

РЕГУЛАТИВА ЗА МЕДИУМСКО ПОКРИВАЊЕ НА ИЗБОРНИТЕ КАМПАЊИ**Андон Мајхосев**

Вонреден професор на Правниот факултет при Универзитетот "Гоце Делчев"-Штип

E-mail: andon.majhosev@ugd.edu.mk

Сузана Џамтоска-Здравковска

Доцент на American University of Ras Al Khaimah, United Arab Emirates.

E-mail: suzana.dzamtoska@hotmail.com

Апстракт

Изборите се сложен, противречен и одговорен политички процес, па затоа медиумите треба да бидат многу внимателни кога известуваат за нив. Медиумите мора да се однесуваат на општествено одговорен начин, а тоа подразбира дека тие треба да се однесуваат непристрасно, правично и да имаат балансирано медиумско покривање на изборниот процес. За време на изборите медиумите мора да обезбедат претставување на што поголем број на кандидати и политички субјекти (партии). Овие правила се однесуваат на радиодифузните медиуми, додека печатените медиуми тоа треба да го обезбедата согласно етичките стандарди и саморегулацијата. Секои избори се тест за демократијата и демократските вредности во општеството, но тие се тест и соочување за партиските програми.

Покривањето на изборите е многу важен сегмент од слободата на изразување. Покривањето на изборите не подразбира само известување за изборната кампања и одржаните партиски митинзи. Тоа подразбира и известување за сите различни мислења и ставови на политичките субјекти кои секогаш се спротивставени. Изборите се важен аспект на демократијата во една држава. Од начинот на организирање и спроведувањето на изборниот процес се создава перцепција во јавноста за демократскиот капацитет на една држава.

Изборите не се одвиваат во правен вакуум. Тие се спроведуваат врз основа на меѓународни инструменти кои ги детерминираат стандардите според кои треба да се организираат и спроведуваат изборите. Меѓународните стандарди на регулативата за медиумско покривање на изборните кампањи поголем дел од демократските држави во светот ги имаат имплементирано во сопственото национално законодавство, меѓу кои и Република Македонија.

Основно истражувачко прашање во трудот е Дали изборното законодавство во Република С. Македонија е согласно со законодавството на ЕУ и меѓународното изборно право? До одговор на поставеното прашање ќе дојдеме преку анализа на националната и меѓународната изборна легислатива, применувајќи ги методите на анализа на содржина и правниот метод.

Клучни зборови: *медиуми, новинар, регулатива, изборна кампања*

REGULATION FOR MEDIA COVERAGE OF ELECTION CAMPAIGNS

Andon Majhoshev

Associate Professor at the Faculty of Law, University "Goce Delcev" – Stip
E-mail: andon.majhosev@ugd.edu.mk

Suzana Dzamtoska-Zdravkovska

Assistant Professor of American University of Ras Al Khaimah, United Arab Emirates
E-mail: suzana.dzamtoska@hotmail.com

Abstract

Elections are a complex, controversial and responsible political process, so the media should be very careful when reporting on them. The media must act in a socially responsible manner, which means that they should behave impartially, fairly and have a balanced media coverage of the election process. During elections, the media must ensure representation of as many candidates and political subjects as possible. These rules apply to broadcast media, while printed media should provide it in accordance with the ethical standards and self-regulation. Every election is a test of democracy and democratic values in a society, but it is also a test and confrontation of party programs.

Covering elections is a very important segment of freedom of expression. Covering elections does not only mean reporting on election campaigns and holding party rallies. It also includes reporting on all the different opinions and attitudes of political subjects that are always opposed to one another. Elections are an important aspect of democracy in a state. Public perception of the democratic capacity of a state is created from the way of organizing and conducting the election process.

Elections do not take place in a legal vacuum. They are conducted based on international instruments that determine the standards by which elections should be organized and conducted. International standards for the regulation of media coverage of election campaigns have been implemented by most democratic states in the world in their own national legislation, including the Republic of Macedonia.

The basic research question in the paper is whether the electoral legislation of the Republic of Northern Macedonia is in line with European and international electoral law. The answer to this question will come through an analysis of national and international electoral legislation, using the method of analysis and the legal method.

Key words: *media, journalist, regulation, election campaign.*

Вовед

Основната функција на медиумите во современото општество е да информираат, а со тоа и влијаат и на формирањето на јавното мислење. Преку големиот број на различни медиуми граѓаните имаат пристап до различни информации, ставови и идеи кои им овозможуваат да формираат свое мислење за прашања од големо значење за нив и да учествуваат во јавниот живот и во процесот на владеење.

Можноста слободно да се изразат и соопштат различни политички гледишта е многу значајна за изборниот процес и демократијата. Ова подразбира, дека за време на изборите, освен политичките субјекти од власта, исто така, и политичките субјекти од опозицијата треба да имаат еднаква можност преку масовните медиуми да ги соопштат своите политички ставови и идеи. Слободното соопштување на гледиштата и ставовите за најважните општествени прашања за време на избори, може да развие добра дебата помеѓу политичките партии и кандидатите, при што гласачите ќе можат изворно да ги слушнат ставовите на политичките субјекти и да се определат за кој ќе гласаат.

Таа улога на медиумите доаѓа до израз за време на изборните кампањи, кога на политичките партии им е потребен јавен простор за водење политичка дебата за да им ги претстават на избирачите своите ставови и предложените кандидати. Поради тоа, медиумите мора да се однесуваат на општествено одговорен начин, што подразбира дека и тие мора да исполнат некои обврски заради правична, непристрасна и урамнотежена медиумска покриеност на изборната кампања. Истовремено, тоа подразбира дека за време на изборите медиумите мора да настојуваат да претстават што повеќе различни политички ставови и мислења и да обезбедат објективно, непристрасно и урамнотежено известување за сите политички субјекти во изборната кампања. Овие правила важата за радиодифузните медиуми, додека печатените медиуми и онлајн медиумите треба да го реализираат тоа согласно со етичките стандарди на новинарската професија и Етичките кодекси.

1. Непристрасност и одбегнување на политичките предрасуди како важни професионални стандарди

Непристрасноста не е само доблест туку и професионален стандард на новинарската професија. Од разни причини (политички, економски, религиозни, семејни), новинарите и медиумските куќи знаат понекогаш да заземат страна, односно да бидат пристрасни. Непристрасноста на новинарот подразбира дека тој не треба да припаѓа на ниту една страна во информирањето на јавноста. Тој, пред се, треба да биде неутрален, односно настанот да го прикаже реално како што се случил врз основа на факти и аргументи. Коментирањето на настанот може да ја изгуби непристрасноста. Новинарот своите ставови може да ги искаже и во коментар. Ваквиот пристап не ја губи непристрасноста ниту вредносната ориентација. Настаните подлежат на логиката на непристрасноста, а во коментарите доаѓа до израз вредносните судови.¹ Непристрасноста не значи дека новинарите немаат свое убедување и склоност. Непристрасните новинари настаните ги прикажуваат врз основа на факти и вистина. Колку е важна непристрасноста за новинарската професија го потенцираат и самите медиумски куќи

¹Чедомир Чупиќ, *Медијска етика и медијски линч*, Чигоја штампа, Београд, стр. 21.

во своите кодекси. Така во *Producers Guidelines BBC* стои дека “најважна вредност во сите програми е почитувањето на непристрасноста”.² Непристрасноста опфаќа чесност, ненаклонетост и рамнотежа во информирањето. Непристрасноста не значи целосна “вредносна неутралност”. Генерално нема вредносна неутралност. Секој човек, па и новинарот како професионалец поаѓа од вредностите и вредносниот систем на општеството во кое тој живее кога формира став за нешто. Ако поаѓа од универзалните вредности како основно мерило, тогаш тој, како човек и новинар се ориентира на најдобар начин, каде универзалните вредности и критериуми се главна водилка во однесувањето на новинарите.

Политички и други предрасуди на новинарот: Констатиравме дека еден од професионалните стандарди на новинарската професија е непристрасноста, објективноста и неутралност. Новинарите од разни причини (политички, економски, религиозни, социјални) понекогаш знаат да бидат пристрасни во известувањето. Пристрасноста е тенденција настаните да се интрепретираат на начин кој оди во прилог на ставовите кои новинарот ги прифаќа или не оди во прилог на ставовите (гледистето) кои новинарот не ги прифаќа.

Предрасудите можат да бидат свесни или подсвесни. Многу новинарски извештаи (радио, телевизија, печатот) се посветени на високи политички личности, во кои може да се насети дека авторот на прилогот или новинарската агенција е наклонет кон оваа или онаа политичка опција, иако тие постојано потенцираат дека јавноста ја информираат непристрасно.

Предрасудите на новинарите се манифестира и на други начини, како на пример: изборот на темата за која ќе се пишува или нема да се пишува, изборот на снимката и фотографијата во која се гледа како некој изгледа (добро или лошо), изразот на лицето на новинарот кога зборува за настанот, со осмев кога тој зборува за работи што тој ги одобрува, или со израз на омаловажување кога зборува за успехот на индивидуата, политичката партија или движењето со кој не се сложува, изборот на пратечката музика која може да има несвесно дејство на слушателите и гледачите, како и многу други средства кои подсвесно можат да ги насочат мислењето на јавноста во насока на новинарските предрасуди.

Од професионална гледна точка пристрасноста на новинарите во известување е морално недопустливо. Вистинито известување не е само точно интрепретирање на фактите, туку и пренесување на фактите без претерано изнесување на сопствено мислење за вредностите на тие факти. Известувајќи за фактите на пристрасен начин, чија вистина не е спорна, новинарот доаѓа во судир со мисијата на професијата да известува за фактите.

2. Меѓународна регулатива за изборите

2.1 Акти на ООН

Правото на демократски избори е уредено со неколку меѓународно правни инструменти на ООН, меѓу кои: Универзалната декларација за човековите права и Меѓународниот пакт за граѓански и политички права.

Во чл. 21 од Универзалната декларација за човековите права на ООН од 1948 година се гарантира и правото на секој граѓанин да учествува во управувањето со

²*BBC Producers Guidelines*, BBC, London, str. 14.

земјата и пристап до јавните служби преку слободни избори. Во наведениот член (21) од Универзалната декларација стои дека:

- 1) секој има право да учествува во управувањето со неговата земја, непосредно или преку слободно избрани претставници.
- 2) Секој има право на еднаков пристап кон јавните служби во неговата земја
- 3) Волјата на народот ќе биде основата на власта, волјата на народот ќе се изразува на повремени и автентични избори, кои ќе се одржуваат со универзално и еднакво право на глас и со тајно гласање или според соодветните процедури на слободно гласање.

Во чл. 25 од Меѓународниот пакт за граѓански и политички права на ООН од 1966 година, стои, дека:

а) секој има право да учествува во спроведувањето на јавните работи, непосредно или преку слободно избрани преставници/чки;

б) секој има право да гласа и да биде избран на периодични, автентични избори, кои ќе бидат со универзално и еднакво право на глас и ќе се одржат со тајно гласање, се гарантира со слободно изразување на волјата на избирачите;

в) секој да има пристап, со општите услови на еднаквост, во јавните служби во неговата земја.

2.2 Акти на Советот на Европа

2.2.1 Европска конвенција за човековите права

Актите на Советот на Европа имаат фундаментално значење во поставувањето на законската регулатива за медиумско покривање на изборните кампањи на одделни држави-членки на Советот на Европа. Секоја правна рамка за уредување на медиумското покривање на изборните кампањи мора да го почитува основното право на слобода на изразување, утврдено со чл. 10 од ЕКЧП.

Прв документ со кој Советот на Европа ги утврди основните стандарди за покривање на изборните кампањи од страна на медиумите е Препораката R (99) 15 за мерките поврзани со медиумско покривање на изборните кампањи.³ Во неа се инсистира на почитување на принципот на правичност, баланс и непристрасност во покривањето на изборните кампањи од страна на медиумите за време на сите видови на избори што се одржуваат во државите членки на Советот на Европа.⁴ Принципите утврдени во Препораката R (99)15 се реafirмирани во и во Препораката Res (2007) на Комитетот на министри, усвоена во 2007 година.

Советот на Европа дава препорака за неколку прашања како на пример за изборниот молк, објавувањето на резултатите од анкети на јавното мислење поврзани со изборите и правото на одговор и исправка. Советот нагласува дека секоја држава треба самостојно да одлучи дали во своето законодавство ќе утврди период на изборен молк, кој вообичаено е 24 часа пред почетокот на гласањето. Во однос на објавувањето на резултати од анкети на јавното мислење поврзани со изборите, изборното законодавство на државите членки треба да содржи одредби кои ќе прецизираат дека

³ Recommendation No. R (99)15 on measures concerning media coverage of election campaigns, достапно на http://www.coe.int/t/dghl/standard_settings/media/Doc/CM_en.asp

⁴ Изборните кампањи се однесуваат на претседателските, парламентарните, регионалните, локалните и на референдуми.

медиумите треба да ги прикажат резултатите од анкетите на непристрасен начин, дека треба да бидат објавени сите информации: како е реализирана анкетата (кој ја наредил, кој ја спровел, кога била спроведена и колку испитаници се опфатени), така што јавноста ќе може самостојно да процени дали податоците се веродостојни и релевантни.

За правото на одговор и исправка за време на изборите, Советот препорачува за време на избори дека е од исклучително значење ефикасното и брзо остварување на ова право поради краткото траење на изборната кампања.

Според принципите врз која е поставена Конвенцијата, земјите потписнички имаат примарна одговорност за нејзината примена, односно за заштитата на човековите права и слободи кои со неа се гарантирани. Европскиот суд за човекови права има улога на контролен механизам кој го набљудува спроведувањето на Конвенцијата. Овој суд во своето долгогодишно постоење и функционирање има донесено повеќе пресуди кои се однесуваат на заштитата на слободата на изразување за употреба на зборови со пренагласени груби изрази, но степенот на заштитата зависи од контекстот и целта на критиката. Такви се случаевите Трогер Трогерсон против Исланд, кој полицајците при преземањето на една полициска акција ги нарекол "*сверови во униформа*" и "*луѓе чие ментално ниво е како на новороденче*".

2.2.2 Акти на Европската унија

ЕУ во своите акти ја нагласува важноста на слободата на изразување и нејзината заштита, особено за време на избори. Основен акт на ЕУ е Повелбата за фундаментални права во кој се утврдени заедничките европски вредности и принципи. Слободата на изразување како темелен принцип е заштитена со членот 11 на Повелбата, каде е нагласено дека таа ги подразбира слободата на мислење и слободата на примање и пренесување на информации, без право на државната власт да се меша во нејзиното остварување. Во ставот 2 на овој член експлицитно се гарантира слободата и плурализмот на медиумите како темелна европска вредност.

3. Регулатива за изборите во Република Македонија

Националната регулатива за изборите ја сочинуваат повеќе закони и саморегулативни акти од кои најважни се: Изборниот закон, Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Законот за медиуми, Етичкиот кодекс на ЗНМ, Повелбата за етичко известување на медиумите за изборите за време на кампања, Правилник за за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања, усвоен од Советот за радиодифузија на Република Македонија во 2009 година и др.

3.1 Изборен законик

Улогата на медиумите во изборите во Република Македонија е уредена со Изборниот законик⁵, кој во неколку наврати беше изменет и дополнет. Законикот, изборната кампања ја дефинира како *јавно собирање и други јавни настани*

⁵ДИК, 2016, Изборен законик на Република Македонија: <http://www.sec.mk/izboren-zakonik/>

организирани од политички партии и независни кандидати, и кампањата опфаќа "јавно истакнување на плакати и видеопрезентации на јавни места, изборно медиумско претставување, дистрибуција на печатени материјали и јавно претставување на потврдените кандидати од Државната изборна комисија(ДИК)."

Според Законикот, изборната кампања започнува 20 дена порано, а престанува 24 часа пред денот на изборите. Последните измени на Законикот предвидуваат за време на изборната кампања радиодифузерите кои ги покриваат изборите да можат да емитуваат вкупно 18 минути дополнително време за рекламирање на реален час емитувана програма исклучиво наменети за платено политичко рекламирање, од кои за политичките партии на власт можат да одвојат најмногу осум (8) минути, за политичките партии во опозиција кои се застапени во Собранието на РМ можат да одвојат најмногу осум (8) минути, за политичките партии во Собранието на РМ кои немаат пратеничка група можат да одвојат една (1) минута, а за политичките партии кои не се застапени во Собранието на РМ можат да одвојат една (1) минута.

3.1.1 Известување во вестите за резултатите од анкетите на јавното мислење

Испитување на јавното мислење е составен дел на изборниот процес. Во државите во транзиција објавувањето на резултати од изборни анкети често се користи да се влијае врз мислењето на избирачите, особено ако се назначени од организации кои се блиски до одредена политичка партија. Од тие причини, во изборната регулатива се утврдуваат строги правила и процедури како да се објавуваат резултатите од анкети на јавното мислење спроведени за време на избори. Испитувањето на јавното мислење може да биде организирано од страна на медиумите, политичките партии. Повеќето испитувања на јавното мислење што се организирани од медиумите се засновани на моделот кој води, а кој губи. Новинарите треба добро да ги познаваат основните техники за испитување на јавното мислење, со цел правилно да се анализираат и толкуваат податоците добиени од анкетите. Резултати од испитување на јавното мислење поврзани со изборите, медиумите можат да објават пет дена пред одржување на изборите при што се должни:

- да го наведат името на назначателот и плаќачот на анкетата;
- да го наведат името на институцијата што го извршила испитувањето
- применетата методологија;
- големината и структурата на испитаниот примерок и
- периодот во кој е спроведено испитувањето.

Резултатите од анкетите спроведени на самиот ден на изборите не можат да се објават пред завршувањето на гласањето, односно пред 19,00 часот.

3.1.2 Јавниот сервис и изборите

Јавниот сервис за време на изборите мора да обезбеди: непристрасност во однос на ниту една политичка партија или кандидат, како и еднаков пристап до медиумите за сите кандидати и партии кои учествуваат на изборите. Исто така, јавните сервиси треба

да обезбедат балансирано и рамномерно покривање на партиските митинзи, независно од тоа дали станува збор за позиција или опозиција, или големи и мали политички партии.

За време на изборна кампања, Јавниот радиодифузен сервис (МРТ) е должен да обезбеди рамноправен пристап во информативната програма, при што 30% од времето да емитува дневни настани од земјата и светот, 30% од времето за активностите на политичките партии на власт, 30% од времето за активностите на политичките партии во опозиција и 10% од времето за активностите на политичките партии кои не се претставени во Собранието на РМ.

Од денот на распишување на изборите до изборниот молк Јавниот радиодифузен сервис е должен да организира дебатни емисии на најголемите политички партии од власта и опозицијата, како и на останатите учесници во изборниот процес. Јавниот радиодифузен сервис не смее да емитува платено политичко рекламирање.

3.2 Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Една од основните цели на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е да се обезбеди промовирање слободата на изразување како основно човеково право.⁶ Исто така, во Законот се дефинирани надлежностите на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (ААВМУ), каде меѓудругото стои дека Агенцијата ја поттикнува слободата на изразување,⁷ односно се грижи за заштита и развој на плурализмот на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги. Согласно одредбите на Законот, за време на изборна кампања радиодифузерите се должни да ги почитуваат прописите со кои се регулираат изборите во Република Македонија.⁸

3.3 Закон за медиуми

Во Законот за медиуми постојат два члена кои се поврзан со изборите. Станува збор за начинот и условите на објавување на исправка, односно одговор на објавена информација.

Во време на изборен процес исправката мора да биде објавена во првото следно издание, односно првата следна програма од ист вид веднаш по примањето на исправката.⁹ Исправката мора да биде објавена во рок од два дена од доставувањето на барањето во првиот нареден број, ако се работи за периодични изданија или во друг медиум, ако се работи за не периодична публикација.

3.4 Етичкиот кодекс на новинарите и изборите

Не постои посебна новинарска етика за изборите, туку сите професионални стандарди и начела кои важат во секојдневното работење важат и за изборите. Покривањето на изборите е важен сегмент од слободата на изразување. Селективното

⁶ Види чл. 2 став 1 алинеја 2;

⁷ Види чл. 5 став 1 алинеја 2

⁸ Види чл. 96 од Законот за ААВМУ (Сл. весник бр. 184/2013 и Сл. весник бр. 13/2014);

⁹ Види чл. 19 од Законот за медиуми (Сл. весник бр. 184/2013 и Сл. весник бр. 13/2014);

или пристрасното покривање на изборите е спротивно на демократските принципи и вредности, но и спротивно на новинарската етика. Изборите се најголемиот тест за етиката на новинарите. Токму од овие причини здруженијата на новинарите секаде во светот подготвуваат водичи и прирачници за изборите.

Кодексот на новинарите на Македонија (2001) само во членот 14 се осврнува на изборите. Според него, *“известувањето од политичките процеси, посебно од изборите, треба да биде непристрасно и избалансирано. Новинарот треба да обезбеди професионална дистанца од политичките субјекти“*. Овој член значи дека новинарите секогаш критички треба да ги следат политичките процеси, односно не треба да прават кампања за ниту една политичка партија или коалиција.

3.5 Повелба за етичко известување на изборите

На почетокот од 2016 година, на иницијатива на Советот за етика на медиумите на Македонија (СЕММ), од поголем број претставници на најрелевантните медиуми беше потпишана Повелба за етичко известување на изборите.¹⁰ Во неа, новинарите, уредниците и раководствата на медиумите се обврзуваат дека ќе ги почитуваат основните принципи на новинарската професија, почитувајќи го правото на јавноста да биде објективно, вистинито и навремено информирана. Притоа, медиумите се обврзуваат во информирањето да поаѓаат од следните принципи:

- 1) Принцип на вистинитост и објективност преку пренесување на факти на јасен и недвосмислен начин;
- 2) Принцип на избалансираност што подразбира пренесување на различни ставови и гледишта без заземање страна кон кој било кандидат, партија или коалиција;
- 3) Принцип на јасна дистинкција меѓу информациите и коментарите, односно на јавноста да и биде јасна разликата меѓу фактите и гледиштата и мислењата.
- 4) Принцип на чесност и независност
- 5) Принцип на професионална солидарност, односно медиумите нема да дејствуваат на начин што ќе значи пресметка со другите медиуми и колеги;
- 6) Принцип на уредувачка независност и професионален интегритет;
- 7) Принцип на почит и толерантност што подразбира почит на достоинството, угледот, личниот интегритет на поединците, а медиумот нема да се служи со говор на омраза и потпалувачки говор.
- 8) Принцип на слобода и одговорност

4. Медиумско претставување

Радиодифузерите за време на изборната кампања се должни во нивните програми да обезбедат рамноправен пристап на сите учесници на изборите. Телевизиите и радијата што ги покриваат изборите можат да емитуваат 18 минути дополнително време за рекламирање на реален час емитувана програма, исклучиво наменети за платено политичко рекламирање, од кои за политичките партии на власт можат да одвојат најмногу осум минути, за политичките партии во опозиција кои се застапени во Собранието на РМ можат да одвојат најмногу осум минути, за политичките партии во

¹⁰<http://semm.mk/novosti/2015-08-11-15-03-18/204-2016-01-27-13-41-21>, пристапено на ден 15.06.2019;

Собранието на РМ кои немаат пратеничка група можат да одвојат една минута, а за политичките партии кои не се застапени во Собранието на РМ можат да одвојат една минута.. Радиодифузерите, печатените медиуми и интернет порталите се должни пет дена по распишувањето на изборите да утврдат ценовници за платено политичко рекламирање за изборните програми и кандидатите учесници на изборите. До започнување на изборната кампања, тие се должни најмалку двапати јавно да ги објават ценовниците на своите програми, односно на своите изданија. Ценовниците не смеат да се менуваат за време на изборната кампања.

Печатените медиуми и интернет порталите се должни ценовниците да ги достават до Државната изборна комисија (ДИК), Државниот завод за ревизија (ДЗР) и Државната комисија за спречување на корупцијата (ДКСК) во рок од пет дена од денот на распишување на изборите, додека радиодифузерите да ги достават до Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (АААМУ), Државната изборна комисија (ДИК), Државниот завод за ревизија (ДЗР) и Државната комисија за спречување на корупцијата (ДКСК) во рок од пет дена од денот на распишување на изборите.

Радиодифузерите се должни да го снимаат излезниот сигнал на сопствената програма од денот на распишување на изборите до нивното завршување, а снимките од целокупната програма да ги чуваат најмалку 30 дена по завршување на изборите.

5. Програма за едукација на гласачите

За да бидат успешни изборите, голем придонес можат да дадат медиумите со своите едукативни и информативни спотови за потсетување и поттикнување на гласачите да излезат масовно на гласање со цел гласачите да стекнат поголема доверба за текот изборниот процес и легитимноста на изборите. По правило, едукативната функција за време на изборите, обврска е на јавниот радиодифузен сервис, но во последно време на ова прашање посветуваат и комерцијалните радиодифузари. Едукативни изборни спотови вообичаено продуцираат државните органи задолжени за спроведување на изборите (Државна изборна комисија-ДИК) или невладините организации.

Во РМ, Јавниот радиодифузен сервис е должен, без надоместок, во соработка со Државната изборна комисија (ДИК), да ги информира (едуцира) граѓаните за начинот и техниката на гласање и да емитува други информации поврзани со изборниот процес.

6. Известување за време на изборен молк

Изборниот молк е период кога престануваат сите облици на изборна кампања и медиумско претставување на политичките партии и кандидатите со цел на гласачите да им се овозможи мирно да размислуваат и да донесата одлука за кога да гласаат. Но, ова не значи дека радиодифузерите треба да престанат секако емитување на информации за изборниот процес. Тие и за време на изборниот молк продолжуваат да известуваат за изборниот процес на денот на гласањето. При известувањето во деновите на изборниот молк ќе се смета дека медиумите го прекршиле изборниот молк доколку објават какви било информации, фотографии, аудио и аудиовизуелни материјали поврзани со или во кои учествуваат учесници во изборите; какви било облици на медиумско известување кое е отворено или прикриено во функција на нечија изборна кампања и можат да

влијаат врз одлуката на избирачите; податоци со кои го откриваат идентитетот на политичките субјекти и на поединци вклучени во инциденти или други нерегуларности на денот на гласањето, како и изјави од кандидати во изборниот процес, од учесници во изборна кампања, од претставници на политички партии и од носители на функции во органите на власта.

Од начинот како е дефинирана изборната кампања зависи дали во регулативата на една држава е утврден еден или два периода на изборен молк. Многу држави, меѓу кои и Република Македонија, прецизно не ги разграничиле двата периода. Во Изборниот закон на РМ, во делот кој се однесува на изборната кампања и нејзиното финансирање, стои дека *"изборната кампања.....започнува 20 дена пред денот определен за одржување на избори и не смее да трае 24 часа пред денот на изборите и на денот на изборите"*.¹¹

Според Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања усвоен од Советот за радиодифузија во 2009 година, периодот на изборен молк е изведен од Изборниот законик и *".....кој започнува 24 часа пред денот на изборите, а завршува во 19.00 часот на денот на изборите, односно со затварањето на избирачките места"*.¹² За време на изборниот молк, сите облици на изборното медиумско претставување на учесниците на изборите престануваат. Радиодифузерите и за време на изборниот молк смеат да известуваат за изборите доколку тоа не претставува агитација и фаворизирање одредена политичка програма, партија и кандидати.

7. Посебни информативни програми во изборни кампањи

Посебните информативни програми можат да бидат во форма на *интерејуа* на претставници на политичките партии или кандидати, дискусиски емисии во кои новинарите како водители дебатираат со повеќе претставници на партии или кандидати и *дебати* и *соочувања* меѓу самите политички субјекти вклучени во изборната кампања. Кај посебните информативни програми политичките партии и кандидатите не им ги соопштуваат директно своите гледишта на гласачите, туку ставовите обично им се оспорувани од новинарот или од нивните политички опоненти при што се развива широка дискусија на поставените прашања. Ваквите програми се корисни, бидејќи им се овозможува на гласачите да ги компарираат ставовите на политичките партии и врз основа на дебатањето да формираат сопствено мислење за нив. Исто ака, програмите можат да бидат отворени за гласачите за да можат директно да поставуваат прашања на кандидатите и претставниците на политичките партии. Радиодифузерите се должни уредно да ги поканат сите партии и кандидати кои имаат свои листи во изборната трка и доколку некој од поканетите не се одзвале на поканата, радиодифузерот нема да биде одговорен затоа што не го искористиле тоа право. Кога се организираат вакви дебати, радиодифузерот обично утврдуваат правила за времето и редоследот на пријавување за збор во дебатата и со нив ги запознаваат сите учесници пред да започнат. Во програмите во кои учествуваат голем број на претставници или кандидати се дебатира за претходно

¹¹ Чл. 74 од Изборниот законик.

¹² Чл. 38 од Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања, Советот за радиодифузија, 2009 година

договорени прашања или теми, така да модераторот-новинарот може да се препознае дали е непристрасен.

8. Заклучок

Изборите се сложен, противречен и одговорен политички процес, и затоа медиумите треба да бидат многу внимателни кога известуваат за нив. Медиумите мора да се однесуваат на општествено одговорен начин, а тоа подразбира дека тие треба да се однесуваат непристрасно и да имаат балансирано медиумско покривање на изборниот процес. За време на изборите медиумите мора да обезбедат претставување на што поголем број на кандидати и политички субјекти (партии).

Основната функција на медиумите во современото општество е да информираат, а со тоа и влијаат и на формирањето на јавното мислење. Преку големиот број на различни медиуми граѓаните имаат пристап до различни информации, ставови и идеи кои им овозможуваат да формираат свое мислење за прашања од големо значење за нив и да учествуваат во јавниот живот и во процесот на владеење.

Слободното соопштување на гледиштата и ставовите за најважните општествени прашања за време на избори, може да развие добра дебата помеѓу политичките партии и кандидатите, при што гласачите ќе можат изворно да ги слушнат ставовите на политичките субјекти и да се определат за кој ќе гласаат.

Функционирањето и известувањето на медиумите за изборите не се одвива во правен вакуум. За таа цел, од страна на најважните меѓународни организации, особено ООН се донесени повеќе меѓународно-правни инструменти со кои се гарантира правото на слобода на изразување.

Исто така, и Европската унија и Советот на Европа имат усвоено повеќе правни инструменти со кои се регулираат правилата кои медиумите треба да ги почитуваат за време на избори и изборни кампањи.

Одредбите на актите на ООН, Советот на Европа и ЕУ кои се однесуваат на изборите и изборните кампањи се имплементирани во националното законодавство на Република Македонија, како што се Уставот, законите и подзаконските акти и актите на саморегулаторните тела (СЕММ, Советот на честа). Оттука можеме да одговориме на нашето истражувачко прашање дека во Република С. Македонија има релативно добро изборно законодавство кое е усогласено со меѓународното право, но неговото практикување отстапува од регулативата.

Користена литература (References)

- <http://semm.mk/novosti/2015-08-11-15-03-18/204-2016-01-27-13-41-21>
Producers Guidelines BBC, London;
Европска конвенција за човекови права, Совет на Европа, 1950 (1953);
Етички кодексот на новинарите на Македонија, ЗНМ, 2001;
Законот за ААВМУ (Сл. весник бр. 184/2013 и Сл. весник бр. 13/2014);
Законот за медиуми (Сл. весник бр. 184/2013 и Сл. весник бр. 13/2014);

- Изборен законик (Сл. Весник на РМ бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 54/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, и 99/16);
- Меѓународниот пакт за граѓански и политички права, ООН, 1966;
- Повелбата за фундаментални права на граѓаните, ЕУ, 1989;
- Правилникот за рамноправен пристап во медиумското претставување за време на изборна кампања, Советот за радиодифузија, Скопје, 2009;
- Препораката R (99)15, Совет на Европа;
- Препораката Rec (2007), Комитетот на министри, ЕУ;
- Трпевска, С (2010), Слобода на изразување, јавен интерес и медиумска регулација, ExLibris, Скопје;
- Универзалната декларација за правата на човекот, ООН, 1948;
- Устав на Република Македонија;
- Чупиќ, Чедомир, *Медијска етика и медијски линч*, Чигоја штампа, Београд

