиталната информација може да се репродуцира бесконечно. Некои од мерите за спречување кои медиумите ги преземаат се блокирање на копирањето на текстот на своите веб страници и редакциски напомени под написите за правилата за преземање на (дел од) содржините. И покрај ова проблемот опстојува, а освен текстовите, најчесто недозволено се преземаат фотографии и видео содржини. Авторите и медиумите ова го сметаат за „нелојална конкуренција која го нарушува медиумски-

26 Canadian code for Journalists.
27 “Entrepreneurial journalism”, Ward, J.A.
28 Ричлиев (2017), Препораки за одговорни онлајн медиуми, стр. 1.
29 Исто.

од фер натпревар и медиумскиот пазар“[30]. Преку бесправно преземање туѓа содржина цели сајтови „успеваат да привлекуваат реклами од комерцијални клиенти и од државно рекламирање и така да опстанат на пазарот[31]“. Во Македонија нашироко е присутна појавата медиумите без дозвола да преземаат содржини едни од други, или да ги објавуваат преработени.

Во постоечкиот Кодекс на новинарите на ЗНМ оваа област е покриена со член 12 кој наведува: „Плагијаторството е неприфатливо. Цитатите не смеат да се користат без да се нагласи изворот или авторот“. Овие одредби се уште поважни за примена на онлајн медиумите каде преземањето е многу почеста појава.

Проблемот е потребно да се решава преку доследна примена на законските решенија, но и во содејство со етичките принципи.

Дискриминација, говор на омраза и повреди на приватноста

Лесната достапност на онлајн платформите за објавување содржини, можностите за анонимно објавување и прикривање на идентитетот оставаат простор за злоупотреби. Кога злоупотребите поминуваат неказнето и без соодветни санкции тогаш наврдливиот говор, дискриминацијата и говорот на омраза брзо се проширувaат и стануваат честа појава. Во Македонија овие аномалии се проширија до степен што медиумите и новинарите не само што не спречуваа и пренесуваа дискриминаторски содржини и говор на омраза, туку и самите креираа такви содржини и ги објавуваа на своите медиуми[32]. Слабата и селективната примена на законите придонесе овие појави да се прошират и да станат „вообичаена појава“ во Македонија.

Една од областите која е длабоко засегната од промените во медиумите е и приватноста. Во класичната теорија приватноста ги опфаќа следните подвидови: физичката приватност, менталната приватност, информациската приватност и приватноста во одлучувањето[33]. Во однос на медиумите и новинарството се наведува дека „поединецот е информациски ентитет, кој го има и го задржува правото да располага со приватните информации и кои од нив ќе ги објавува и споделува“[34].

Во ерата на интернетот чувањето на личните и приватните информации е далеку посложено. Овие податоци во најголема мера се „вмрежени“, односно споделени со дигиталните платформи, како што се разни веб-страници, апликации, социјални медиуми и сервиси за складирање информации. При вмрежувањето на личните и приватните податоци тие многу полесно можат да бидат злоупотребени. Приватноста на дигиталните платформи всушност е „споделена приватност“, каде контролата за своите податоци и информации ги споделуваме со онлајн сервисите или други платформи. Ова носи поголема изложеност на повреди и злоупотреби на приватноста.

Повредите на приватноста во теоријата се опишуваат како „негрижа и недостаток на почит кон поединецот како информациски ентитет“. Медиумите во трка по „ексклузивни информации“ често ги погазуваат границите на приватноста, а најчестиот прекршок е недозволено објавување на приватни информации и материјали[35]. За приватни информации на вршители на функции и одговорни лица и во онлајн сферата има посебен третман за случаите кога нивното објавување е од јавен интерес.

30 СЕЕМ, 2017, стр. 7.
31 Исто.
32 Повеќе во глава 5.
33 Horner, стр. 220.
34 Исто.
35 Floridi, 2013, стр. 260.

ГЛАВА 4

ЕВРОПСКА РЕГУЛАТОРНА РАМКА И МЕДИУМСКИ СТАНДАРДИ

Република Македонија е потписник на Европската конвенција за заштита на човековите права и основните слободи, а во согласност со членот 118 од Уставот, „меѓународните договори кои се ратификувани се дел од внатрешниот правен поредок и не може да се менуваат со закон".

Членот 10 од Европската конвенција[36] пак ја специфицира рамката за „слобода на изразување, објавување и примање информации".

„Декларацијата за слободата на политичката дебата"[37] на Советот на Европа, е особено важен правен документ на полето на медиумите и треба да се применува доследно и во сферата на дигиталните медиуми. Во неа се нагласуваат следните практики до кои медиумите треба да се придржуваат: „слобода на изразување и информирање по пат на медиуми со акцент на правото јавноста да биде информирана за прашања од јавно значење, правото медиумите да објавуваат негативни информации и критички мислења кои се однесуваат на политички личности и јавни функционери, како и правото јавноста да ги прима".

Понатаму, „Препораките на Советот на Европа"[38] ги потенцираат следните области како исклучително важни за развој и вклученост на онлајн медиумите во правниот систем: „(потребно е) проширување на дефиницијата на медиумите која ќе ги опфати дигиталните информативни медиуми, правна заштита за интернет-медиумите, гаранции за нивната уредувачка слобо-

36 Секој човек има право на слобода на изразувањето. Ова право ги опфаќа слободата на мислење и слободата на примање и пренесување информации или идеи, без мешање на јавната власт и без оглед на границите. Овој член не ги спречува државите, на претпријатијата за радио, филм и телевизија да им наметнуваат режим на дозволи за работа. 2. Остварувањето на овие слободи, коешто вклучува обврски и одговорности, може да биде под одредени формалности, услови, ограничувања и санкции предвидени со закон, кои во едно демократско општество претставуваат мерки неопходни за државната безбедност, територијалниот интегритет и јавната безбедност, заштитата на редот и спречувањето на нереди и злосторства, заштитата на здравјето или моралот, угледот или правата на другите, за спречување на ширењето на доверливи информации или за зачувување на авторитетот и непристрасноста на судството.

37 „Декларација за слободата на политичката дебата во медиумите" усвоена од Комитетот на министри на Советот на Европа на 12 февруари, 2004 година, превод на македонски јазик достапен тука

38 „Recommendation CM/Rec(2016)5[1] of the Committee of Ministers to member States on Internet freedom (Adopted by the Committee of Ministers on 13 April 2016 at the 1253rd meeting of the Ministers' Deputies) – Цовет на Европа, Препорака на Комитетот на министри на земјите членки за слободата на интернет.

да, обезбедување информациски плурализам кој ќе ги вклучува онлајн медиумите, и други правни механизми со кои треба да се премости јазот помеѓу традиционалните и онлајн медиумите во смисла на примена на етичко-професионалните стандарди".

Проширување на почитувањето на новинарските стандарди за онлајн медиумите е нагласено и во Водичот за само-регулација на ОБСЕ[39].

На 01 јуни 2011 година усвоена е „Декларација за слобода на изразување и интернетот" од страна на Специјалниот известувач за слободата на мислење и изразување на Обединетите нации (ОН), Претставникот за слобода на медиумите на Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ), Специјалниот известувач за слободата на изразување при Организацијата на американските држави (ОАС) и Специјалниот известувач за слобода на изразување и пристап до информации на Африканската комисија за човекови и граѓански права (АЦХПР)[40]. Во неа се воведени „начелото на само спроводник" (неодговорност за поставена содржина од друг корисник, освен во случаи кога со судска наредба се бара нејзино отстранување) и нормативот дека „од посредниците не треба да се бара да ја следат содржината генерирана од корисници и не треба да бидат предмет на вонсудските правила за симнување на содржина со кои не се обезбедува доволна заштита за слободата на изразувањето".

Во Меѓународниот пакт за граѓански и политички права[41] на Обединетите нации (ОН), став 3, член 19, се наведуваат следните одредби за заштита на:

> *(I) Дискусии за владини политики и политички дебати; известување за човековите права, владините активности и корупцијата во владата; ангажирање во изборни кампањи, мирни демонстрации или политички активности, вклучувајќи за мир и демократија; и изразување на мислење и несогласување, религија или уверување, вклучувајќи и од страна на лицата кои припаѓаат на малцинствата или ранливите групи;*
> *(II) Слободниот проток на информации и идеи, вклучувајќи и практики како што се забрана или затворање на публикации или други медиуми и злоупотреба на административни мерки и цензура;*
> *(III) Пристап до информатичките и комуникациските технологии и користење на истите, вклучувајќи радио, телевизија и интернет.*

Оваа правна рамка се надополнува со препораки за саморегулирање на медиумите, како принцип кој се покажува како најсоодветен за заокружување на функционирањето на медиумите во демократските општества.

Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ) во 2004 година преку одлуката на Постојаниот совет на ОБСЕ ги обврзува земјите да „преземаат активности да се обезбеди дека интерне-

39 Хулин, А и Стон, М, (2013), Водич за саморегулација на онлајн медиумите, ОБСЕ, Виена, стр. 6 [онлајн] достапен тука
40 Исто, стр. 18.
41 Обединети нации, Меѓународен пакт за човекови и политички права и слободи на човекот и граѓанинот, https://goo.gl/UGXrkM . Во членот 19 тој ги гарантира следните слободи: 1. Никој не може да биде вознемируван поради своето мислење. 2. Секој има право на слобода на изразување; Ова право подразбира слобода да се бараат, примаат и шират известувања и идеи од секој вид, без оглед на границите, било усно, писмено, по пат на печат или во уметничка форма, или со кое било друго средство по свој избор. 3. Остварувањето на слободата предвидена во став 2 на овој член повлекува посебни обврски и одговорности. Тоа може да биде подложено на одредени ограничувања кои сепак мора да бидат изречно утврдени со закон и кои се нужни: а) за почитување на правата и угледот на другите лица; б) за заштита на националната безбедност, или јавниот поредок, или јавното здравје или морал

тот и понатаму е отворен и јавен форум за слободата на мислењата и изразувањето, како што е втемелено во Универзалната декларација за човекови права, и да се поттикне пристапот до интернет во домовите и училиштата[42]".

Во март 2012 година земјите членки на Советот на Европа ја одобрија заедничката „Стратегија за управување со интернет, со унапредување и заштита на човековите права, владеењето на правото, и демократијата во онлајн просторот". Оваа стратегија дава насоки за дејствување во шест области: отвореност на интернетот, корисснички права, заштита на податоци, компјутерски криминал, демократија и култура, деца и млади.

Проширувањето и прилагодувањето на правните рамки останува отворен процес во кој постојано се можни подобрувања и прилагодувања со цел поефикасно да се решаваат новите проблеми како и старите проблеми кои се јавуваат во нови форми. Специфичноста на проблемите за дигиталните медиуми е тоа што тие ги надминуваат националните и регионалните граници, така што меѓународната соработка и поврзаност се нужен предуслов за нивно решавање.

42 Хулин и Стон, стр. 46-63.

ГЛАВА 5

ОСВРТ КОН МАКЕДОНСКОТО ЗАКОНОДАВСТВО И ПРАКТИКА

Според постоечката правна рамка онлајн медиумите не се директно регулирани со законите за медиуми (Закон за медиуми, Закон за аудио и аудиовизуелни услуги), и тие беа иземени од мониторингот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги при изборните циклуси во 2016 и 2017 година[43]. Исто така, домашната уставна и законодавна рамка, како и меѓународните документи потпишани од државата кои се однесуваат на слободата на говорот и правото на информирање, ги опфаќаат и онлајн медиумите, Оваа правна рамка ги вклучува: „Уставот на Р.М.[44], Европската конвенција за човекови права, Кривичниот законик, Законот за граѓанска одговорност за клевета и навреда, Законот за заштита на лични податоци, Законот за спречување и заштита од дискриминација, Законот за авторски права, Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер, Законот за работни односи и законите поврзани со исплата на хонорарите, Законот за трговски друштва, Законот за граѓански здруженија и фондации, регистрацијата на веб-домен МАРнет и на Законот за архивирање[45].

Правната рамка е достатна да ги третира проблемите и прашањата поврзани со дигиталните медиуми вклучувајќи ги авторските права, дискриминацијата, говорот на омраза и останатите раазгледани проблеми. Од досегашните анализи и истражувања како главен проблем се посочува неспроведувањето, неказнивоста или селективното спроведување на законските регулативи, а најчести се прекршувањата во деловите опфатени со Кривичниот законик, Законот за граѓанска одговорност и Законот за авторски права.

Според МАРнет[46] во Македонија се регистрирани 27,413 домени, додека бројката на активни веб-страници, во недостаток на регистар, се проценува дека е од 300 до 350. Доминантен број од нив се информативни и забавни веб-страници.

Во процесот на медиумската саморегулација и третирањето на етичките прашања, важно е да се напомене дека Советот на честа при Здружението на новинари на Македонија е оформен во 2001 година[47], но за жал нема активности и јавни

43 СЕММ, стр. 5.
44 Член 16, Устав на Р.М: „Се гарантира слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата. Се гарантира слободата на говорот, јавниот настап, јавното информирање и слободното основање на институции за јавно информирање. Се гарантира слободниот пристап кон информациите, слободата на примање и пренесување на информации. Се гарантира правото на одговор во средствата за јавно информирање. Се гарантира правото на исправка во средствата за јавно информирање. Се гарантира правото на заштита на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање. Цензурата е забранета.
45 Сарачини и др. (2015), стр. 7.
46 Извор: https://goo.gl/frbZLN

објави по април 2015 година. Советот за етика за медиумите на Македонија[48] беше основан во 2013 година. Членки на СЕЕМ се печатени (4), електронски (14 телевизии и 5 радија) и онлајн медиуми (15)[49]. Во рамките на СЕЕМ функционира „Комисија за жалби", а поплаките можат да се поднесуваат преку електронски формулар[50].

Кривичниот законик ги регулира појавите во „јавното комуницирање на јавни платформи на интернет што содржат говор или поттикнување на насилство и омраза[51]", вклучувајќи ги дигиталните медиуми преку формулацијата „информациони системи". Иако овие дела се опфатени во законите, нивното спроведување не е доследно, особено во делот на прекршувањата на законите на интернет. Од повеќе случаи кои биле судски процесирани досега нема пресуда за говор на омраза[52].

Клеветата и навредата како дела се отстранети од Кривичниот закон и се уредени со „Законот за граѓанска одговорност за навреда и клевета ".

Во однос на предметот на оваа анализа од граѓанска одговорност се исклучени онлајн медиумите кои ќе пренесат изјава со наведен автор/извор од активностите на државните и локалните институции која содржи навреди[53]. Ваквата законска формулација не е целосно ускладена со етичките принципи и дозволува „репродукција на говор кој содржи клевети, навреди и говор на омраза".

Како дел од пакетот решенија предвидени во овој закон важно е тоа што лицата или субјектите кои сметаат дека се предмет на навреда или клевета имаат право да поднесат „барање за објавување одговор, демант или исправка во рок од седум дена од денот на објава, но не подоцна од еден месец од нејзиното објавување". Законот за граѓанска одговорност освен што ги декриминализира овие дела, исто така ги ограничува паричните казни за нив[54]. Законот овозможува „утврдување граѓанска одговорност за навреда и клевета, како и надомест на материјална или нематеријална штета што произлегува од навредата или клеветата"[55].

Од областа регулирана со Законот за заштита на личните податоци, најчести се следните прекршувања: „објавување фотографии без согласност, објавување туѓи лични податоци во рубриката Огла-

47 Сарачини и др. (2015), стр. 41: „Советот на честа на ЗНМ, кој може да изрече само морални санкции (јавни изјави), и неговиот Кодекс, и двата механизми создадени и усвоени во 2001 година со широка поддршка на медиумската заедница, до неодамна беа единствените саморегулаторни механизми за медиумите во Македонија. Нивната примарна задача е да ги заштитат и да ги промовираат етичките принципи, критериуми и стандарди на професионалното и одговорно новинарство, како што е пропишано во Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија. Сите делови од Кодексот се применливи и на интернет-медиумите и новинарите".

48 „Советот за етика во медиумите во Македонија" (СЕММ) http://semm.mk/sovet-za-etika/za-nas

49 Види во Тахири, Адамчевски, 2017, стр. 6: „За поплаките од јавноста во врска со објавените содржини во печатените, електронските и во онлајн-медиумите решава советодавното тело на СЕММ, седумчленената Комисија за жалби. Во својата работа, членовите на Комисијата ги користат Кодексот на новинарите на Македонија, Повелбата за етичко известување, Декларацијата на принципи на Меѓународната федерација на новинарите и други етички рамки и документи што ги содржат нормите на професионално медиумско известување. Освен тоа, СЕММ е во редовна комуникација со Алијансата на независни совети за етика во медиумите на Европа (AIPCE), чија членка е од октомври 2015 година, како и со регионалната мрежа на совети за етика во медиумите MediaNethics, чиишто искуства и препораки овозможуваат полесно совладување на предизвиците во развивањето на саморегулацијата во државата.

50 Достапно на http://semm.mk/komisija-za-zalbi/formular

51 Членови 144, 173, 318, 319, 407, 417.

52 Сарачини и др, стр. 17.

53 Овде се наведени „Собранието на Република Македонија, работата на советите на општините и градот Скопје, во управна или судска постапка или пред народниот правобранител, пренесено мислење содржано во службен документ на Собранието на Република Македонија, Владата на Република Македонија, органите на управата, судовите или други државни органи, соопштение или други документи на меѓународни организации или конференции, соопштение или друг документ за информирање на јавноста издадени од надлежни државни органи, установи или други правни лица, соопштение или друг службен документ од истраги за сторени кривични дела или прекршоци".

54 „За новинар максималниот износ е 2.000 евра во денарска противвредност; за уредник или лице што го заменува износ до 10.000 евра во денарска противвредност; за правното лице износ до 15.000 евра во денарска противвредност".

55 Овие постапки можат да бидат предмет на застарување и се временски ограничени на 3 месеци од објавувањето.

си, крадење идентитет, злоупотреба на лозинка и креирање лажни профили“[56]. Во комуникацијата преку интернет и во Македонија сериозен проблем се објавувањето на дискриминаторски содржини и говор на омраза.

Од достапните анализи на состојбите во медиумите од Македонија, може да се согледа дека почитувањето на новинарските стандарди најчесто се нарушува на интернет порталите. Имајќи го предвид медиумското конвергирање, електронските и печатените медиуми своите содржини ги објавуваат и на интернет, така што и нивните проблематични содржини се проширувани и преку него.

Клучните постулати на етичкото и професионално информирање се заобиколуваат преку разни постапки кои се олеснети на интернет. Најчести аномалии се објави на написи без автор, непрецизни или затскриени извори на информации, отсуство на другата страна, недозволено преземање содржини и различни форми на манипулативно мешање на информации и коментари[57]. Информирањето наместо сервис за јавноста преминува во „информациска војна“ на разните групи во општеството и во таа борба медиумите се грубо инструментализирани за меѓусебна пресметка. Во ваков социо-политички контекст медиумите го запоставуваат јавниот интерес и стануваат интегрален дел од групите од интерес кои се борат за одредена моќ и позиции во општеството. Политичката пристрасност е во забележлив пораст, а позицијата на неутралност која го овозможува објективното информирање станува исклучок, наместо правило. Во содејство со нефункционалноста на јавниот медиумски сервис, игнорирањето или загрозувањето на јавниот интерес, стана доминантна практика.

Од прегледот на поплаки поднесени до Комисијата за жалби (КЖ) при Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ), најголем број од нив се однесуваат на написи и објави на онлајн медиумите[58]. Во периодот од 29 октомври 2014 до 20 март 2017 до СЕММ поднесени се 175 поплаки, од кои 106 се однесуваат на онлајн медиуми, или во 80 проценти од случаевите.

Во рамките на овие поплаки, кои содржат по неколку етички и професионални прекршувања, најголем број се однесува на „неточно известување“ (58), односно објава на лажни информации и дезинформирање, 38 случаи се пријавени како „дискриминација“, 35 поплаки се однесуваат на клевети, 31 поплака за говор на омраза, 29 поплаки за нарушување на приватноста, 6 за нарушување на честа и угледот, 5 за неетичко известување и 3 за авторски права. Забележително е дека најголем процент од поднесоците се од новинари и уредници на медиуми (28%), како и од невладиниот сектор (28%), додека политичарите (16%) и институциите (8%) поднесувале помалку поплаки.

Може да се воочи дека објавување на неточни информации, кои главно се појавуваат како „тенденциозно дезинформирање и пропаганда“, е најчеста појава во медиумите во Македонија. Манипулативното мешање на информации и дезинформации се користи за напад кон поединци, општествени групи или организации.

56 Сарачини и др. стр. 24.
57 „Кодексот на новинарите на Македонија во членот 4 пропишува дека новинарите можат да користат анонимни извори на информации во своите текстови, кога не се во можност експлицитно да наведат извор што застапува различно гледиште. Но во новинарската практика ваквата формулација се злоупотребува. Имено, изворите што се анонимни често се користат за да се објавуваат шпекулации, наместо да се обезбеди сеопфатно или целосно информирање на јавноста за различните аспекти на прашањето. Ова е практика особено во дел од онлајн-медиумите, за кои за кусо време се потврдува дека објавиле полувистини или лаги“, во Тахири, Адамчевски, стр. 13.
58 Според Тахири и Адамчевски, 2017

При преглед на поплаките може да се забележи дека непочитувањето на етичкиот кодекс е проширен на игнорирање не само на законски прописи, туку и на уставни одредби. На пример, во случајот „Фондација Метаморфозис vs republika.mk"[59] по објавата од медиумот на засегнатата страна не ѝ е дозволено право на демант[60].

Во случајот „Транспаренси интернешнел Македонија (ТИМ) vs порталот zhurnal.mk", комисијата за жалби на СЕЕМ утврдила дека медиумот искажал дезинформација и манипулација со тоа што неосновано ја обвинил организацијата за етничка дискриминација.

Во случајот „Шеќеринска vs Курир и неколку онлајн-медиуми", пратеник и потпретседател на политичка партија бил обвинет од медиум дека „ја кодоши Македонија кај странски дипломати" и дека „продолжува да работи против Македонија". Односниот текст не е потпишан, а бил пренесен од неколку други интернет медиуми[61]. Комисијата одлучила дека е прекршен Кодексот на новинарите во неколку члена, меѓу нив и членот 10 со објава на „материјал што има цел да шири непријателство или омраза, или кога постои голема веројатност дека објавениот материјал ќе предизвика непријателство или омраза спрема некого, поради неговата раса, етничка припадност, пол, вера, политичка припадност, сексуална ориентација, физички недостаток итн".

Народниот правобранител поднел жалба на 18 мај 2017 за напис на интернет изданието на дневен весник со дискриминаторска содржина[62]. Жалбата е усвоена како основана.

Во овие неколку случаи може да се забележи дека етичкиот принцип во известувањето на односните медиуми е целосно игнориран, а нивната општествена улога е сосема изместена и воопшто не е во функција на јавниот интерес. Медиумите не само што се приклонети кон одредени политички групации од општеството, туку мошне често се директно средство во политичката борба до тој степен што се служат со брутални методи на вербално напаѓање, обвинување и жигосување. Исто така, тие стануваат предводници и засилувачи на дискриминаторски говор и креатори на дискриминаторски наративи, како во наведениот случај од поплаката на народниот правобранител. Медиумите во ваков изместен контекст стануваат платформа за дифузија на негативни стереотипи, навреди и клевети.

Треба да се напомене дека во неколкуте случаи во кои политичари или политички партии[63] поднеле поплаки за неточно и неетичко известување, Комисијата одлучила дека се неосновани повикувајќи се на „загарантираната слобода на говор" и „Декларацијата на Комитетот на министри при Советот на Европа за слобода на политичка дебата во медиумите"[64]. Ваквите одлуки се на линија на ставот за посебниот статус на јавните функционери кои треба да бидат изложени на поголем степен на критички надзор, но во рамките на етичките принципи.

59 „Сорос исплаќал милиони долари пред избори на невладините во Македонија", интернет издание на неделник Република, 5.02.2017.
60 Устав на Р.М. член 16: Се гарантира правото на одговор во средствата за јавно информирање. Се гарантира правото на исправка во средствата за јавно информирање. Кодекс на новинарите, член 3: Новинарот ќе настојува да биде обезбедено објавување на исправка, деманти и одговор во случај кога ќе биде утврдена неточност на информацијата.
61 Нетпрес, Прес24, Денешен, Фаланга и Вистина, 8 и 10 ноември 2014.
62 „Начекаа на Велигден: Чергарите пак се вселија на кеј", интернет издание на дневен весник Вечер
63 „ДУИ vs Алсат-М", 19.6.2017, „Кабинет на Претседател на Р.М vs Слободен печат", 19.12.2017.
64 Совет на Европа, 12.02.2004.

Општествениот контекст има пресудно влијание за тоа со која зачестеност и во кои форми се јавуваат прекршувањата на етичките норми. Доколку нивното соодветно санкционирање отсуствува, се поттикнува култура на (зло)употреба на манипулативни техники.

> ***Во пролетта 2014 година неколку истакнати јавни личности (политичари, новинари, граѓански активисти) беа предмет на експлицитен говор на омраза на интернет-страница во сопственост на познат ТВ-водител. Во негов напис, полн со навреди кон нив, ТВ-водителот го повикуваше народот да се справи со посочените, доколку институциите не се справат со нив. Посочените на јавна прес-конференција поднесоа пријава до државниот јавен обвинител и го пријавија случајот и во полициска станица. Подоцна, пријавата што била проследена до основниот јавен обвинител во Скопје била отфрлена како неоснована[65].***

Говорот на омраза, дискриминацијата и повиците за насилство се испреплетени и често се надоврзуваат, доведувајќи ги во директна опасност оние кои се цел на ваквото медиумско таргетирање. Неказнивоста на овие прекршувања создава атмосфера која влијае овие аномалии да се повторуваат, пренесуваат и одомаќуваат како своевиден „вообичаен начин на борба со неистомислениците и различните групи во општеството“, и сите оние кои се на спротивната страна од нашите интереси и сфаќања. Неспроведувањето на законите и газењето на етичките принципи може да создаде општоприфатена култура на нетолеранција и конфликтуозност која може да ја наруши општествената стабилност.

65 Сарачини и др. стр. 17. Дополнително, „Граѓански активист постојан предмет на говор на омраза, по пријавата полицијата го прекорила“ (2015), „Текстови на активист посочени како „предавство“, повиците за насилство кон него несанкционирани“.

ГЛАВА 6

КЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА И ЗАКЛУЧОЦИ

Низ анализата на новинарството и етичките принципи во дигиталната ера согледавме дека тие се под влијание на многу надворешни фактори кои носат двојни промени, позитивни и негативни. Позитивните се очигледни и јавноста има директен пристап до голем број од нив: повеќе медиуми, повеќе информации, постојана достапност и отвореност за барање нови информации, прилагодени комуникациски канали, мултимедијални содржини, можности за објавување свои содржини, коментирање, споделување, оценување и различни други форми на партиципација. Негативните последици во медиумите од технолошко-општествените промени се посложени за разбирање и често се случува да станеме свесни за нив во многу доцни фази. Лажните вести, пропагандата, повредите на приватноста, нарушувања на авторските права, злоупотреби на анонимноста и други аномалии во дигиталната ера, се само видливиот врв на ледениот брег. Нивните причинители се бројни и сложени, а секаков обид да се справиме со овие проблеми и да најдеме одржливи решенија, бара подобро разбирање на сложените процеси зад нив.

Новата ера на дигиталните комуникации значеше значително изместување на позицијата која медиумите и новинарите ја имаа претходно како „четврта власт“ и „седма сила“. Системот во кој медиумите имаа најважна улога во функционирањето на средствата за масовна комуникација е минато. Денес медиумите и новинарите не се повеќе „чувари на портите“ (gatekeepers) на јавната комуникациска арена, туку се само еден дел од сè посложениот вмрежен систем за масовно комуницирање, а тие мора повторно да се изборат за своите позиции.

Ова секако не значи дека нивната општествена улога е надмината или неважна, туку дека таа е изменета и неопходни се суштински промени и прилагодувања. Денешните медиуми се фокусирани на прилагодувања и промени најмногу во наоѓање нови економски модели и извори на приходи кои ќе им помогнат да опстојат на медиумскиот пазар, додека другите области каде е неопходно прилагодување се главно запоставени. Токму во оваа празнина се крие клучната улога на новинарската етика: професионалното и етичко новинарство е вистинскиот пат кон враќање на загубените позиции, а преку тоа и пронаоѓање на оддржливи економски модели. Одговорни медиуми, кои во згуснатата арена на објавувачи и препродавачи на информации, треба ја заземат улогата на одговорен и професионален чинител во собирање и дистрибуција на информации. Дигиталните платформи и зголемената конкуренција на произведувачи на информации, треба медиумите да ги мотивира поцврсто да се држат до професионализмот и етиката на својата професија, а не да ја запоставуваат заради краткорочни цели и профит. Почитувањето на етичките стандарди е клучен причинител за стек-

нување на довербата на јавноста, додека придржувањето до професионалните стандарди го обезбедува квалитетот на информациите кои тие ги произведуваат и дистрибуираат.

Новинарите и во дигиталната ера треба да бидат професионални комуникатори и предводници во етичката употреба на информациите. Технолошкиот развој постапно ќе ја зголемува потребата од нејзина етичка и хумана употреба, додека човечките вредности треба да го водат технолошкиот развој, а не да го следат. Ова е правило кое ќе важи и за информирањето.

За новинарската работа клучни социолошки фактори се политичката и медиумската култура. Кога тие затајуваат и не се на доволно ниво, проблемите во работата на медиумите стануваат побројни и посложени. Во случаи кога политичката и медиумската култура се во содејство со нефункционален медиумски пазар, или пазар кој не е заснован на конкурентска основа која промовира квалитет, тогаш проблемот станува уште посложен. Во македонски медиумски контекст секој од овие фактори негативно придонесува за бројните проблеми во сферата на етичкото и професионалното информирање. Медиумите се изместени од својата општествена позиција да ги опслужуваат граѓаните со квалитетни информации неопходни за демократскиот и пазарен економски процес. Поради низа општествено-економски фактори тие се подложени на надворешна политичко-економска контрола и стануваат инструмент во борба на надворешни центри за моќ и профит. Во таа смисла, покрај изнаоѓање на одржливи бизнис модели во работата на медиумите, неопходна е и надворешна помош од општеството на полето на медиумската писменост и медиумското образование. Злоупотребите во информирањето ќе се случуваат сè додека тие имаат ефект, така што секое вложување во медиумската едукација значи цврста брана кон медиумските манипулации.

Составен и суштински фактор за етичко и професионално новинарство е владеење на правото и примена на законите. Кога институциите не ја вршат својата работа во делот на примена на релативно квалитетните законски решенија, целиот медиумски систем се изместува од својата улога. Несанкционирањето на злоупотребите влијае тие да се прошируваат и да ја поткопуваат довербата во новинарството во целина. Непримената на законите во Македонија е поширок општествен проблем и потребни се соодветни активности и мерки на институционален и образовен план, како и во граѓанскиот сектор. Треба да се напомене дека непримената на законите често се должи на опстојување на закоравен паралелен систем на непишани закони (од идеолошка, политичка и економска природа, како и непотизам и корупција), кои влијаат да се одржува култура на непримена или селективно применување на законите. Овие системи на неформална контрола борејќи се за своите тесни интереси го опструираат спроведувањето на законите и му штетат на јавниот интерес.

Понатамошниот развој на саморегулирањето на медиумите треба да понуди дополнителна заштита од политички и други притисоци, но и практична разработка на саморегулирањето со цел поголема инклузивност и поддршка во медиумите. Довербата во медиумите тешко се добива, а лесно и брзо се губи. Ова треба да биде прв потсетник за новинарите колку нивната работа е одговорна и важна. Придржувањето до етичкото новинарство е нивна основна алатка во макотрпниот процес за стекнување и одржување на довербата. Исто така, неопходно е професионално лидерство кое ќе влијае да се подигнат стандардите во новинарството. Промоција на успешни медиуми кои водат сметка за етичките принципи, квалитетните информации и професионалните стандарди, е препорачлив модел како позитивните пракси и решенија да послужат како модел

за работа кој пошироко би бил прифатен и од онлајн-медиумите. Етичките принципи на успешните медиуми треба да влијаат врз останатите медиуми, а не како што е тоа почест пример, лошите и не-етички пракси во онлајн медиумите да се пренесуваат кај другите медиуми.

Моделот на професионално лидерство кај медиумите кое позитивно ќе ги афирмира етичките принципи подразбира и инклузивност која може да се обезбеди преку отворање на поширока јавна дебата во општеството за етичките принципи и норми во новинарството. Инклузивноста покрај дебатите треба да вклучи поширок дијалог кој може да се зацврсти преку професионална соработка, истражувачки проекти, обуки, издавачки дејности и други активности во оваа насока. Јасно е дека интегрирање на дел од онлајн медиумите со своја потесна политичка или бизнис агенда не е реално, но во такви услови доста е да се исцрта јасна диференцијација на медиумите кои се држат до етичките принципи и оние кои не водат грижа за нив. На тој начин јавноста ќе има можност да препознава вредности и да одлучува од кои медиуми сака да се информира.

Во практична смисла неопходно е редефинирање на основните концепти какви што се објективноста, балансот и неутралноста. Брзината на објавување во 24 часовен циклус не може да биде изговор за неточни, еднострани и пристрасни информации. Дигиталните платформи и хипертекстот нудат редица можности написите на интернет да се обновуваат и ажурираат во реално време, а новинарите се должни да го информираат корисникот во која фаза на оформување и потврдување се вестите. Транспарентноста кон јавноста е исклучително важен етички принцип затоа што директно влијае врз процесот на развивање доверба кон новинарите и медиумот.

Во делот на присуство на социјалните мрежи и коментирањето, новинарите имаат слобода да ги искажуваат своите ставови на разумен и етички начин, ставајќи го во фокус јавниот интерес, хуманоста и човечкиот интегритет. При користењето на информации и материјали од интернет и социјалните мрежи новинарите мора беспрекорно да ги применуваат етичките начела, бидејќи низ овој процес можат неповратно да ја загубат довербата од корисниците и јавноста.

Опасностите од злоупотреба на информации и повреди на човечките права се очекува во иднина да се зголемуваат. Новите технологии во голема мера го олеснуваат масовното директно и следењето на т.н. „мета-информации“. Поучени од искуствата на Викиликс и аферата со масовното прислушување во Македонија обзнанета во 2015 година, медиумите и новинарите треба да ја прифатат улогата на заштитници на човековите права со навремено откривање и сигнализирање за евентуални злоупотреби. Новинарите и медиумите мора да имаат клучна улога во спречување новите комуникациски технологии да се развиваат во своевиден „дигитален паноптикон[66]“.

Проблемот со т.н. „лажни вести“ ќе беше невозможен за изведување без онлајн медиумите и социјалните мрежи. Информациите на интернет лесно се умножуваат и дисперзират, но во исто време лесно и се „клонираат“, односно се креираат „симулирани медиумски содржини“, кои наликуваат на новинарски написи, а всушност се средство за дезинформирање и манипулација. Неопходни се дополнителни истражувања и едукација на новинарите и јавноста како да се спречат манипулациите од овој тип.

66 https://goo.gl/8oBkxx

ПРЕПОРАКИ

- Етичките принципи не се менуваат со промена на медиумот – се разликуваат само начините и практичните методи како тие се исполнуваат.

- Се препорачува ревизија на Етичкиот кодекс на новинарите и одредбите кои имаат поголемо значење за онлајн новинарството, особено во делот на вистинитост, веродостојност на информации и заштита на авторските права и приватноста. Потребен е етички кодекс кој ќе биде инклузивен за сите платформи на кои се дистрибуираат информации од јавен карактер.

- Новинарите и во ситуации кога за тоа не се предвидени законски санкции треба при известувањето да одбегнуваат „репродукција на дискриминациски содржини и говор на омраза“ низ текст и визуелна содржина, кои на интернет можат да бидат извадени од контекст, преработени и преобјавени. Овие етички прерогативи можат да се инкорпорираат и во Законот за граѓанска одговорност.

- Се препорачува зајакнување на само-регулацијата со практична разработка на дополнителни активности кои ќе овозможат нејзина поширока поддршка. Покрај членување во само-регулаторни тела неопходен е поширок дијалог во медиумската заедница проследен со инклузивни активности, обуки, собири и други сродни форми на соработка. Во комплексниот универзум на онлајн медиуми целосната интеграција на сите медиуми во саморегулаторните тела веројатно не е можна, но диференцијацијата на професионалните медиуми од „хибридните медиуми со тесни агенда кои му штетат на јавниот интерес“ е корисен исчекор во вистински правец.

- Важен е принципот на професионално лидерство при кое успешни медиуми кои ги применуваат етичките принципи и новинарски стандарди ќе бидат признаени и истакнувани во медиумската заедница. Целта на ова е проширување на употребата на етичките принципи во останатите онлајн медиуми по пат на следење на успешна формула на новинарско работење и промовирање на етичките принципи.

- Брзината на онлајн информирањето не може да биде изговор за пренесување неточни и непотврдени информации. Читателот мора да биде информиран за фазите и контекстот на оформување на веста. Информациите кои не се потврдени, а се објавуваат поради важноста или ургентноста, мора јасно да бидат означени како непотврдени и што поскоро да бидат ажурирани.

- Новинарите мораат да го задржат принципот на транспарентност кон читателите и во онлајн сферата, особено во поглед на авторството, изворите, балансираноста и неутралноста. Обемноста на информациите и различните извори не може да биде причина или изговор за неприменувањето на основните новинарски принципи.

- Новинарите имаат слобода да ги искажуваат своите ставови на социјалните мрежи на разумен и етички начин, ставајќи го во фокус јавниот интерес, хуманоста и човечкиот интегритет. Ставовите на новинарите треба да бидат мотивирачки за граѓански интерес и учество во јавните работи. Довербата во медиумот е тесно поврзана со довербата во новинарите кои работат во конкретните медиуми.

- Користењето на содржини и материјали од социјалните мрежи, вклучително фотографии и видео снимки, мора да биде во согласност со етичките принципи и социјални норми на морално однесување, и да биде во правец на јавниот интерес, а не кон сензационализам и нарушување на приватноста. Авторските права и сопственост, приватноста и дозволата за пренесување се минималните обврски кои мора да се почитуваат.

- Употребата на визуелни материјали мора да биде внимателна и целосно во согласност со етичките принципи. Таа мора да води сметка за авторството, контекстот и приватноста.

- Вестите и информациите објавени на интернет лесно стануваат повод за малициозно коментирање и говор на омраза. Медиумите на своите веб-страници и на социјалните мрежи треба да практикуваат пост-модерација која ќе ги отстранува овие содржини.

- Традиционалните медиуми треба да ја прифатат реалноста на новиот медиумски еко-систем и да вложуваат повеќе во материјални и човечки ресурси за креирање квалитетни содржини прилагодени за онлајн платформите. Ова нужно подразбира и преструктуирање на редакциските состави и позиции.

- „Консолидацијата на медиумскиот пазар“ е еден од клучните предуслови за примена на професионалните стандарди и етичките принципи. Фер пазарен натпревар на медиумите насочен кон создавање квалитетни содржини во функција на јавниот интерес е неопходниот модел во кој медиумите треба да ја извршуваат својата вистинска улога во општеството. Надлежните институции мора да обезбедат услови за пазарно работење на медиумите во кој приоритетот ќе биде квалитетот на медиумскиот производ и кој ќе биде во служба на јавниот интерес.

- Владеењето на правото и примената на законите е од суштинско значење за функционирање на медиумите. Само-регулаторните тела треба да имаат проактивен однос во регистрирање на аномалиите и во вложување легитимен јавен притисок врз институциите да ги применуваат законите. Во таа насока, неопходни се финансиски одржливи решенија за функционирање на саморегулаторните тела.

БИБЛИОГРАФИЈА

Chausidis, Tamara (2014), *Flash Report 4: Macedonia*, [онлајн] достапно на https://goo.gl/kjQqUQ пристапено на 25.01.2018.

Diaz-Campo, J., и Segado-Boj, F. (2015), "Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted tothe Internet and ICTs in countries around the world", Telematics and Informatics [онлајн] достапно на: https://goo.gl/eL1V99 пристапено на 13.01.2018.

Ess, Charles (2009), *Digital Media Ethics*, Cambridge: Polity Press.

Ethic Net, Journalism Ethics [онлајн], достапно на https://goo.gl/AE2u2i пристапено на 24.01.2018.

Floridi, L. (2013), *The Ethics of Information*, Oxford, Oxford University Press.

Good, Jeff (2002), A Gentle Introduction to Metadata, University of Berkley [онлајн] достапно на https://goo.gl/UiBKhF пристапено на 4.02.2018.

Horner, S. David (2015), *Understanding Media Ethics*, SAGE, London.

Internet Society (2017), *Global Internet Report – Paths to Our Digital Future* [онлајн] достапно на https://goo.gl/nndDtt

Kieran, Mathew (ed.) (2002) *Media Ethics*, Routledge, London and New York.

Николовски, Јанко (2005), *Европски медиумски стандарди*, Книгоиздателство МИ-АН, Скопје.

Ричлиев, Зоран (2017), *Препораки за зголемување на интегритетот и професионалноста на онлајн медиумите*, Здружение на новинари на Македонија [онлајн] достапно на https://goo.gl/dtLmeu пристапено на 13.01.2018.

Ричлиев, Зоран (2017), *Препораки за одговорни онлајн медиуми*, Здружение на новинари на Македонија, [онлајн] достапно на https://goo.gl/j8Jo8J пристапено на 13.01.2018.

Сарачини, П., (ур.) и други (2015), *Македонија во дигиталната ера – меѓу правата и одговорностите при комуницирањето на интернет*, МИМ, Скопје [онлајн] достапно на: https://goo.gl/XrazgE на 20.01.2018

Siapera, Eugenia и Veglis, Andreas (уредници, 2012), *The Handbook of Global Online Journalism*, John Wiley & Sons, Inc.

Совет на Европа (2016), *Препорака ЦМ/Рец*, Комитет на министри, 13 април 2016.

[онлајн] достапно на: https://goo.gl/Na6tMs пристапено на 13.01.2018.

Совет на Европа (2011), *Препорака ЦМ/Рец*, Комитет на министри, 21 септември 2011 [онлајн] достапно на: https://goo.gl/i7J1bW пристапено на 13.01.2018.

Совет за етика во медиумите на Македонија - СЕММ (2017), *Саморегулација или регулација на интернет-медиумите во Македонија*, Скопје.

Тахири, Сефер и Адамчевски, Мирче (2017), *Известување во интерес на јавноста - Заштитата на етичките принципи на известувањето низ работата на Комисијата за жалби и поплаки*, Совет за етика во медиумите на Македонија (СЕММ), Скопје.

The Canadian Association of Journalists, "Ethics Guidelines", [online] достапно на https://goo.gl/t6B1Ea пристапено на 13.01.2018.

Хулин, А. и Стон, М., (уредници, 2017) *Водич за саморегулација на онлајн медиумите*, ОБСЕ, Виена [онлајн] достапно на https://goo.gl/Hht9Pv пристапено на 13.01.2018.

Wards, Stephen J.A., *Digital Media Ethics*, Center for Journalism Ethics [онлајн] достапно на https://goo.gl/ZtK7MM пристапено на 17.01.2018.

Wilkins, Lee and Glifford, Christians (2009), The Handbook of Mass Media Ethics,Routledge, London and New York.

White, Aidan (уредник), *The Trust Factor*, Ethical Journalism Network, London, United Kingdom.

ЗА АВТОРОТ

СЕАД ЏИГАЛ е магистер по комуникации и работи како асистент на Факултетот за комуникации при „Меѓународниот Балкански универзитет“ во Скопје. Предава „Вовед во социјалните медиуми“, „Визуелна комуникација“ и „Теорија на социјалните медиуми“. Својата магистерска теза на тема „Разликите во телевизиските вести на програмските сервиси во Македонија“ ја одбранил на „Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања“ во Скопје во 2010 година. Член е на редакцијата на списанието „Културен живот“ и објавил над триесеттина стручни текстови во домашни и меѓународни списанија.

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 пошироката 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.

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА: НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

ДОКУМЕНТ ЗА ЈАВНИ ПОЛИТИКИ

British Embassy
Skopje

ИНСТИТУТ
ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ