

ВЛИЈАНИЕТО НА МРЕЖНОТО ОПШТЕСТВО ВРЗ НОВИНАРСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ

Искра Коровешовска

Доктор на комуниколошки науки

E-mail: korovesovska@yahoo.com

Апстракт

Медиумската револуција што ги произведе социјалните мрежни сервиси (Фејбук, Јутјуб, Твитер, Инстаграм) донесе неповратни промени во секојдневниот живот на речиси секој човек и на општествената сфера воопшто. Само едно копче е доволно за да ги откриеме случувањата насекаде во светот. Мрежите доведоа до комплетно нова состојба и во новинарството. Секојдневно сме сведоци на злоупотреба на транспарентноста, етин ексклузивитет, говор на омраза, во рамките на новите т.н. *трети медиуми* или социјални медиуми. Мрежното општество што донесе нова објективност, навременост и транспарентност во новинарството сега е предмет на доверба. Имено, т.н. ново новинарство ги наметна и дилемите: „Што е објективна и вистинита информација?“, „Кој одлучува зад тоа?“... Неопходно е чистење на просторот, откривање и презентација на вистината, чија кристлизација мора да се направи оти ризикот за акумулирање погрешни информации, погрешно знаење и негово ширење е сериозна закана. Очигледно е дека медиумската етика не успева да одговори на предизвиците на мрежните состојби баш со сите инструменти што ѝ се на располагање. Можеби првин што паѓа на ум е правната регулација која недостига кога се мрежите во прашање. Но, имајќи ја предвид јасната поставеност на мрежните сервиси на основа на гаранциите за слобода на говорот и изразувањето, секој обид за регулација (објективно или не) легитимно се смета за цензура. Она што сериозно се случува денеска е иницијален судир меѓу традиционалните новинарски вредности и спремноста да се прифати и воведи сè што е ново и онлајн. Може ли една од најстарите професии да се справи со новата новинарска објективност?

Клучни зборови: *мрежно општество, моќта на социјалните медиуми, новинарство, регулација, цензура*

THE INFLUENCE OF THE NETWORK SOCIETY OVER JOURNALISM INTEGRITY

Iskra Koroveshovska

PhD

E-mail: korovesovska@yahoo.com

Abstract

Media revolution produced by social networking sites (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram) brought irreversible changes to everyday life of almost every person and the social sphere in general. Pressing one button is enough to discover the events anywhere in the world. The networks have led to a completely new journalism sphere. Within the new media frame (also called “third media”), every day we’re witnessing transparency abuse, cheap exclusivity, hate speech. The network society that has brought new objectivity, timeliness and transparency in journalism is now a subject of trust. Namely, new journalism imposes dilemmas: "what is objective and true information?" "who decides beyond that?" ... It is necessary to clean the space, discover and present the truth, and is crystallization must be made because the risk of accumulating wrong information, misinformation and its spread, is a serious threat. It is obvious that media ethics fails to meet the challenges of networking conditions having at disposal all its instruments. Perhaps the first thing that comes to mind is legal/law regulation, because networks face lack of law regulation. But having in mind the clear fundamentality of the network services, settled on the basis of freedom of speech and expression guarantees, any attempt at regulation (objectively or not) is legitimately considered censorship. What is happening today is an initial conflict between traditional journalistic values and the willingness to accept and introduce everything new and online. Is one of the oldest professions strong enough to deal with the new journalistic objectivity?

Key words: network society, social media power, journalism, regulation, censorship

1. Моќта на мрежата

За **мрежното општество** уште пред 54 години зборува канадскиот социолог Маршал Маклуан, кога го анализира стеснувањето на разликите помеѓу човекот и медиумите кога луѓето почнуваат повеќе да комуницираат со разни форми на медиуми интегрирајќи ја нивната употреба во секојдневниот живот. (McLuhan, M. 1964: 3) Уште тогаш почнува да се наметнува дилемата дали информатичката галаксија ќе ја уништи Гунетбергвата, позната и како ера на печатот. Прогнозите за изумирање на печатот и надминување на книжевната ера се предвидени од самиот Меклуан. Начинот на создавање, чување и пренесување на информациите се менува од основата (Божиф. 1999: 134)

Шпанскиот социолог Мануел Кастелс (2004), пак, во обидите да ја опише и дефинира мрежата, држејќи ја нејзината **моќ** како централен елемент, вели „мрежите се саморекомбиниращки, комплексни комуникациски структури, кои во исто време овозможуваат единство на целта со флексибилноста на својата работа преку капацитетот да го адаптираат опкружувањето во кое функционираат“ (стр. 3). На прашањето зошто мрежите се најефикасен вид организирање, одговорот е во три основни карактеристики: флексибилност, приспособливост и моќта на опстојувањето, односно моќ да се одржат во живот. Последново произлегува од фактот што денешницата егзистира на материјалната основа т.н. информационализам, како што некогаш иста таква основа на капитализмот беше индустријализмот.

Денеска три социјални медиуми, или **мрежни сервиси**, се најпопуларни: „Фејсбук“, „Јутјуб и Инстаграм“, но меѓу најпрецизните мерења за рејтингот се прават од страна на специјализираниот веб-сервис за содржински маркетинг и информации на социјалните мрежи: „Дримгроу“ (Dreamgrow, 2017:online). Многу фреквентно во текот на една година овој сервис врши најпрецизно рангирање на 15 најпопуларни и најиздржливи сервиси на социјалните мрежи, кои остануваат отпорни на промените и екстремниот информациски развој. Колку за илустрација, од март 2017 година, кога „Фејсбук“ имал 1,94 милијарда корисници, тој број пораснал 60 милиони плус за еден месец, па во јуни 2017 има веќе 2,01 милијарди корисници. Потоа, растот продолжува, со повеќе од 20 милиони дополнителни корисници на еден месец. Во моментот кога овој труд е пишуван бројот на корисници е веројатно околу 2,4 милијарди луѓе. (Ibid.)

Моќта на социјалните медиуми се проценува преку мерење на параметри, дел трансформирани во факти (Ibid.), речиси константни, со минимум варијабилност, важни како основа за планирање и реализирање кампањи од страна на организаторите на економско-политичките агенди.

- Над 2,6 милијарди луѓе активно ги користат социјалните медиуми;
- Во просек интернет-корисниците имаат по 5,4 сметки/профили (accounts) на социјалните медиуми;
- 76 проценти од жените користат сервиси за социјално вмрежување, мажите 4 проценти помалку – 72;
- 35 проценти од склучените бракови во периодот помеѓу 2005 и 2012 година се сретнале онлајн;
- Со над 2 милијарди корисници „Фејсбук“ е најголемата земја на светот;
- 91 процент од малопродажните брендови користат 2 или повеќе канали на социјалните медиуми;
- Просечниот потрошувач во САД троши 40 минути на „Фејсбук“ дневно;
- Од 2015 година наваму „Фејсбук“ влијаел (годишно) на речиси 60 проценти од купувачите преку интернет и од интернет;
- Секој месец „Јутјуб“ има вкупно 3,25 милијарди часа изгледани видеа;
- Повеќе од половина од прегледите на „Јутјуб“ се прават преку мобилни уреди;
- Од вкупно 3 милијарди сметки, односно профили на „Твитер“, само 320 милиони се активни;
- Над 80 милиони фотографии се ставаат на „Инстаграм“ секој ден;
- Пицата е најмногу фотографирана храна на „Инстаграм“, а второто и третото место го држат суши и тестенини;

- 96 отсто од американските модни брендови го усвоија „Инстаграм“;
- Луѓето на возраст од 55 до 64 години многу поверојатно е дека ќе се вклучат на интернет-страници со брендирано содржини отколку оние на 28 години или помлади.

2. Мрежното општество и европскиот тип на новинарство

Медиумите се придружник на човековиот развој уште од самите почетоци на организирањето и поставувањето на комуникациските кодови, но во овој момент од нашето постоење сведочиме и живееме во т.н. мрежен медиумски систем на организација. Како тоа се случува? Пред сè, со појавата на интернетот се случува трансферот на традиционалните медиуми - од аналогни во дигитални, со што се поставија потребните мостови меѓу старите и новите канали за комуникација. Следната фаза, повторно овозможена од интернетот (а во одреден смисла и мобилните телефони и СМС-технологјата), доведе до интеракција меѓу сите медиуми, без разлика дали се дигитални или аналогни. Или, како што велат некои експерти и познати новинарски пера:

„последниве години сме сведоци на тренд кон конвергенција во разни димензии на медиумскиот универзум“. (Cardoso, Gustavo. 2006: 25)

Според комуникацискиот експерт и коавтор на Кастелс, исто така во прочуеното негово дело „Мрежно општество: од знаење до политика“, Густаво Кардосо (Ibid.), постојат две главни мрежи врз кои е базиран современиот медиумски систем: секторот за пренос - во кој влегуваат дистрибутивните мрежи, како поштенскиот, телекомуникацискиот сектор и интернетот, како и рекламниот сектор; и хардверскиот сектор, кој се базира на производство и дистрибуција на комуникациската опрема (видеокамери, стереосистеми, касети). Двете мрежи, како што пластично објаснува Кардосо, меѓу себе комуницираат користејќи разни комуникациски и информациски технологии. Базата на нивната меѓусебна преплетеност се интернетот и телевизијата поради нивните технолошки опции на овозможување на интеракцијата – инаку, главната одлика на мрежата.

Во технолошка и практична смисла Кардосо дава прецизно објаснување на тоа како функционираат медиумското поврзување и системот во мрежното општество. Но многу е поважно какви импликации носи, кој е бенефитот, а кои се негативностите во новинарството. Влијанието е силно евидентно, на пример, вртоглаво бргу се менува т.н. извор на информации, односно се намалува бројот на новинари кои по прочитан статус на „Фејсбук“ или „Твитер“, би се обиделе изворно, сепак, да ја потврдат информацијата објавена од конкретна личност. Едноставно, сè повеќе практикувањето на новинарството се сведува на препишан статус од „Фејсбук“ наместо на истражувачка димензија дефинирана во учебниците. Ова веднаш повлекува две негативни импликации. Едната е дека се доведува во прашање вистинитоста на информацијата оти профилот на личноста може да биде лажен, а новинарот во трката со времето и целта да биде прв - мерено според новата брзина на медиумско известување во дигиталната ера - нема да ја провери информацијата. Две или три повторени вакви грешки многу е веројатно да доведат до губење доверба кај публиката во новинарот или медиумот. Втората негативна импликација е борбата кај новинарите во разните медиуми за

конкурентност на медиумскиот пазар како полека да бледнее оти ексклузивитет не може да биде напишан статус на „Фејсбук“ или „Твитер“ во ситуација кога целата мрежна јавност може да го види и прочита.

Дизајлот, односно инфраструктурниот пат на мрежното информирање носи можности, но и ризици. Уште кога се појавија социјалните мрежи, најгласните критичари предупредуваа дека тие го уништуваат квалитетот на комуникацијата лице в лице во секоја смисла на зборот, не само на чисто пријателската. Имено, дури и новинарски популарните брифинзи се сведуваат на комуникација преку социјална мрежа, што никако не може да биде соодветна замена за непосредната комуникација. Пред сè, од техничка смисла бидејќи многу лесно може да се случи прекин на интернетот, а со тоа и комуникацијата не може да продолжи. Но, секако, и социолошко-психолошки гледано, во размената на информациите преку мрежи е невозможно да се оцени личниот впечаток на соговорникот за тоа дали другиот ја зборува вистината или не. Ваквите промени, како што се претпоставуваше во 90-тите резултираа со намалување на приватноста и тотална контрола од горе. Во годините, пак, потоа, овие ставови беа заменети со утописки погледи дека новите медиуми значително ќе го зголемат квалитетот на животот и на комуникацијата. Но, денес, дебатите продолжуваат, а новата онлајн-сцена, размислувањата за т.н. социјална екологија, новата економија и новата ера на просперитет, слобода и онлајн-демократија никако да се симнат од сцената. (Van Dijk, 1991:92)

Мрежите овозможуваат и хиперпродукција на вести и информации, појава што почна уште пред масовната појава на социјалните медиуми, но со нив доби неверојатни размери. Во трката со време за новинарите станува приоритет информацијата да се објави во мрежниот простор, а не нејзината содржина. Новинарскиот принцип навременост добива друга димензија, а содржината е второстепена. Ова е само уште една потврда на суштината на Маклуановата теорија: медиумот е пораката. (McLuhan, 1967: online) Практично, **новинарството** почнува да ја губи активната улога и станува реактивно. Поедноставно кажано: социјалните мрежи доведоа до сè послабо иницирање теми од страна на новинарите, односно истражувачкото новинарство. Притисокот на дневната доза информации и временските ограничувања си го направија своето. И самите новинари се свесни за состојбата во медиумскиот простор, особено оние што ја работеле оваа професија уште пред да настапи онлајн-новинарството, па сега се соочени со ера на технолошки предизвици поради кои пренесената вест е многу поважна отколку името и презимето, односно кредибилитетот на новинарското перо.

Иако последен, но не помалку важен, е факторот финанси. Објавената информација на интернет и нејзиното експресно споделување на социјалните мрежи, со цел да стигне и да биде прочитана од што поголем број луѓе, носи финансиски бенефит за медиумот. Имено, рекламите во електронските медиуми пред дваесетина години, примарно и единствено беа условени од рејтингот на медиумот оти крајната цел на маркетингот е да им се продаде продуктот на корисниците. Денес, рејтингот е уште услов на маркетиншките стратегии, но се мери според „кликлови“ на наслови и број на читања на дадена информација. Колку повеќе „кликлови“, толку повеќе реклами за повеќе профит на крајот. Имено, оние што се рекламираат во телевизиските содржини или во печатените изданија веќе одамна не купуваат количество секунди или број на страници, туку прецизно пресметани поени на гледаност/читаност, што ја одразуваат демографската и пазарната сегментација на медиумската публика. (Орданоски, С.

Исмаил, Ѓ. Станковски, Д. Ајдини, Г. Јаневска Делева, А. 2012: 28) Звучи малку и лесно оти за разлика од телевизиското рекламирање, кое подразбира трошење повеќе ресурси за изработка и емитување реклама, за рекламирањето на интернет е доволна фотографија. Ова, пак, повлекува прераспределба на маркетиншките средства на компаниите, односно на спонзорствата од традиционалните кон онлајн-медиумите, што практично значи намалување на приходите кај првите. А со тоа и пад на квалитетот, иако, според статистиките во претходните поглавја, телевизијата го држи приматот на медиум од кој најмногу се информира публиката.

Уште една последица во онлајн-новинарството е тоа што не се потребни многу финансиски средства за да се практикува оваа професија на интернет. Тоа доведе до хиперпродукција и на информативни портали, со што расте квантитетот, односно медиумскиот плурализам, своевидна добра страна на денешницата. Но, несомнено паѓа квалитетот на информирањето во смисла на експлицитност, јасност и прецизност, провереност, објективност и што е најважно - вистинитост.

Република Македонија како земја, ако ја анализираме според моделирањето на Халин и Манчини (Hallin, Daniel. Mancini, Paolo 2004: 26-44), е најблиска до плуралистичкиот паралелизам, иако медиумите во Југоисточна Европа (во кој спаѓаат и македонските, како и другите балкански) заслужуваат посебна анализа. Но, што се однесува до интервенцијата на државата во медиумската политика, односно партиско-политичкото влијание и контролата, тие растат уште повеќе со појавата на интернет-новинарството. Центрите на моќ имаат уште повеќе можности да ги наметнат своите интереси, а тие ќе допрат до уште поголема публика благодарение на социјалните медиуми. Уредниците се ставени во улога на реализатори, а комплетниот информативен производ содржи информации што се обработени токму од ограничената улога на уредниците и новинарите во поглед на хиерархиската поставеност во медиумите.

Динамичниот развој на медиумските системи во целина во Европа не придонесува секогаш и секаде за заштита на медиумскиот плурализам, но и невозможно е да се воспостават цврсти принципи за општествена одговорност на медиумите. Во легислативна и во политичка смисла на зборот, тешко е да се создадат воопштени медиумски правила на ниво на Европа. Особено не поради тоа што националните законодавства, почнувајќи од уставните уредувања, во секоја земја се различни, се базираат на културолошкиот, социо-економскиот развој, кој во многу нешта е сличен, но во многу не е. Правно-политичките принципи се темелат на различното сфаќање за приватноста, за заштитата на јазикот, за улогата на граѓанскиот сектор или социјалните динамики што произлегуваат од мобилноста на населението и тие се толку специфични за разните менталитетски, културно-историски или политички собитија кај европските нации. Затоа и Терзис (2008) ќе заклучи: „медиумското владеење во Европа никогаш не е статично, туку постојано ги придвижува медиумските правила и регулативи меѓу ексклузивно владините домени кон другите, како што се пазарните и оние на граѓанското општество, и од (нивото на) националните владини политики кон локалните, регионалните, мултинационалните и меѓународните“. (стр. 3) Оваа негова перцепција целосно се совпаѓа со тврдењата на Халин и Манчини дека социо-политичките околности во одделните држави ги обликуваат нивните медиумски системи.

3. Правила и стандарди во Македонија

Јасна е улогата на медиумскиот систем во градењето здраво демократско општество, во кое различностите се почитуваат, не се шири говорот на омраза и не се поттикнуваат негативни дејства поради медиумското однесување: појави што се исклучително лесно предизвикувачки со коментарите и објавувањето вести во социјалните медиуми. Република Македонија се труди да ги следи европските стандарди иако формално правно тоа не значи и соодветна имплементација, затоа е важно да се знае на што се потпираат европските стандарди и каде е македонската медиумска политика во сето тоа. Кога се зборува за правната инструментализација, веднаш природно се наметнува Европската конвенција за човекови права, што ја има ратификувано и Република Македонија, а потоа беше инфилтрирана и во македонското законодавство, во Уставот.

Регулацијата на медиумите не значи само правни акти или одредби со кои нешто се спречува, туку, пред сè, најважна е правно основаната слобода на изразувањето, Дефинирана во член 10, став 1 во Европската конвенција, слободата на изразувањето опфаќа три компоненти: слободата на мислењето, слободата на примањето и слободата на пренесувањето информации (ЕКЧП). Ова особено се однесува на новинарските права и слободи на размислување, барање, добивање информации за прашања од јавен интерес, право на извори и на анонимни извори, право да се објави и да се коментира во текстовите за прашања од јавната проблематика, право на заштита на материјалите со кои располага, но пред сè на сопствената безбедност и живот - ако се знае дека новинарството е трета по ред најризична професија во светот.

Рамката што Конвенцијата (инаку, потпишана во Рим, 1950 година) ја предвидува во текот на децениите е проширувана со неколку протоколи и резолуции со цел да одговори на потребите на модерното и динамично комуницирање. Инаку, член 1 не ги ограничува државите да воведат свој правен ред и режим што се однесува до давањето дозволи за работа на електронските медиуми. Веќе во член 2 од Конвенцијата е предвидено под кои околности државата може да се меша, и тоа легитимно, во остварувањето на слободата на изразување. Тука се предвидени практично исклучоците кога државата треба да интервенира, а слободното изразување сè уште претставува основно право. На пример, загрозувањето нечиј углед или чест не смее да се оцени како кривично дело, односно како дело што бара вложување правни средства во парнична постапка во сите случаи. Кусо речено, државите имаат само можност, но не и обврска да наредат или да спроведат рестриктивна или казнена мерка во однос на правото на слободното изразување.

Во суштина, слободата на медиумите е силно нагласена во европските институции и практиката на Судот за човекови права во Стразбур, но исто толку важни овде се и спречувањето на конфликтите меѓу различностите. А главната улога на медиумите е да го обезбедат и да работат во насока на поврзување, запознавање и спознавање на различните со цел меѓусебно прифаќање - стратегија идеално скроена според концептот на медиумите, особено на социјалните. Но, последниве се, за жал, и местото каде што човековото достоинство (иако експлицитно не е дефинирано и предвидено во заштитените права во рамките на Конвенцијата) е најповредувано. Можеби националните судски практики, особено во земјите од Југоисточна Европа, не може да се пофалат со висок степен на нагласено штитење на достоинството, Судот во

Стразбур во својата практика не испушта да нагласи дека „во суштина на Конвенцијата се почитувањето на човековото достоинство и слободата на човекот“. (McGonagle, 2009: 18)

Важно е да се знае дека Судот го утврдил и цврсто стои зад ставот дека во одредени демократски општества е неопходно да се казнат, па и да „се спречат сите форми на изразување што шират, поттикнуваат и промовираат говор на омраза“. (Gündüz v. Turkey. 2003) Во насока на заштита на човековото достоинство, кое како нејасно дефинирано е и честа цел на изјавите во медиумите, Советот на Европа промовира две т.н. препораки (97 и 96): за санкционирање, а со тоа и забранување секакво поттикнување омраза, и за промовирање толеранција и меѓусебно разбирање, особено важно во мултикултурните општества. (Камбовски, В. Лазарова-Трајковска, М. 2012: 48-50) Во овие препораки се предвидени мерки: од подигнување на јавната свест, интеркултурни програми, па сè до обезбедување целосна новинарска професионалност, повисоки плати, поголема сигурност на работните позиции, што ќе биде своевиден гарант за спречување говорот на омраза.

Она што треба да се напомене е дека членот 10 од Конвенцијата не треба да се опсервира и применува изолирано, туку во корелација со другите слободи и права во самата Конвенција, како тие на образование, лингвистички права, и слободата на религијата. Советот на Европа особено инсистира на балансирање меѓу двете потенцијално кофликтни права - слободата на изразувањето и религијата. (Zankova, 2009: 23)

Од особена важност се многуте акти на Советот на Европа во врска со заштитата на човековото достоинство во современите, технолошки врвни медиумски системи - како интернет-новинарството и социјалните медиуми. Овде меѓу првите се издвојуваат Декларацијата за европската политика за новите информациски технологии од 1999 година (Declaration on a European policy for new information technologies) и Препораката од 2003 година за мерките за промовирање на демократскиот и општествениот придонес на дигиталната радиодифузија (Recommendation (2003) on measures to promote the democratic and social contribution of digital broadcasting). Веќе во Декларацијата на Комитетот на министрите за човековите права и владеењето на правото во информациското општество (Declaration of the Committee of Ministers on human rights and the rule of law in the information society) од 2005 година Советот предупредува на низа предности и недостатоци во примената на новите информациско-комуникациски достигнувања.

Советот посебно ја издвоил важноста и улогата на јавните радиодифузери како поврзувачи меѓу различностите, без разлика на верската, етничката, политичката или друга припадност. Па, затоа, е донесена и Препораката во 2007 година на Комитетот на министрите за мерките за промовирање на вредностите на јавниот сервис на интернет (Recommendation (2007) 16 of the Committee of Ministers on measures to promote the public service value of the Internet).

Уште поконкретно, важноста на социјалните медиуми во заштита и почитување на човековите права и унапредување на демократијата, кохезијата и интеграцијата, Советот на Европа ги нагласува во уште два значајни документа од 2007 година: Декларацијата за заштитата на улогата на медиумите во демократијата во контекст на медиумската концентрација (Declaration on protecting the role of the media in democracy in the context of media concentration (31 January 2007) и Препораката за медиумскиот

плурализам и разновидноста на медиумските содржини (Recommendation CM/Rec (2007)2 on media pluralism and diversity of media content). Во посебна, пак, декларација за т.н. медиуми на заедницата (community media) се опофатени социјалните медиуми како надополнувачи на јавните и комерцијалните радиодифузери, чија примарна улога треба да биде реализирање општо добро за заедницата (Declaration on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue).

Заштитата и почитувањето на човековото достоинство се споменува и во членот 7 од Конвенцијата за прекугранична телевизија, кој упатува на членот 10 од ЕКЧП. Во него стои: „сите елементи на програмските сервиси ќе ги почитуваат човековото достоинство и основните права на другите“ во смисла на различностите (European Convention on Transfrontier Television).

Што се однесува до законската рамка во Република Македонија, во членот 16 од Уставот се предвидени одредбите од членот 10 на Конвенцијата и се гарантирани слободата на изразување и информирање, а **цензурата** се забранува. Кај нас говорот најчесто е во корелација со расизам или ксенофобија, со дискриминација на разни основи (верска, етничка, политичка, расна...). Се санкционира според член 319 од Кривичниот законик на РМ, во кој стои: „тој што со присилба, малтретирање, загрозување на сигурноста, излагање подбив на националните, етничките или верските симболи, со оштетување туѓи предмети, со сквернавење споменици, гробови или на друг начин ќе предизвика или ќе разгори национална, расна или верска омраза, раздор или нетрпеливост, ќе се казни со затвор од една до пет години“.¹ Малку подолу во истиот закон е членот 417: се забранува расна дискриминација, како и наметнување (преку ширење информации и идеи) супериорност на една раса врз друга. Казната за ова прекршување е од 6 месеци до 3 години затвор.

Информациско-компјутерскиот дел на дејствување, односно модерните медиуми, во овој закон се споменати во член 394, со кој се забранува дисеминација на слики и пишувана содржина со која се промовира и се поддржува дискриминација и омраза по разна основа.

По декриминализацијата на навредата и клеветата во 2012 година, се донесе Законот за граѓанската одговорност за делата навреда или клевета, со кој, ако се утврди одговорност за овие две дела, казната е надоместок на штетата². Во Законот за радиодифузната дејност почитувањето на човековите права во програмските шеми е утврдено во член 68³, во член 69 експлицитно се забранува емитување говор на омраза и негово поттикнување од страна на радиодифузерите (како, на пример, програми што поттикнуваат уривање на уставниот поредок или стимулираат воени агресии), а член 89 се однесува на заштита на човековото достоинство во рекламирањето и телешопингот.

Директното спречување и заштитата од дискриминација беше дефинирано во посебен закон во 2011 година и е првиот обид на нашата земја за законско уредување и утврдување механизми за заштита. Најчесто повикуван член, кога станува збор за констатирање медиумско повредување на овој закон, е седмиот⁴. Во него се вели:

¹Закон за изменување и дополнување на Кривичниот законик (Сл. весник на РМ142/12 од 13.11.2012).

²Закон за граѓанската одговорност за навреда и клевета (Сл. весник на РМ142/12 од 13.11.2012).

³Закон за радиодифузната дејност (Сл. весник на РМ100/05 од 21.11.2005).

⁴Закон за спречување и заштита од дискриминација (Сл. весник на РМ 50/10).

„Вознемирувањето и понижувачко постапување претставува повреда на достоинството на лице или на група лица, кое произлегува од дискриминаторска основа и кое има цел или резултат повреда на достоинството на одредено лице или создавање заканувачка, непријателска, понижувачка или застрашувачка средина, пристап или практика“. (Закон за спречување и заштита од дискриминацијата. 2010: online)

Во македонската регулатива, што се однесува до ризиците за медиумското објавување, не смее да се заборава и да не се спомене Законот за заштита на личните податоци, кој опфаќа одредени сегменти од сферата на почитувањето на правата и различностите. Исто како што не смее да се пропушти и да не се спомене Кодексот на новинарите на РМ, кој иако е своевиден правилник што нема силно обврзувачка улога, новинарите најмногу го знаат, се повикуваат на него, за разлика од горенаведените регулативи⁵. Во неговиот член 10 се вели:

„новинарот нема свесно да создава, ниту да преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омразата и нема да поттикнува на насилство и дискриминација по која било основа (национална, верска, расна, полова, социјална, јазична, сексуална ориентација, политичка...)“ (Кодекс на новинарите на Република Македонија: online),

а веќе во следниот член е предвидено новинарот да се придржува до општествените стандарди за почитување на различностите. За повреда на Кодексот, новинарите одговараат пред Судот на честа на Здружението.

Од сето горенаведено можеме да заклучиме дека Република Македонија има соодветна законска рамка за нормално, слободно функционирање на медиумите, само и само доколку се почитуваат одредбите дефинирани во посочените законски членови. Проблемот е имплементацијата на законските решенија. Што се однесува, пак, до социјалните медиуми кои директно не се опфатени со законските решенија, за што се води и дебата, треба да се направи максимумот за нив да важат истите правила на игра како и за традиционалните медиуми, особено во судските постапки.

Заклучок

Гладијаторска арена во која главно оружје е говорот на омраза, т.н. спинување на информациите, навреда и клевета, вака во најголем дел може да се опише онлајн-медиумскиот простор во Република Македонија. Загарантираната слобода на говор, во комбинација со кампањи за превласт и правно нерегулиран онлајн-медиумски простор - се трите фактори поради кои сликата интернет-медиумскиот простор е аларм-повик за спас на овој облик на изразување пред да биде предоцна. Ситуацијата во последно време особено загрижува кога повиците за регулација на порталите доаѓаат од самите новинари и уредници - оние што поради финансиска безбедност во медиумите на интернет каде што работат, едноставно ги следеа интересите на своите сопственици и не го креваа гласот до степен за итно носење посебен закон (или регулација во рамките на постојниот).

⁵Кодексот на новинарите на Македонија. Достапен на: http://www.znm.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=62&lang=mk.

Наспроти ова, светските стандарди и практики, прифатените меѓународни конвенции, како и многубројни дебати, го кажуваат токму спротивното - дека регулацијата на содржината на онлајн-медиумите е невозможна и непотребна и оти тоа допира во слободата на изразување, па доволно е само одговорно да се применуваат постојните закони. Но, судејќи според македонската слика, очигледно е оти е недоволно, односно дека проблеми постојат, пред сè, затоа што македонската онлајн-сфера е преплавена со информативни веб-страници кои се однесуваат и функционираат како медиуми, а не се регистрирани како такви.

Саморегулацијата како уредувачка форма успева донекаде во високодемократските држави и затоа оттаму се и стандардите препорачани кај нас. Но, колку тоа е делотворно? Судејќи според македонската приказна, медиумите кај нас, наместо да се вреднуваат според степенот на објективност со кој ги следат случувањата и во насока на остварување на јавниот интерес до јавноста да пласираат квалитетни, проверени и објективни медиумски продукти со високи професионални и етички стандарди, изгледа повеќе се вреднуваат според тоа - кој прв објави, во смисла на техничка можност да дистрибуираат информации. Па, за да имаме реална перцепција, прво треба се прави основната дистинкција меѓу медиумската содржина и граѓанското информирање, особено застапено на социјалните мрежи и блогови, „но специфично за Македонија и кај веб-страниците што се претставуваат како медиуми, а не задоволуваат ни минимум стандарди“ (Ричлиев, З. 2017: 1)

Како да се стимулира саморегулацијата? Односно како новинарството може да се избори против негативните ефекти на влијанието на мрежното општество? Пред сè, со соодветна едукација. ***Воведувањето посебен теоретски и практичен предмет за проучување и анализа на ефектот од влијанието на мрежното општество врз комуницирањето и животот воопшто во образовниот процес*** повеќе од потребен, оти секој млад човек, кој се определил дека својата иднина ќе ја посвети во сервисирање на граѓаните со информации, мора теоретски да е подготвен за предизвиците со кои се соочува и во иднина ќе се соочува со комуницирањето во мрежното општество. Во време на лажни вести, некои и животнo-загрозувачки е важно медиумскиот простор, односно злоупотребата што се клучни социјалните мрежи ***да подлежат под регулација која важи за традиционалните медиуми.*** Во време кога дополнителна регулација, покрај постојната, се третира како цензура, особено во рамките на медиумските дебати, еден од заклучоците што ги нуди овој труд по темелната компаративна анализа е ***саморегулацијата***. Но, единствено со нејзино поставување на принципиелни основи, како што е примерот со ***Словенија***. Таму во рамките на саморегулацијата постои ***информациски омбудсман (или правобранител) во медиумите***, кој е независен и самостоен орган, што ги штити правата на публиката да биде соодветно информирана, но и ги поттикнува новинарите да го почитуваат етичкиот и професионалниот кодекс. Кога станува збор за регулаторните тела, на Македонија ***е потребно соодветно регулаторно тело, кое ќе ги оценува почитувањата на етичките кодекси - проширени и надградени со новите медиуми.*** На пример во Словенија постои т.н. интернет-страница за пријавување говор на омраза и злоупотреба на деца. Се вика „Сплетно око“ (www.spletno-oko.si), ја координира Центарот за посигурен интернет, организација во рамките на Универзитетот во Љубљана, во која, освен онлајн-медиуми, членуваат и словенечкото Врховно јавно обвинителство, полицијата, но и други организации за заштита на детските права. Функционира на

принципот на брзо регистрирање на говорот на омраза и исто такво експресно процесирање на случаите до полицијата и Обвинителството.

Итно да се **впише интернет-просторот во новинарскиот кодекс, да им се обезбеди посигурна егзистенција на новинарите, повисоки плати и побезбедни услови за работа за да може да се стимулираат цврсто да се држат до новинарските правила.** И на крајот, Во битката против лажните вести оружјата се две: **новинарската професионалност и институционалната транспарентност.** Па, така, конкретно, анонимноста на изворот на информацијата треба да е само за јавноста, но новинарот треба да поседува цврсти докази за она што го објавува. Истовремено, нужно е да се обезбедат поголема транспарентност и брзина во одговарањето на новинарските прашања од страна на државните институции оти секое скривање и одолжување е само мотивација плус за креирање и ширење на лажните вести. Оттука, **неопходно е и да се извршат промени во Законот за пристап до информациите од јавен карактер** за да се стимулираат проверливоста и истражувачкото новинарство наспроти брзите и евтини сензационалистички вести. Во борбата против лажните вести на социјалните медиуми најдобар штит е **вистината - инсистирана, барана и презентирана од сите фактори во општеството, не само од новинарите.** Нејзината заштита во саморегулацискиот концепт ќе овозможи мрежното општество да ги намали негативните влијанија.

БИБЛИОГРАФИЈА

- Artwick, Guzan Claudette. (2004) Reporting and Producing for Digital Media, Blackwell Publishing: USA.
- Бачовска- Недиќ, Јасна. Пачемски, Гоце. (2017) „Граѓаните и новинарите за професионалноста во медиумите“, Здружение за развој Центар за управување со промени, Здружение на граѓани Институт за човекови права: Скопје.
- Bechelloni, G. (1980). „The Journalist as Political Client“, A. Smith (ed.), Newspapers and Democracy, The MIT Press, Cambridge: Massachusetts.
- Бенклер, Јокаи. (2009) Богатството на мрежите: Како општественото производство го трансформира пазарот и слободата, Арс ламина ДОО: Скопје.
- Castells, M. (2004) “Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint”, in Castells M. (ed.), The Network Society: A Cross-cultural Perspective, Northampton, MA: Edward Elgar: Northampton
- Cardoso, Gustavo. (2006) The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship, CIES – Centre for Research and Studies in Sociology: Lisboa, Portugal.
- Dellarocas, C. (2003) „The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms“. Management Science, 49(10), 1407-1424. Massachusetts
- Dreamgrow. (2017) “Top 15 most popular social networking sites”, www.dreamgrow.com. Достапно на: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (пристапено во март, 2018)
- ЕКЧП (Европска конвенција за човекови права). Европски суд за човекови права. Council of Europe F-67075 Strasbourg cedex, www.echr.coe.int. Достапно на: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_MKD.pdf (пристапено во март 2018)

- European Convention on Transfrontier Television. Достапно на:
<http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/132.htm> (пристапено во март 2018)
- Garnham, N. (2004a) "Information society theory as ideology", In F. Webster (Ed.), *The Information Society Reader*. Routledge: New York.
- Груевски, Томе. (2011) *Историја на новинарството*, Студиорум: Скопје
- Hallin, Daniel. Mancini, Paolo.(2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press: Cambridge.
- Хулин, А. Стон, М. (2013) „Водич за саморегулација на онлајн медиуми ОБСЕ“, Виена. Достапно на: <https://www.osce.org/mk/fom/316166?download=true> (пристапено во март, 2018)
- Изборен законик. (2016) (пречистен текст). Достапно на:
<https://drive.google.com/file/d/0B8ZpCwro9hzM2lkMkZERFo0NXc/view>
(пристапено во март, 2018)
- Joesphi, B. (2005) „Journalism in the Global Age: Between the Normative and Empirical“, *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, Vol. 67 No. 6. 575-590. Illinois.
- Кастелс, Мануел. (2005) *Подемот на мрежното општество*, Алеф: Скопје.
- Кодексот на новинарите на Македонија. (online), Достапен на:
http://www.znm.org.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=62&lang=mk (пристапено во април, 2018)
- McGonagle, T. (2009) 'Free expression and respect for others', in *Living Together: a handbook on Council of Europe standards on media's contribution to social cohesion, intercultural dialogue, understanding, tolerance and democratic participation*, Yasha Lange, (Ed.), Strasbourg: Council of Europe. Достапно на:
http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/livingtogether_en.pdf
(пристапено во април, 2018 година)
- McLuhan, Marshall. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill:New York.
- Орданоски, С., Исмаил, Ѓ., Станковски, Д., Ајдини, Г., Јаневска Делева, А. (2012) *Развојот на сопственичката структура на медиумите во Република Македонија: Заробена демократија, Транспарентност Македонија*: Скопје.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J. (1994) *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, Routledge: London and New York
- Пипа Норис. (2009) *Comparing Political Communication Theories, Cases and Challenges*, Frank Esser, Barbara Pfetsch, Cambridge University Press, превод: „Академски печат“: Скопје.
- Reese D. Stephen. (2009)“The global village and the networked society: Reflections on the media globalization myth”, (online)Essay prepared for the panel, “Globalizing Journalism: Where, How, How much, So What?”, Sponsored by Journalism Studies/Global Communication & Social Change Division, International Communication Association, Chicago, www.colorado.edu Достапно на:
<https://www.colorado.edu/journalism/globalmedia/kai%20hafez%20critique.pdf>
(пристапено во март, 2018)
- Recommendation (2003) on measures to promote the democratic and social contribution of digital broadcasting. (online) Достапно на:

- http://www.ebu.ch/CMSImages/en/leg_ref_coe_r2003_9_digital_broadcasting_280503_tcm6-5032.pdf
- Recommendation (2007) 16 of the Committee of Ministers on measures to promote the public service value of the Internet. (online) Достапно на: <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=1207291> (пристапено во март, 2018)
- Recommendation CM/Rec (2007)2 on media pluralism and diversity of media content. (online) Достапно на: <https://wcd.coe.int/wcd/ViewDoc.jsp?id=1089699> (пристапено во март, 2018)
- Ричлиев, Зоран. (Ноември 2017) Препораки за зголемување на интегритетот и професионалноста на онлајн медиумите, Регионалната Платформа на Западен Балкан за застапување на слободата на медиумите и новинарската безбедност, Здружение на новинарите на Македонија: Скопје.
- Совет за етика. (Август, 2017) Саморегулација или регулација на интернет медиумите во Македонија, Цивика мобилитас, Швајцарска агенција за развој и соработка: Скопје.
- Williams, Kevin. (2006) “Competing Models of Journalism? Anglo-American and European Reporting in the Information Age”, (online) *Journalistica* 2, Достапно на: <file:///C:/Users/Iskra/Downloads/1788-6922-1-PB.pdf> (пристапено во април, 2018)
- Zankova, B. (2009) „Dialogue, Understanding and Social Cohesion“, in *Living Together: a handbook on Council of Europe standards on media’s contribution to social cohesion, intercultural dialogue, understanding, tolerance and democratic participation*, (online) Yasha Lange, (Ed.), Strasbourg: Council of Europe, www.coe.int Достапно на: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/livingtogether_en.pdf (пристапено во април, 2018)
- Закон за изменување и дополнување на Кривичниот законик, (online) Сл. весник на Р Македонија, бр.142 од 13.11.2012 година, достапно на: <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=233> (пристапено во април, 2018)
- Закон за граѓанска одговорност за навреда и клевета, (online) Службен весник на Р Македонија, бр.142 од 13.11.2012 година, Достапно на: <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=6426> (пристапено во април, 2018)
- Закон за радиодифузна дејност, (online) Службен весник на Р Македонија, бр. 100 од 21.11.2005 година, Достапно на: <https://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Zakon-za-radiodifuznata-dejnost-21-11-2005.pdf> (пристапено во април, 2018)
- Закон за спречување и заштита од дискриминација, (online) Службен весник на Р Македонија, бр. 50 од 2010 година, Достапно на: <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=4846> (пристапено во април, 2018)