



И Н С Т И Т У Т
ИКС
ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ

**РЕЗИМЕ
ЗА ЈАВНИ
ПОЛИТИКИ**

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ
ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА:
**НОВИНАРСКАТА ЕТИКА
ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА**

РЕЗИМЕ 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 Цигал
Уредници: Жанета Трајкоска, Бојан Георгиевски
Дизајн: Љубен Димановски
Печати: Винсент Графика
Тираж: 100



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.

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Скопје

316.77:174.4]:004(497.7)

ЦИГАЛ, Сеад

Поголема одговорност или засилена пропаганда : новинарската етика во дигиталната ера / [автор Сеад Цигал]. - Скопје : Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, 2018. - 22 стр. : илустр. ; 30 см

Публикацијата е во рамки на проектот: „Изразување на јавниот интерес: зголемување на моќта на медиумите и граѓаните во штитењето на јавните политики во Македонија.“. - За авторот: стр. 14

ISBN 978-608-4805-07-6

а) Новинарска етика - Дигитална технологија - Македонија
COBISS.MK-ID 106462474

СОДРЖИНА

	ВОВЕД.....	6
ГЛАВА 1	ЕТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА.....	8
ГЛАВА 2	СОСТОЈБАТА ВО МАКЕДОНИЈА.....	12
	ПРЕПОРАКИ.....	15
	ЗА АВТОРОТ.....	17
	ЗА ПРОЕКТОТ.....	18
	ЗА ИЗДАВАЧОТ.....	19

ВОВЕД

КАКО СЕ ПРОМЕНИ МЕДИУМСКИОТ СИСТЕМ ВО ПОСЛЕДНИТЕ ДЕСЕТИНА ГОДИНИ?

Традиционалниот медиумски модел на собирање, уредување и објавување на информациите е изменет во корен. Порано, за собирање информации беа задолжени обучени новинари и професионалци, за уредување на информациите беа одговорни уредниците, а информациите беа објавувани во одредени временски интервали. Денес, информациите кои влијаат врз креирањето на јавното мислење директно се објавуваат не само од новинари, туку и од блогери, граѓански новинари, корисници на социјалните мрежи, активисти, партиски пропагандисти, „онлајн инфлуенсери“, сè до автоматизирани ботови и софтверски креатори на лажни вести и содржини. Објавувањето информации е демократизирано, секој корисник на интернет располага со средства да биде „медиум“, но во овој нов систем кој е „уредник“ кој ги филтрира и бира информациите? Тоа повторно е корисникот, кој е и уредник на информациите кои ги прима.

Воспоставен е нов децентрализиран и глобален мрежен модел на инстантно информирање кој користи повеќенасочен проток на информации. Тој ги заменува еднонасончните радиодифузни системи на електронските медиуми и дистрибуциската мрежа на печатените медиуми. Дигиталните медиуми имаат таква трансформациска моќ што наметнуваат преиспитување на самите основи на традиционалното новинарство. Не се менува само технологијата за работа на медиумите, туку се менува природата на целокупниот процес на информирање. Информацијата не е повеќе

готов производ за пасивно конзумирање, туку таа влегува во интеракциска игра на преиспитување, споредување, коментирање и селектирање.

КОИ СЕ КЛУЧНИТЕ ЕТИЧКИ ПРОБЛЕМИ ВО МЕДИУМИТЕ ПРЕДИЗВИКАНИ ОД НОВИТЕ ТЕХНОЛОГИИ?

Истражувачите сметаат дека технологијата за комуникација е неутрална кон етичките прашања и дека не постои технолошки детерминизам кој однапред одредува дали тие технологии ќе бидат штетни или корисни. Нивното влијание го одредува употребата од страна на човекот. Етиката останува категорија која е одредена од човековата волја и активност. Сепак, технологијата има особеност да ги засилува ефектите од човековото однесување и етичко поведење. Степенот на медиумска и политичка култура има големо влијание какви промени предизвикуваат новите технологии.

Тоа пред сè се наплив на дезинформации и лажни вести, објавување на непроверени информации, гласини и шпекулации, засилување на говор на омраза и дискриминација, манипулативни визуелни содржини, повреди на приватноста, непочитување на авторските права и злоупотреби на анонимноста.

КАДЕ Е МЕСТОТО НА НОВИНАРИТЕ ВО НОВАТА ДИГИТАЛНА ЕРА?

Интернетот и комуникациските технологии создадоа „четврт вид новинарство“, т.н. „кибер новинарство“, односно „дигитално новинарство“ или „онлајн новинарство“, кое се надоврзува на печатеното,

радиското и телевизиското новинарство. Медиумската сфера постапно се преобликува во комуникациски простор кој новинарите мора да го споделуваат со други „објавувачи на информации“ кои имаат директен пристап до масовната публика. Новинарите веќе не се единствените или најважните „менаџери на јавното информирање“. Таа улога сега ја споделуваат со граѓанските новинари, блогерите, онлајн креаторите на јавното мислење, „инфлуенсерите“ од социјалните мрежи и редица нови комуникатори. Новинарите од „четврта власт“ станаа само дел од четвртиот ешалон во дигиталната ера.

Брзото зголемување на бројот на медиуми и на извори на информации влијаеше да се зголеми брзината на протоколот на информации. Повеќе медиуми со повеќе информации, влијаеше граѓаните да примаат сè повеќе и повеќе информации. Денешниот просечен корисник на интернет прима информации на дневна основа колку што човекот од почетокот на XX век примал за неколку години. Драматично е зголемена рецепцијата на информации, а поединецот е во трка да ги провери сите извори и теми кои го интересираат. Интерактивната природа на дигиталните медиуми влијае уште побрзо да ги примаме и преработуваме информациите, да ги споделуваме со други, да ги коментираме и да го искажеме ставот за нив.

Како последица на забрзувањето и зголемената информациска рецепција, информациите постапно се минимализираа, поедноставуваа и шаблонизираа. Насловот на медиумскиот напис често е единствената информација која корисниците ја примаат и таа им служи сами да го склопуваат мозаикот и контекстот на веста. Визуелните информации добиваат на значење и полка го претркуваат текстот како основен начин за информирање. Една слика, илјада зборови, едно видео е цела новинарска репортажа. Просветителскиот ум на читателот навикнат на текст е принуден да се прилагодува на супер-брзите инфор-

мации кои до него стигаат преку фотографии, видеа, gifови, анимации, мимови, фото-монтажи и други визуелни форми.

Со појавата на онлајн медиумите се сменија и дотогашните системи за монетизација на информациите. Загубата на гледачите и читателите кај традиционалните медиуми предизвика намалување на приходите, затворање на голем број медиуми и отпуштања на новинари и медиумски работници. Овој финансиски притисок негативно влијаеше врз професионалната дисциплина и почитувањето на етичките правила. Медиумите често се приклонуваат кон очајнички мерки за привлекување внимание, зголемување на читаноста и користат секакви трикови да ги навлечат корисниците на своите содржини. Поголем дел од овие практики се далеку од етички. Медиумите од системот на „произведување и продавање квалитетни информации“ беа втурнати во новата „економија на привлекување внимание“ (attention economy), а резултат на тоа беше брзо опаѓање на дотогашните професионални стандарди и етички принципи.

Етичките стандарди доживуваат удар поради слабата мотивираност на медиумите да ги следат строгите правила на професионалното новинарство во ситуација кога нивното функционирање е загрозено до степен на опстанок. 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. Според многу автори и аналитичари забележлив е сериозен недостаток од интерес и конзистентност во третирањето на овие прашања. Медиумите се повеќе фокусирани на изнаоѓање нови бизнис модели, запоставувајќи го барањето решенија за новите проблеми во новинарската етика, кои пак се клучен елемент за враќање на довербата во медиумите, а со тоа и до финансиска консолидација.

ЕТИКАТА НА МЕДИУМИТЕ ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

ДАЛИ СЕ СМЕНИЈА ЦЕЛИТЕ НА ЕТИЧКОТО НОВИНАРСТВО?

Целите остануваат исти, но начините за нивно постигнување се изменети. Како да се обезбедат веродостојни извори на информации, како да се филтрираат важните од неважните и лажните информации, како да се биде одговорен во информирањето, како се штитат приватноста, угледот и хуманите вредности на засегнатите страни во известувањето, и многу други. Прашањето е како да се реформира новинарството, а тоа да може успешно да ја врши функцијата на јавно информирање. Општествените фактори постојано се менуваат, но етичките принципи остануваат универзални во различни околности. Етиката не застарува, застаруваат само начините како да се одржуваат нејзините принципи. Токму затоа, онлајн медиумите треба да имаат исти права и да бидат подложени на истите обврски како и традиционалните медиуми, односно етичките принципи не се менуваат со промена на медиумот.

Опасностите од злоупотреба на информации и повреди на човечките права се очекува во иднина да се зголемуваат. Новите технологии во голема мера го олеснуваат надзорот и масовното следење 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 кои со навремено откривање и сигнализирање за евентуални злоупотреби ќе ги алармираат граѓаните и надлежните. Новинарите и медиумите мора да имаат клучна улога во спречување новите комуникациски технологии да се развиваат во своевиден „дигитален паноптикон“. Новинарите треба да ја преземат улогата на „етички комуникатори“ во дигиталната ера и да ги диктираат стандардите во етиката употреба на информациите.

Лесното и брзо креирање и дисеминирање на информациите го менува целиот процес на подготвување на квалитетна 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 станаа сè поретки, додека исти информации можеа да бидат пронајдени кај повеќе извори. Се појавија нови „медиуми клонови“ кои се директни или комбинирани копии од другите онлајн медиуми. Настана и парадокс на онлајн новинарството: повеќе медиуми, а помалку вистински и оригинални информации. Ова е последица на прекинувањето на претходните новинарски практики за собирање информации. Новинарите често наместо директно од терен, преземаат непроверени и недозволен содржини од интернет и социјалните мрежи.

**ВЛИЈАНИЕТО НА АНОНИМНОСТА ВРЗ
ИНФОРМИРАЊЕТО ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА?**

Во голем број етички кодекси опасноста од користење анонимни извори е особено нагласена како пракса при која треба многу да се внимава. Кај медиумите на интернет 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 уредникот, се далеку под елементарните етички принципи.

Дигиталните платформи 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 негативно врз јавната комуникација. Под велот на анонимноста се објавуваат големи количества пропагандни содржини и различни форми на дискриминација и говор на омраза. Анонимноста која дава поголема слобода на интернет, во сферата на информирањето често се злоупотребува за објавување лажни информации, ад-хоминем напади, кампањи на дискриминација и омраза, и други негативни појави. Според многу експерти и етички кодекси, анонимноста ја поттикнува злонамерната и неодговорна комуникација. 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.

Препораките се дека анонимните извори треба да се одбегнуваат или ако се иницијална информација задолжително да се проверуваат со други извори на информации. Анонимните коментари на веб-страниците и социјалните профили на медиумите се прикачена содржина која станува дел од информацијата која стигнува до корисникот. Етичките кодекси препорачуваат пост-модерација, а уредништвото на онлајн медиум има одговорност веднаш да ги отстрани деловите кои не се во согласност со етичкиот код.

Интернетот и новите медиуми им олеснуваат на новинарите да дојдат до бараните информации. Сепак, често се јавува проблемот со премногу контрадикторни информации и информации со нејасни извори. Новинарите често се исправени пред предизвик на кои извори на информации да им веруваат. Во трка со времето и конкуренцијата новинарите често објавуваат едностранни стории, без вклучување на засегнатите страни и ги игнорираат информациите потребни за оформување на целосната слика на 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 кредибилен извор. Потпишувањето на текстовите, импресумот на медиумот и редакцијата, јасните наводи за изворите на информации, се сметаат основни критериуми за доверба.

Веродостојноста на изворите и вистинитоста на информациите е во директна поврзаност со процесот на градење доверба во медиумот. Во Кодексот на ЗНМ се наведува дека „основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината“. Оваа одредба станува уште поважна за новинарството во дигиталната ера. Потребата од брзо објавување информации не смее да биде на штета на прецизноста и кредибилноста на информациите. Онлајн содржините треба да се објавуваат внимателно

НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

како и печатената содржина, и секогаш кога е тоа можно да бидат подложени на уредничка проверка. Без разлика на платформата и околноста на објавувањето, информацијата мора да биде проверена, потврдена и со наведен извор.

ШТО Е ТОА КОНВЕРГЕНЦИЈА НА МЕДИУМИТЕ?

Дигиталната или медиумската конвергенција, претставува појава која вклучува поврзување на компании за компјутерска и информатичка технологија, телекомуникациски мрежи и провајдери на содржини. Конвергенцијата се манифестира не само како мешање на различните технологии и платформи за комуницирање, туку и преку квалитативни промени, односно мешање на новинарството со односите со јавноста, блогирањето, жаргоните на социјалните мрежи и рекламирањето. Техниките кои се развиени во политичката комуникација и односите со јавноста сè почесто се користат и во новинарството. Во медиумските настани на политичарите често 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 појави во кои новинарите се гол спроводник и имаат „споредна улога“ во информирањето се крајно штетни за довербата во медиумите. Честа негативна појава е преземање на таблоидни содржини од интернет сајтовите и профилите на социјалните мрежи.

Конвергирањето 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 јазикот на социјалните мрежи. Според Советот на Европа, „сееко 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 активности за проширување на етичките и новинарските стандарди. 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 се именува како „професионално лидерство кое ќе ги подига новинарските стандарди“.

КАКО ТРЕБА НОВИНАРИТЕ ДА ГИ КОРИСТАТ СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ?

Новинарите ги користат социјалните медиуми да ги споделат своите стории и информации и да го зголемат бројот на читатели. Медимските 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. 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.

Преку присутноста на новинарите на социјалните мрежи во подем е т.н. „коментирачко новинарство“. Врмувањето на своите написи со лични коментари често ги доведуваат новинарите во конфликтни ситуации со уредниците, општествениите актери и корисниците на социјалните мрежи, што придонесува кон заострување на конфликуозноста и создава дополнителен притисок врз новинарите. Новинарите често ги искажуваат своите ставови за одредени прашања и го напуштаат не-

утралното анализирање. Забележан е силен тренд на враќање на ова коментирачко новинарство кое било популарно пред развојот на објективното новинарство на почетокот од XX век. Новинарите имаат слобода да даваат разумен личен коментар во прилог на написите кои ги објавуваат. 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. Овие препораки за внимателност се однесуваат како на изнесување ставови, така и на останати активности онлајн“.

Еден од главните трендови во онлајн информирањето 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, врамнување или заземање на агол од кој се прикажуваат. Визуелните материјали треба да се објавуваат во склад со јавниот интерес во рамки на темата, а да се избегнува сензационализмот.

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 навредливиот говор, дискриминацијата, повредите на приватноста и говорот на омраза брзо се прошируваат и стануваат честа појава. Во Македонија овие аномалии се проширија до степен што медиумите и новинарите не само што не спречуваа, туку и самите креираа такви содржини и ги објавуваа.

Приватноста на дигиталните платформи всушност е „споделена приватност“, каде контролата за личните податоци и информации ги споделуваме со онлајн сервисите, вебстраниците и социјалните мрежи. Ова носи поголема изложеност на повреди и злоупотреби на приватноста. Новинарите со поддршка на јавноста и само-регулациските тела треба да ги повикуваат институциите да ги применуваат законските решенија, вклучително и во делот на консолидација на медиумскиот пазар.

СОСТОЈБАТА ВО МАКЕДОНИЈА

Новинарските стандарди најчесто се нарушуваат на интернет медиумите. 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. Информирањето наместо сервис за јавноста често преминува во кампањи и „информациска војна“ на разните групи во општеството. Политичката пристрасност е во забележлив пораст, а позицијата на неутралност станува исклучок.

Од прегледот на поплаки поднесени до Комисијата за жалби (КЖ) при Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ), 80 проценти, се однесуваат на написи и објави во онлајн медиумите. Најголем број се однесува на „неточно известување“, односно објава на лажни информации и дезинформирање, потоа дискриминација, клевети, говор на омраза, нарушување на приватноста, нарушување на честа и угледот, неетичко известување и повреда на 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.

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 одомакуваат 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.

КЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Новинарството и етичките принципи во дигиталната ера се под влијание на многу надворешни фактори кои носат позитивни и негативни промени. 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 секако обид да се справиме со овие проблеми и да најдеме оддржливи решенија, бара подобро разбирање на сложените процеси зад нив.

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 стекнување 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 зголеми 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.

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. Неприменувањето 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 неприменувањето на законите често се должи на опстојување на закоравен паралелен систем на неписани закони (од идеолошка, политичка и економска природа, како и непотизам и корупција), кои влијаат да се оддржува култура на неприменување 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

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА: НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

на успешни медиуми кои водат сметка за етичките принципи, квалитетните информации и професионалните стандарди, е препорачлив модел како позитивните практики 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 практики 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 доволно 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 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“¹.

1 <https://goo.gl/8oBkxx>

ПРЕПОРАКИ

- Етичките принципи не се менуваат со промена на медиумот – се разликуваат само начините како тие се применуваат и се дополнуваат со неопходни практични спецификации. Затоа, се препорачува ревизија на Етичкиот кодекс на новинарите во делот на одредбите со поголемо значење за онлајн медиумите, како на пример: утврдување на веродостојност и вистинитост на информации на интернет, заштита на авторските права и на приватноста преку интернет, како и користење на социјалните мрежи и други јавни форуми од страна на новинарите.
- Неопходно е понатамошно зајакнување на само-регулацијата со практична работа на дополнителни активности. Тие треба да овозможат нејзина поширока поддршка и поширок дијалог во медиумската заедница проследен со инклузивни активности, обуки, дебати, ситражувањасобири и други форми на професионална соработка.
- Особено важен е „принципот на професионално лидерство“ при кое медиуми кои ги применуваат етичките принципи и новинарски стандарди ќе бидат признаени и истакнувани во општеството и медиумската заедница, со цел промовирање и проширување на практикувањето на етичките принципи.
- Примената на законите е од суштинско значење за функционирање на медиумите. Медиумите, новинарите и само-регулаторните тела треба да имаат проактивен однос во регистрирање на аномалиите и во вложување легитимен јавен притисок врз институциите неселективно да ги применуваат законите. Неопходни се и финансиски оддржливи решенија за функционирање на саморегулаторните тела.
- 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 кој обезбедува услови за етичко и професионално работење на медиумите.
- Новинарите мораат да го задржат принципот на транспарентност кон читателите на онлајн платформите, особено во поглед на авторството, изворите, балансираноста, неутралноста и коментирањето на информациите.
- Брзината на онлајн информирањето и обемноста на достапните содржини не може да биде изговор за пренесување неточни и непотврдени информации.

ПРЕПОРАКИ

Корисникот 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 да бидат соодветно ажурирани.

- Новинарите при известувањето треба да одбегнуваат директно пренесување и репродукција на дискриминациски содржини и говор на омраза преку објавување текст и визуелни материјали со ваква содржина. Овие содржини на интернет можат лесно да бидат проширени и извадени од контекст, или пак преработени, а со тоа да го прошират својот негативен ефект. Професионалните медиумие треба да бидат филтер и брана наспроти виралната дисеминација на штетни информации и содржини.
- 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 активности од јавен интерес.
- Употребата на визуелни материјали (фотографии, видеа, анимации) мора да биде внимателна и целосно во согласност со етичките принципи. Таа мора да води сметка за авторството, контекстот, аголот на презентирање и приватноста.
- Користењето на содржини и материјали од социјалните мрежи, вклучувајќи фотографии и видео снимки, мора да биде во согласност со етичките принципи и социјални норми на морално однесување, и да биде во прилог на јавниот интерес, а не кон сензационализам и нарушување на приватноста. Објавување на вакви материјали мора да води сметка за авторството и согласноста на засегнатите страни за нивна новинарска обработка и објавување.
- 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, со цел да се намали или минимизира нивниот ефект.
- 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 реструктурирање на редакциските состави и позиции.

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 одбрал 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 презентационски 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.

РЕЗИМЕ ЗА ЈАВНИ ПОЛИТИКИ

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА:

НОВИНАРСКАТА ЕТИКА ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА

ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ
ИЛИ ЗАСИЛЕНА ПРОПАГАНДА:
НОВИНАРСКАТА ЕТИКА
ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА



British Embassy
Skopje

И Н С Т И Т У Т



ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ