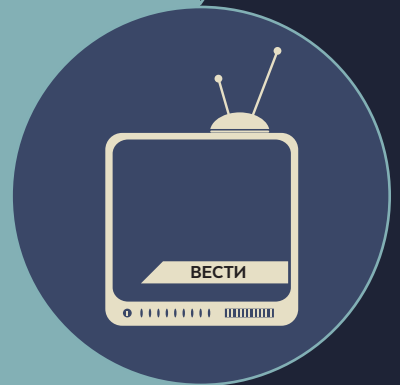


ПРИРАЧНИК

▶ НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈА ОД КОРУПЦИЈА И ПРОМОВИРАЊЕ НА ЕТИКАТА ВО МЕДИУМИТЕ

АВТОР: Д-Р ИВИЦА СИМОНОВСКИ

ЈУНИ 2022, СКОПЈЕ



ПРИРАЧНИК : НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈА ОД КОРУПЦИЈА И
ПРОМОВИРАЊЕ НА ЕТИКАТА ВО МЕДИУМИТЕ

Автор: д-р Ивица Симоновски

Издавач: Совет за етика во медиумите на Македонија

Скопје, јуни 2022

Овој прирачник е подготвен од д-р Ивица Симоновски, ангажиран од Советот за етика во медиумите во Македонија, со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата на САД за меѓународен развој (УСАИД). Мислењата изразени во овој прирачник му припаѓаат на авторот и не ги изразуваат ставовите на Агенцијата на САД за меѓународен развој или на Владата на Соединетите Американски Држави.



USAID
ОД АМЕРИКАНСКИОТ НАРОД



СОВЕТ ЗА ЕТИКА
ВО МЕДИУМИТЕ НА МАКЕДОНИЈА



СОДРЖИНА

ВОВЕД	5
ПОГЛАВЈЕ I: КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ	9
1. ТИПОВИ НА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ	11
1.1. ПОТКУП, МИТО И ИЗНУДА	11
1.2. ПРИМАЊЕ НА ПОДАРОЦИ И ОБЈАВУВАЊЕ НА РЕКЛАМИ И ЛАЖНИ ВЕСТИ	12
1.3. НЕПОТИЗАМ	13
1.4. ЗАРОБУВАЊЕ НА МЕДИУМИТЕ	14
2. МАНИФЕСТАЦИЈА НА КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ	15
2.1. СПРОВЕДУВАЊЕ НА НАРЕДБИ СПРОТИВНИ НА НОВИНАРСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ И ЕТИКА	15
2.2. ПОЈАВА НА МЕДИУМИ СО НЕТРАНСПАРЕНТНА СОПСТВЕНИЧКА СТРУКТУРА	16
2.3. СЕЛЕКТИВНО ИНФОРМИРАЊЕ	17
3. ТРАНСПАРЕНТНОСТ ВО МЕДИУМИТЕ	17
3.1. ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНИЧКАТА СТРУКТУРА	18
3.2. ЗЛОУПОТРЕБА НА ПРАВНИТЕ ЛИЦА – МЕДИУМИТЕ	21
4. ГЛАВНИ ПРИЧИНИ (ДВИГАТЕЛИ) ЗА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ	24
ПОГЛАВЈЕ II: МОЌТА НА МЕДИУМИТЕ ВО БОРБАТА ПРОТИВ КОРУПЦИЈАТА – РИЗИК И КОНТЕКСТ	26
1. ПРОФЕСИОНАЛНИ СТАНДАРДИ ВО МЕДИУМИТЕ	28
1.2. ЕТИЧКИ НОРМИ	30
2. ВНАТРЕШЕН СИСТЕМ НА ИНТЕГРИТЕТ	33
2.1. САМОРЕГУЛАЦИЈА НА МЕДИУМИТЕ	33
3. УЛОГАТА НА ИНТЕРНЕТОТ КАКО ДИГИТАЛНА ПЛАТФОРМА И ИМПЛИКАЦИИТЕ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЈА	37
ЗАКЛУЧОК	39
НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНИРАЊЕ НА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ	40
1. НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈА НА НОВИНАРОТ ЗА ИНВОЛВИРАНОСТ ВО КОРУПЦИЈА	41
2. ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА МЕДИУМИТЕ	41
3. ПРЕПОРАКИ ЗА ЗАКОНСКИ ИНТЕРВЕНЦИИ И ПОДОБРУВАЊЕ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ЗАКОНИТЕ	44
4. ЗАЈАКНУВАЊЕ НА СВЕСТА ЗА РИЗИЦИТЕ ОД КОРУПЦИЈА КАЈ МЕДИУМИТЕ И НОВИНАРИТЕ	45
5. НАСОКИ ЗА СЕММ ЗА ПОДОБРА РЕГУЛАЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ	46
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	47

АКРОНИМИ

ДАМУ - Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги

ЕУ – Европска Унија

ЗНМ – Здружение на новинари на Македонија

ICANN - Интернет корпорацијата за доделување на имиња и броеви

ИРЛ - Истражувачка репортерска лабораторија

ITU - Меѓународната унија за телекомуникации

ОЈО ГОКК - Основно јавно обвинителство за гонење на организиран криминал и корупција

РСМ – Република Северна Македонија

САД - Соединетите Американски Држави

СЕММ - Совет за етика на медиумите во Македонија

FATF – Financial Action Task Forces/ Оперативна група за финансиско дејствување

W3C - Конзорциумот на светската мрежа



ВОВЕД

Медиумите честопати се нарекуваат четврти столб во демократијата. Тие имаат клучна улога во следењето и истражувањето на работењето на јавните институции и навремено информирање на јавноста. Сепак, медиумите и новинарите не се имуни на корупција. Иако постои само ограничено истражување и свесност за корупцијата во медиумите, постои широк консензус дека развојот на независни, законски заштитени, професионално управувани и економски одржливи медиуми за вести, е од суштинско значење за обезбедување на отчетни, одговорни и етички медиуми.¹

Во земјите во развој, медиумите често се соочуваат со комбинација на фактори кои создаваат плодна почва за корупција, како што се:

- ▶ **Недостаток на обука и технички вештини;**
- ▶ **Ниски професионални стандарди;**
- ▶ **Ограничени финансиски ресурси;**
- ▶ **Комплексни сопственички структури каде најчесто претставници од власта или лица блиски до нив се инволвирани и**
- ▶ **Несоодветни и недемократски правни рамки.²**

Корупцијата во медиумскиот пејсаж може да биде појавена во различни форми како на пример:

- ▶ **Пошкуй;**
- ▶ **Примање на подароци и објавување на реклами и лажни весџи;**
- ▶ **Нејошизам;**
- ▶ **Заробени медиуми (од приватни или политички интереси).**

Борбата против корупцијата во медиумите може да вклучи различни пристапи преку кои ќе се обезбеди имплементација на соодветни правни рамки за гарантирање на независноста и зајакнување на слободата на медиумите, транспарентност во сопственичката структура и отчетност за сработеното, подигање на свеста за етичките стандарди и промовирање на медиумска одговорност и отчетност, како и поддршка на истражувачкото новинарство преку техничка обука.³

Како битни предуслови за борба против корупција во медиумите се воспоставени и имплементирани соодветни **правни рамки** со цел гаранција за обезбедување на правото на информирање и слобода на медиумите. Воедно, правните рамки треба да овозможат

1 Wasil Schauseil (2019), *Overview of corruption in the Media*, U4 Anti-Corruption Resource Center and Transparency International, Види повеќе на: <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/overview-of-corruption-in-the-media>;

2 Исто.

3 Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Center and Transparency International, види повеќе на: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries>;

континуирано ревидирање на правилата и прописите кои го ограничуваат опсегот на правото на информирање, како што се на пример некои рестриктивни закони за клеветата или пак скапите и бирократски процеси и постапки за регистрација и лиценцирање. Ова ќе придонесе за заштита на новинарите од политичко самоволие, законско казнување или пак насилство.⁴

Независноста, односно слободата на информативните медиуми, печатени и радиодифузни, треба да биде во иста корелација како и со независноста на судството. Бидејќи, остварениот степен на независност и во двата система претставува клучен индикатор за достигнатото ниво на владеење на правото и демократијата во една држава. Во принцип, слободните медиумите не треба да се повикуваат на одговорност пред политичарите, бидејќи истите служат како противтежа на корупцијата во јавниот живот. Оттука, медиумите мора да добијат посебна заштита во насока на професионалното и непристрасното извршување на редовните обврски. Во спротивност се создаваат поволни услови за практично осакатување на граѓанското општество, не само поради недостатокот на информации и создавање на медиумски мрак, туку и од ширењето на лажни вести и дезинформации, како и од неможноста да се предизвика јавна дебата, што всушност претставува една од компонентите за оценување на слободното и отвореното општество.

Сопствеништвото во приватните медиуми со себе ја носи опасноста од појава на конгломерат од масовни медиуми. Концентрацијата на сопствеништво на медиумите претставува сериозна закана за медиумскиот плурализам, кој пак е еден од основните услови за развојот на демократијата и остварувањето на основните човекови права – правото на слобода на изразување. Од друга страна, концентрирањето на сопствеништвото на медиумите во рацете на неколкумина може да ги замолчи гласовите на несогласување и да претставува закана за демократијата преку својата способност да манипулира со мислењето на електоратот. Ова е закана што ја налага потребата од силно и принципиелно регулирање за да се ограничат фузирањата и преземањата. Земјите треба да се погрижат за тоа на медиумскиот пазар секогаш да постои натпревар/компетитивност. Од друга страна, транспарентноста на медиумите во поглед на сопственичката структура како и достапноста и јавното публикување на финансиските извештаи треба да биде исклучителен и принципиелен манир на секој медиум во борбата против корупцијата. Меѓутоа, не треба да се заборава дека живееме во еден глобализиран свет, во кој сателитската ера и интернетот се во постојан подем, појавата на он-лајн медиумите кои законски не се регулирани, го поткопуваат темелот на принципот на транспарентност и отчетност.⁵

Според резултатите од едно истражување за перцепцијата од корупција за онлајн медиумите, спроведено од надворешната консултантска куќа ДЕСО за потребите на

4 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

5 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

Советот за етика на медиумите во Македонија (СЕММ), било утврдено дека заради нерегулираноста на овие медиуми, но и заради финансиската нестабилност, онлајн медиумскиот сектор е подложен на корупција најмногу од бизнис секторот, но и од политичките партии и државните институции. Испитаниците конкретизирале дека најмногу се подложни сопствениците на информативните портали и уредниците, а најмалку новинарите.⁶

Во насока на обезбедување на водечки принцип во насока на ефикасно извршување на својата професија, **професионалните стандарди на новинарите** треба да бидат воспоставени преку обезбедување на соодветна техничка обука за професионално информирање и откривање на коруптивни активности, како и воспоставување на **Кодекс на етика** каде што јавно ќе се дефинираат нивните функции, правата и должностите, спречувајќи на тој начин појава и пенетрација на коруптивни елементи во функционирањето на медиумите. Од тој аспект, меѓународната заедница, граѓанското општество и владите треба да ги засилат своите напори за градење на професионални стандарди и соодветни капацитети во новинарската фела кои непречено и непристрасно ќе спречуваат појава на коруптивни активности во рамки на своето функционирање и паралелно ќе придонесуваат во навременото откривање на појавни облици на корупција во општеството и навремено информирање на јавноста и надлежните институции за тоа. Со други зборови, често пати новинарите се јавуваат во улога на свиркачи, јавно објавувајќи коруптивни активности за поедини политичари, политички партии или моќни интересни групи, а за кои надлежните истражни органи не преземале соодветна активност за нивно гонење, имаат потреба од заштита од државата преку законски уредени решенија.

Надзорот и отчетноста на медиумите е исто така ефикасна алатка и пристап за борба против корупцијата во медиумите. Тука, регулаторните тела играат важна улога во следењето на медиумите и обезбедување на исполнување на етичките стандарди од страна на новинарите. Овие тела мора да бидат независни и ослободени од било какво надворешно влијание и мешање и да воспостават системи за одговорност на медиумите и новинарите со цел обезбедување на гаранција дека и медиумите и новинарите ги почитуваат етичките правила.⁷

Од друга страна, улогата на медиумите во борбата против корупцијата, преку спроведување на **истражувачко новинарство** е од исклучително значење. Истражувачкото новинарство е едно од клучните оружја што може да ги користи јавноста за навремено откривање на криминални активности, вклучувајќи и коруптивни активности и корумпирани типологии, придонесувајќи за одговорно и отчетно владеење, промовирајќи го јавниот интерес.

6 Габриела Андреевска и Ристо Карјаков (2022), Ставовите за корупција во онлајн медиумите во Северна Македонија, DeSo Development Solution,

7 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, Fighting corruption in the media, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

Сè повеќе се посветува внимание на трошењето на јавните пари во медиумите, вклучувајќи ги и онлајн медиумите, (претежно за време на избори кога народни пари се слеваат во онлајн медиуми без импресум (уредник, сопствеништво и редакција), без почитување на одредени норми и стандарди за етичко известување на избори и почитување на Кодексот на новинари) а сето тоа аминувано од политичките партии. Од тој аспект, во насока на спречување на можни коруптивни активности, медиумите и онлајн медиумите треба да бидат регистрирани во регистри на професионални медиуми кои ќе имаат кредибилитет вклучувајќи ги и сите погоре наведени компоненти, а сето тоа во насока на зголемена професионалност, транспарентност и отчетност, непристрасност во информирањето, со една и единствена цел, спречување на корупција. При тоа, во процесот на регистрација, медиумот мора да задоволи минимум стандарди кои ќе бидат дел од препораките во овој Прирачник.

Целта на овој Прирачник, пред сè, наменет за медиумските работници и новинари, е да ја подигне свеста за ризиците од корупција во медиумите (печатените и електронските) како и давање на соодветни препораки за нивно намалување, како и препораки за зајакнување на улогата на медиумите во борбата против корупцијата.



ПОГЛАВЈЕ I: КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ

Корупцијата е метастаза која ги зафаќа сите витални органи на едно општество. Новинарската професија во основа е чесна и доблесна професија. Се разбира, новинарите и медиумите ни малку не се поштедени, а за тоа говорат низа лоши практики кои беа случени во годините наназад каде манифестирањата на корупцијата во медиумите најчесто била манифестирана преку платени владини кампањи или пак платени политички реклами со државни пари. Медиумите имаат потенцијал да бидат ефективна алатка за борба против корупцијата, но во исто време и самите се изложени на ризик од корупција.

Како најважен извор за информирање на јавноста, медиумите можат да претставуваат важен канал за манипулирање со јавното мислење во корист на сопствените и интереси на одредени политички или моќни бизнис групи. Различни медиумски канали може да се користат за прикривање на случаи на **малверзации, клиентелизам и проневера**, за што истите добиваат директни донации во натура, изнуда или пари за (не)покривање на новинари и уредници.⁸ Заробувањето на медиумите може да има и индиректни форми преку административни и законодавни регулативи (на пример: закони за лиценцирање), кои фаворизираат одредени политички или деловни интереси.

Поставувањето скриена реклама е уште еден начин да се влијае на медиумското известување, кое често произлегува од раширениот дослук меѓу новинарите, односите

8 Mendes, Maria. 2013. Overview of Corruption in the Media in Developing Countries, Transparency International U4 Expert Answer.

со јавноста и рекламните агенции. **Барање “реклама” за необјавување на некоја вест,** или барање на “награда” за објавување на информација се едни од најчестите форми на користени коруптивни техники во медиумскиот и новинарскиот свет. Исто толку опасно е и примањето поткуп како форма на корупција или пак појавата на непотизам при вработување или пак отпуштање на персонал само поради непослушност при следење на одредени уредувачки политики, спротивни на етичките стандарди во новинарството.

Од горенаведеното, можеме да заклучиме декакорупцијата во медиумскиот пејсаж може да биде појавена во различни типови како на пример:

- ▶ **Пошкуй;**
- ▶ **Примање на ѓогароци и објавување на реклами и лажни весѝи;**
- ▶ **Неѓоѓизам и**
- ▶ **Заробени медиуми (од ѓриваѓни или ѓолиѓички инѓереси).**

Една од целите на овој Прирачник ќе биде да ги објасни наведените форми на корупција и нивно манифестирање во медиумскиот свет, како и да ги потенцира клучните двигатели (главни причини) кои овозможуваат услови за нивна појава.



1. ТИПОВИ НА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ

1.1. ПОТКУП, МИТО И ИЗНУДА

Првиот аспект на корупција во медиумите е подложноста на самите медиуми и новинари кон коруптивно однесување. Иако можеме да кажеме дека новинарската професија е чесна и доблесна, сепак дел од нив не се имуни, ниту пак исклучени од инволвираност во коруптивни активности. Имајќи ја моќта на зборовите во медиумите, новинарите пред себе имаат огромна општествена и политичка моќ која често знаат да ја злоупотребат за свој личен интерес преку примање на мито или поткуп. Од друга страна, корпорациите кои бараат позитивен спин, имаат интерес за неискусни или неетички новинари.⁹

Постојат многу примери на новинари, уредници и медиумски куќи кои примиле мито или пак платен материјал маскиран како вести, или пак се обиделе или спровеле изнуда на пари за објавување на поволни стории или за необјавување на штетни стории во кои главните актери се одредени политички структури или моќни бизнис групи.

Истражувањето на Меѓународното здружение за етика во медиумите (Center for International Media Ethics - CIME)¹⁰ потенцира дека земањето мито преку разни форми (најчесто готовина) за уредувачки и неетички медиумски активности се вообичаени практики за неразвиените и земјите во развој меѓу кои спаѓаат и земјите од Јужна Европа, вклучително и земјите од Западен Балкан. Имено, медиумите и новинарите можат да даваат мито кога:

- 1. имаат за цел да добијат повеќе информации за приказната и**
- 2. да пријават содржини со невистинити податоци и информации.**

Но, медиумот или новинарот можат да земат мито и да бидат поткупени кога:

- 1. сакаат да покријат одредена приказна или**
- 2. да се промени покривањето на настан во корист или неповолност на трето лице.**

Секако ваквите практики значајно го поткопуваат интегритетот и непристрасноста на медиумското известување, што во пракса резултира со објавување на т.н. “лажни” вести

⁹ Marcela Kunova (2021), *Who pays when a Journalist is bribed?*, Објавено: 13 April 2021, пристапено на 22.06.2022 година, види повеќе на: <https://www.journalism.co.uk/news/who-pays-when-a-journalist-is-bribed-/s2/a813127/>

¹⁰ Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Center and Transparency International, види повеќе на: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries>;

или измислени вести, пристрасни вести или пак вести кои се за продажба.¹¹

Во насока на подигнување на јавната и професионалната свест особено кај новинарите и медиумите, истите треба да знаат дека поткупот во медиумите може да се јави на следните три нивоа и тоа:

Ниво	(I) Меѓу-персонално ниво	(II) Внатре-организациско	(III) Меѓу-организациско ниво
Облик	Новинарот директно ја зема готовината од изворот на веста	Директно влијание од Уредникот врз новинарот давајќи му конкретни наредби и насоки што да пишува или да не пишува	Директен однос преку формален правен договор помеѓу Компанија и медиум, каде компанијата плаќа износ на средства во замена за објавување на одреден број на позитивни написи за конкретната компанија, вести со кој се напаѓа одредена конкурентска компанија или пак лажни вести.

1.2. ПРИМАЊЕ НА ПОДАРОЦИ И ОБЈАВУВАЊЕ НА РЕКЛАМИ И ЛАЖНИ ВЕСТИ

Политичките структури и моќните бизнис групи можат да го остварат своето влијание врз медиумите и медиумското известување преку алтернативни начини како што се давањето поткуп и објавување на реклами. Во неразвиените држави како и во државите во развој, ефектот на ниска плата на новинарот е клучен двигател. Имено, во такви опкружувања новинарите имаат тенденција да бидат особено ранливи на оваа форма на корупција. Ваквиот тип на медиумска корупција често пати е резултат од раширениот дослук помеѓу новинарите и организациите чија дејност е односи со јавноста и рекламирање.¹²

Иако медиумите и новинарите треба да бидат заштитени и независни од надворешни политички, корпоративни и други влијанија со цел да не ја загорзат уредувачката политика, сепак постои можност истите да бидат вклучени преку примање на различен

11 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

12 Бошњаковски М., Шопар В., Бојаровски З (2005), „Етика во Медиумите во Југоисточна Европа, Македонски Институт за Медиуми, 2005, стр. 6

вид на подароци и награди од оние за кои известуваат. Како таков пример можеме да го споменеме примерот со службената посета на делегацијата на Владата на РСМ во Рим, во рамки на одбележувањето на 24ти мај, денот на сесловенските просветители Св. Кирил и Методиј, каде можност добија само дел од приватните медиуми, без притоа јавно да се објават критериуми за селекција на новинари од страна на Владата на РСМ за изборот на истите. На ваков начин на селективен пристап на Владата, без никакви критериуми, може да се толкува и како фаворизирање на конкретни медиуми.¹³

Од друга страна пак, поставувањето на оглас во медиумите, особено во оние кои не се декларирани како такви, е уште еден начин да се оствари влијание на позитивно покривање на одредена вест, податок или информација за некое прашање, изопачувајќи ја уредувачката политика и процес на тој начин. Тука може да се издвојат неколку примери меѓу кои како најзастапени би ги издвоиле следните:

- ▶ Известување на медиумски организации за растечки тренд на компаниите за односи со јавноста кои користат псевдо-независни и објективни вести за да ги промовираат производите на нивните клиенти;
- ▶ Практика на земање на готовина за одредена вест или коментар вклучува прикажување на платена реклама како уреднички коментар или мислење;
- ▶ Објавување на скриени реклами кои можат да бидат појавени од политички причини, но само во случаите кога одредена политичка партија или кандидат ќе успее да стекне влијание врз одреден медиум.¹⁴

1.3. НЕПОТИЗАМ

Појавата на непотизам најчесто се јавува во постапките за вработување на новинари и други медиумски работници кои се блиски и имаат некакви врски и релации со раководството или сопственикот на медиумите. Ваквата пракса има за цел да создаде т.н. “робот” новинар кој под директно раководење и командување ќе ги извршува наредбите од уредникот, објавувајќи лажни или селектирани вести, информации и податоци, спротивно на интегритетот и етичкиот кодекс на новинарот. Ваква пракса може да биде појавена во случај кога одредена политичка партија, претставници на власта или пак моќни бизнис групи и корпорации ќе регистрираат медиум, вработувајќи новинари или пак лица без никаква пракса во новинарството, со цел да креираат и објавуваат вести со кои би се величел нивниот успех и успешноста во работата.

Истото се случува и при отпуштање на вработени професионални новинари кои водејќи се од принципите на интегритет и етика отворено се спротивставуваат на одредени

13 Тахири Сефер (2022), Интегритетот на новинарите, услов за независна уредувачка политика, објавено на 08.06.2022, види повеќе во: <https://kdpolitik.com/mk/2022/06/08/интегритетот-на-новинарите-услов-за-н/>

14 Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>

уредувачки политики и практики кои се спротивни на медиумските норми и принципи и нивна замена со т.н. “послушни” новинари кој немо ќе ги спроведуваат насоките од уредувачката политика.

1.4. ЗАРОБУВАЊЕ НА МЕДИУМИТЕ

Бидејќи масовните медиуми често се најважниот извор на информации за јавните работи на граѓаните, тие претставуваат и важно средство за манипулација со јавното мислење за приватни или политички интереси.

Заробувањето на медиумите е форма на неуспех на управувањето од страна на сопствениците на медиумите, што се случува кога истите ги унапредуваат комерцијалните или политичките грижи на државните и/или недржавните групи од специјални интереси кои ја контролираат медиумската индустрија, наместо да ги бараат тие групи одговорни и да известуваат во јавен интерес. Тоа е системски проблем на владеење каде политичките лидери и сопствениците на медиумите работат заедно во симбиотски, но меѓусебно корумпирани однос: сопствениците на медиумите обезбедуваат потполно покривање на вестите на политичките лидери во замена за поволен владин третман на нивните бизниси и политички интереси или пак сопственикот на медиумите може да изврши посуптилно и индиректно влијание врз административните одлуки или законодавни интервенции кои влијаат на медиумските регулативи во нивна корист.¹⁵

Резултатот од оваа појава може да доведе до создавање на хибриден режим, на половина пат помеѓу демократијата и тоталитарната држава. Гуриев и Трејсман ги нарекоа „информативни автократи“ новата типологија на политичките елити, чија главна стратегија за одржување на власта е да се обезбеди контрола на протокот на информации преку низа механизми без директно да се напаѓаат новинарите.¹⁶

1.4.1. ЗАРОБУВАЊЕ НА МЕДИУМИТЕ ОД РЕГУЛАТОРИТЕ

Еден од најзагрижувачките аспекти на феноменот на медиумско заробување се однесува на функционалноста на регулаторните органи задолжени за следење и санкционирање на дејствијата што ги прекршуваат медиумите во дел од законите од медиумската сфера. Кога тие не се независни, се среќаваме со таканареченото регулаторно заробување, поим кој укажува на тенденцијата на регулаторот да биде контролиран од политичките елити, со што ја унапредува нивната агенда на штета на професионалните стандарди.¹⁷

15 Види повеќе на: <https://www.cima.ned.org/themes/media-capture/>

16 Sergei Guriev and Daniel Treisman (2019), *Informational Autocrats*, Journal of Economic Perspectives—Volume 33, Number 4—Fall 2019—Pages 100–127

17 Resource Centre on Media Freedom in Europe (2019), *Media capture: Toolkit for 21st century autocrats*, види повеќе на: <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/Media-capture-Toolkit-for-21st-century-autocrats>

Според најдобрите меѓународни практики, регулаторите треба да бидат функционално и финансиски независни од државните органи. Меѓутоа, мешањето често го попречува правилното функционирање на овие институции. Меѓу другото, мешањето може да биде во форма на политизиран состав на управниот одбор, нереагирање во бројни случаи на прекршување на законот, партиско лиценцирање и несоодветно санкционирање на радиодифузерите за прекршување на постојните прописи.

Независноста на регулаторните институции е исто толку важна за медиумското опкружување како што се независните централни банки за монетарниот систем. Сепак, земјите се соочуваат со потешкотии при воспоставувањето и одржувањето на независни медиумски регулатори од причина што политичарите гледаат на независните регулатори како пречка за нивната способност да ги користат државните ресурси за да влијаат на медиумското покривање.

▷ 2. МАНИФЕСТАЦИЈА НА КОРУПЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ

Земајќи ги предвид погоре опишаните форми на корупција во медиумите, истите може да бидат манифестирани преку следните појавни облици:

2.1. СПРОВЕДУВАЊЕ НА НАРЕДБИ СПРОТИВНИ НА НОВИНАРСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ И ЕТИКА

Еден од најзачестените начини за манифестација на корупцијата во медиумите е нареданото објавување односно необјавување на одредени вести, податоци и информации за одредени општествени состојби, политички активности и злоупотреби. Најчесто, заробените медиуми спроведуваат нарачки пишувајќи и објавувајќи прилози преку кој се потенцира успехот на одредена политичка елита или власт, или пак се шират лажни вести и пропаганда, понатаму, можат да се креираат лажни перцепции за одредени општествени појави или настани, промоција на одредени артикли и производи и сл. Ваквите нарачки најчесто доаѓаат од одредени политички структури, моќни бизнис групи и компании или пак од одредени криминални или терористички организации, кои се засегнати од квалитетот на вестите, односно податоците и информациите кои медиумите и новинарите ги имаат за нив, а притоа директно се засегнати од нивно јавно објавување загрозувајќи ги на тој начин. Ваквите нарачки особено се пропратени преку два механизма:

- ▶ **Давање поткуп** – каде засегнатите страни затечени од ситуацијата нудат парични средства или друг тип на услуги во замена за објавување или необјавување на вестите, податоците или информациите.
- ▶ **Директни закани и агресии** – аде засегнатите страни особено криминалните или терористичките организации се служат со цел упатување на директна закана кон медиумите и новинарите. (Пример за ова е терористичкиот напад на медиумската организација на Шарли Ебдо во 2015 година, која објави сторија исмевајќи одредени религиозни групи, по што следеше и терористички напад врз новинарите).

Во најголем дел, почитувајќи ја вертикалната поставеност во хиреархијата, новинарот водејќи се од околностите и материјалната егзистенционалност мора да ја следи наредбата издадена од уредникот.

2.2. ПОЈАВА НА МЕДИУМИ СО НЕТРАНСПАРЕНТНА СОПСТВЕНИЧКА СТРУКТУРА

Регистрирањето на медиумите, меѓу кои и онлајн медиумите, каде сопственичката структура не е позната и не е транспарентна, постои можност за злоупотреба и корупција од причина што најчесто позади ваквите медиуми се кријат политички партии или моќни бизнис групи.

Ова особено е истакната кај онлајн медиумите кои не се законски регулирани и кои служат како платформа за медиумско објавување на она што сопственикот на онлајн медиумот сака. А најчесто позади нив стојат политички партии кои го искористуваат овој нерегулиран простор за објавување на успехите на своите реализирани политики или пак произведуваат и објавуваат лажни вести за своите политички опоненти. Бидејќи не се регулирани, тука се јавува можност за појава на судир на интереси помеѓу сопствениците на онлајн медиумот и политичката партија. Ваквите онлајн медиуми најчесто се појавуваат пред започнување на изборниот процес и служат пред сè за манипулација на јавното мислење преку објавување на лажни вести и невистинити содржини за политички опоненти. Ваквата пракса е забележана и во Република Северна Македонија каде онлајн медиуми се регистрираат непосредно пред започнувањето на изборниот процес и истите се регистрираат во регистар на Државната изборна комисија, со цел добивање на одреден буџетски надоместок кој што му следува на онлајн медиумот за непречено информирање на изборниот процес, и се избегнува регистарот на професионалните медиуми (promedia.mk).

2.3. СЕЛЕКТИВНО ИНФОРМИРАЊЕ

Во егзистенцијалната борба за опстанок, различен е пристапот кај малите и големите медиуми, особено оние на локално ниво каде популацијата сè повеќе се намалува и компаниите згаснуваат поради немање на соодветна работна сила. Во такви услови медиумите се финансираат од објавување на реклами од овие компании. Во обид да ги задржат за свои клиенти, медиумите посегнуваат по селективно или необјективно информирање и објавување на информации особено ако таквата компанија која е клиент на медиумот, извршува нелегални активности. Во таков случај, со цел задржување на финансиските потреби, новинарите и медиумите не објавуваат стории и вести со кои ќе ја загрозат репутацијата на компаниите.



3. ТРАНСПАРЕНТНОСТ ВО МЕДИУМИТЕ

Транспарентноста често се третира како лек во политичкиот процес. Сè додека ресурсите, приходите, инвестициите, сопственоста и така натаму, на јавните и приватните компании се транспарентни, аргументот продолжува, државната регулаторна политика може да се избегне бидејќи во таква констелација на нештата е непотребна. Ова се однесува и на индустрискиот и услужниот сектор на економијата и на политиката - на пример, фармацевтската, земјоделската, вооружувачката или суровина индустрија, како и политичките партии и лобирачките организации.

Медиумите се особено погодени од овој идеал, бидејќи вестите и информациите се сметаат за важни за благосостојбата на демократијата и демократското одлучување.

Каролин Бол (2009) развил три главни значења за транспарентноста:

- ▶ **Ојшшо ѝ признаена норма.** Транспарентноста се сфаќа како норма општо признаена од општеството која има за цел да се спротивстави на корупцијата на сите нивоа во различни државни и приватни институции и организации. Транспарентноста овде се залага за отворено одлучување од страна на владите и за севкупно добро владеење. Во овој контекст, транспарентноста е поврзана со одговорноста и таа треба да има како директни така и индиректни ефекти - од една страна, преку транспарентно однесување на сите државни, јавни, комерцијални и непрофитни институции и организации, а од друга, преку меѓусебните контроли на институционално ниво. Ова ги вклучува и медиумските компании, кои имаат важна улога во обезбедувањето на транспарентноста на политиката, бизнисот и

граѓанското општество. Транспарентноста не само што се смета за противотров за корупцијата, туку придонесува и за балансирање на демократските дефицити во моќните институции, зајакнување на нивниот легитимитет во очите на јавноста.¹⁸

- ▶ **Отвореносќ.** Транспарентноста како норма поттикнува отвореност, а во исто време ја зајакнува загриженоста за тајноста и приватноста. Отвореноста не значи само отворено одлучување, туку и лесен пристап и користење на информации за вклучените и засегнатите лица и организации во контекст на процесите на учество и еманципација. И овде медиумските компании и новинарството играат амбивалентна улога за транспарентност, тајност и приватност.
- ▶ **Сложеносќ.** Транспарентноста во принцип може да значи сложеност, бидејќи вклучува кој одлучува, какви одлуки се носат и кои информации биле достапни во процесот на донесување одлуки. Според Бол, политичките и економските носители на одлуки создаваат транспарентност заедно со одговорноста, довербата, ефикасноста и ефективноста.¹⁹

3.1. ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНИЧКАТА СТРУКТУРА

Различните типови на компании - како што се компании, трустови, фондации, партнерства и други видови правни лица (тука спаѓаат и медиумите) - спроведуваат широк спектар на комерцијални и претприемачки активности. Сепак, и покрај суштинската и легитимна улога што ја играат во глобалната економија, под одредени услови, тие се злоупотребени за незаконски цели, вклучително и перење пари, мито и корупција, инсајдерски зделки, даночни измами и други незаконски активности. Тоа е затоа што, за криминалците кои се обидуваат да ги заобиколат мерките за спречување на перење пари и против финансирање на тероризмот, компаниите, меѓу кои и медиумите, се атрактивен начин за прикривање и претворање на приходите од криминал пред да се воведат во финансискиот систем.

Злоупотребата на медиумите би можела значително да се намали доколку информациите за правниот сопственик и за вистинскиот сопственик, за изворот на средствата на медиумот и за неговите активности се лесно достапни на властите и истите се јавно достапни, покажувајќи на тој начин отчетност и транспарентност.

Правните информации и информациите за корисна сопственост може да им помогнат на

18 Ball, C. (2009). *What is transparency?* *Public Integrity*, 11(4), 293–307. <https://doi.org/10.2753/PIN1099-9922110400>

19 Ибид;

органите за спроведување на законот и другите надлежни органи со идентификување на оние физички лица кои може да бидат одговорни за основната активност за која станува збор или кои може да имаат релевантни информации за понатамошна истрага. Ова им овозможува на властите да ги „следат парите“ во финансиските истраги кои вклучуваат сомнителни сметки/средства што ги имаат правните лица, односно медиумите. Сепак, земјите се соочуваат со значителни предизвици при спроведувањето мерки за да се обезбеди навремена достапност на точни информации за вистинските сопственици. Ова е особено предизвик кога вклучува правното лице (медиумот) има комплексна структура која во себе вклучува микс на физички лица, правни лица и правни аранжмани распространети низ повеќе јурисдикции, особено оние познати како даночни раеви.

Целта на стандардите на Financial Action Task Forces (FATF) за транспарентност и корисна сопственост е да се спречи злоупотреба на корпоративни возила за перење пари или финансирање тероризам. Сепак, се препознава дека овие стандарди на FATF ги поддржуваат напорите за спречување и откривање на други одредени категории прекршоци како што се даночните кривични дела и корупцијата. Во овој поглед, мерките што ги спроведуваат земјите за подобрување на транспарентноста во согласност со препораките на FATF може да обезбедат платформа за поефикасно решавање на сериозните проблеми како што е корупцијата, како и за исполнување на другите меѓународни стандарди.

Според членот 5 од Директивата за аудиовизуелни медиумски услуги (ДАМУ) во кодифицираната верзија на Директивата 2010/13/EU²⁰ досега само предвидуваше, дека давателите на аудиовизуелни медиумски услуги треба да направат достапни минимум информации за услугата што ја обезбедуваат во форма на:

- ▶ Името на давателот,
- ▶ Адреса,
- ▶ Детали за контакт и
- ▶ Детали за надлежните регулаторни или надзорни тела (каде што е применливо).

Оваа општа обврска за транспарентност на сопственичката структура беше воведена врз основа на тоа што, поради специфичната природа на аудиовизуелните медиумски услуги, особено во однос на влијанието на овие услуги врз начинот на кој луѓето ги формираат своите мислења, од суштинско значење е корисниците да знаат точно кој е одговорен за содржината и како и на кој начин би можеле да контактираат со нив.²¹

Транспарентноста и откривањето на информациите за сопственичката структура на медиумските компании, сепак, не беше опфатено со ова и затоа, постоечките

20 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services, OJ L 95, 15.4.2010, pp. 1–24.

21 Recital 45 of Directive 2010/13/EU.

релевантни правила на ниво на земји-членки не се утврдени со секундарното право на Европската Унија (ЕУ).²²

Меѓутоа, кога ДАМУ беше изменет според Директивата (ЕУ) 2018/1808, одредбата беше проширена, со многу слично објаснување за потребата од достапни информации за одговорноста за содржината, вклучувајќи информации за сопственичките структури. Членот 5(2) сега предвидува дека земјите-членки можат да усвојат законски мерки со кои се бара од давателите на медиумски услуги под нивна јурисдикција да направат достапни, покрај гореспоменатите информации, детали во врска со нивната сопственичка структура.

Новиот член 5(2) и точките 15 и 16, беа вклучени во изменетата директива на предлог на Советот. Во својот првичен предлог, Советот предложи обврската за транспарентност да вклучува информации не само за сопственичките структури, туку и за политички експонирани личности кои поседуваат даватели на медиумски услуги. Иако оваа формулација на крајот не беше усвоена, конечната верзија на член 5(2) е во голема мера во согласност со предлогот на Советот, иако беше надополнет во текот на преговорите за тријалогот со експлицитно упатување на основните права на вистинските сопственици на приватни и семеен живот, т.е. беше избрана формулација која е помалку рестриктивна за давателите на медиумски услуги.

Отворената формулација на член 5(2) гарантира дека постоечките национални одредби кои ги утврдуваат обврските за транспарентност за сопственоста на медиумите можат да останат во сила.

Транспарентноста, без оглед на контекстот во кој е постигната, може да доведе до зајакнување на довербата во условите и процесите што самиот медиум ги испорачува. Во исто време, овозможува надзор и мониторинг, без разлика дали се работи за потрошувачи, власти или истражувачи, и создава форма на одговорност за засегнатите компании. Регулативите за транспарентност, вклучувајќи ги и општите обврски за обелоденување и посебните барања за информации, често се користат во секундарното право за да се земат предвид јавните интереси. Ова е особено точно во медиумскиот сектор, каде што прашањето на транспарентноста се однесува на транспарентноста на содржината, односно информациите што се важни за демократскиот процес на формирање мислење, што пак има директно влијание врз основните слободи на изразување и информирање.

Од тој аспект, во натамошниот текст подолу ќе резимираме некои од правилата за транспарентност во секундарното законодавство на ЕУ, како и иницијативите за

22 See the European Commission's 2020 Rule of Law Report (COM(2020) 580 final), p. 22, and the accompanying country reports, https://ec.europa.eu/info/publications/2020-rule-law-report-communication-and-country-chapters_en; see also Smith C. and Stolte Y., "The Transparency of Media Ownership in the European Union and Neighbouring States", 2014, https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency_of_Media_Ownership_in_the_EU-09-26-2014.pdf.

саморегулација, со цел да се покаже важноста на транспарентноста како сеопфатен принцип, особено во правото на ЕУ, и како тоа се однесува на транспарентноста на сопственоста на медиумите.

Бидејќи Република Северна Македонија (РСМ) се обврзала да го транспонира европското законодавство во националната законодавна рамка, истото треба да биде усогласено и применливо.

3.2. ЗЛОУПОТРЕБА НА ПРАВНИТЕ ЛИЦА – МЕДИУМИТЕ

Општо земено, недостатокот на соодветни, точни и навремени информации за сопственоста на медиумите ја олеснува корупцијата и перењето пари со прикривање:

- ▶ Идентитетот на познати или осомничени криминалци или политичко експонирани личности кои можат да бидат дел од сопственичката структура;
- ▶ Вистинската цел на сметката или имотот што го чува медиумот, и/или
- ▶ Изворот или користењето на средства или имот поврзан со медиумот.

Праксата утврдила неколку примери како информациите за корисничката сопственост на медиуми може да се прикриена преку употреба на:

- а** **Школки компании** (кои можат да се основаат со различни форми на сопственичка структура), особено во случаи кога постои странска сопственост која е распространета низ јурисдикции;
- б** **Сложени сопственички и контролни структури** кои вклучуваат многу слоеви на акции регистрирани на име на други правни лица;
- в** **Акции на доносител** и гаранции за доносителите;
- г** **Неограничено користење на правни лица** како директори;
- д** **Формално именувани акционери и директори** каде идентитетот на предлагачот не е откриен;
- ѓ** **Неформални номинирани акционери и директори**, како што се блиските соработници и семејството;
- е** **Трустови и други правни аранжмани** кои овозможуваат поделба на законската сопственост и вистинската сопственост на средствата и
- ж** **Употреба на посредници при формирање правни лица**, вклучително и професионални посредници.

Овие проблеми во голема мера се влошуваат кога различни аспекти на правните лица имплицираат повеќе држави. Политичките експонирани личности, исто како и криминалците можат да создаваат, администрираат, контролираат, поседуваат и

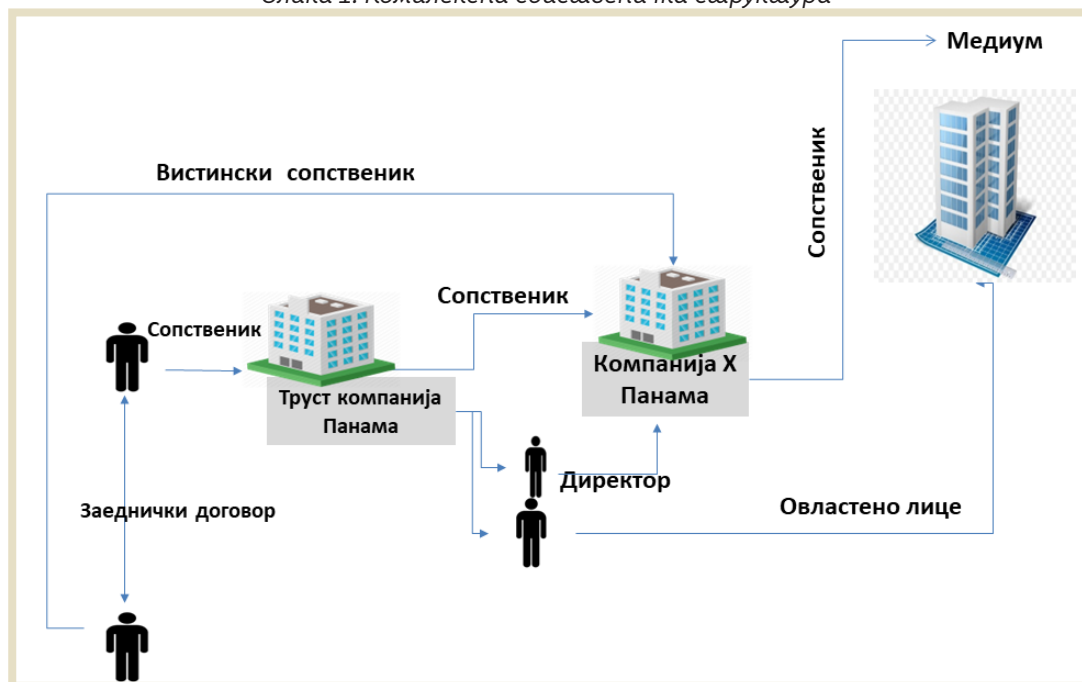
финансиски управуваат со правни лица регистрирани во различни земји, со што ги спречуваат надлежните органи во која било јурисдикција да ги добијат сите релевантни информации за правното лице кое е предмет на истрага за перење пари, или друго предикативно дело како што се корупција или даночно затајување и даночна евазија.

Структурите со повеќе јурисдикции (структури кои се состојат од серија корпоративни ентитети и трустови создадени во различни земји) може да биде особено тешко да се следат кога трансакциите помеѓу поврзани субјекти кои изгледаат легитимни се користат за перење приходи од криминал дела, вклучувајќи и корупција. Во такви случаи, одложувањата во добивањето меѓународна соработка потребна за следење на трагата на парите на крајот можат да ја фрустрираат или ја поткопаат истрагата.

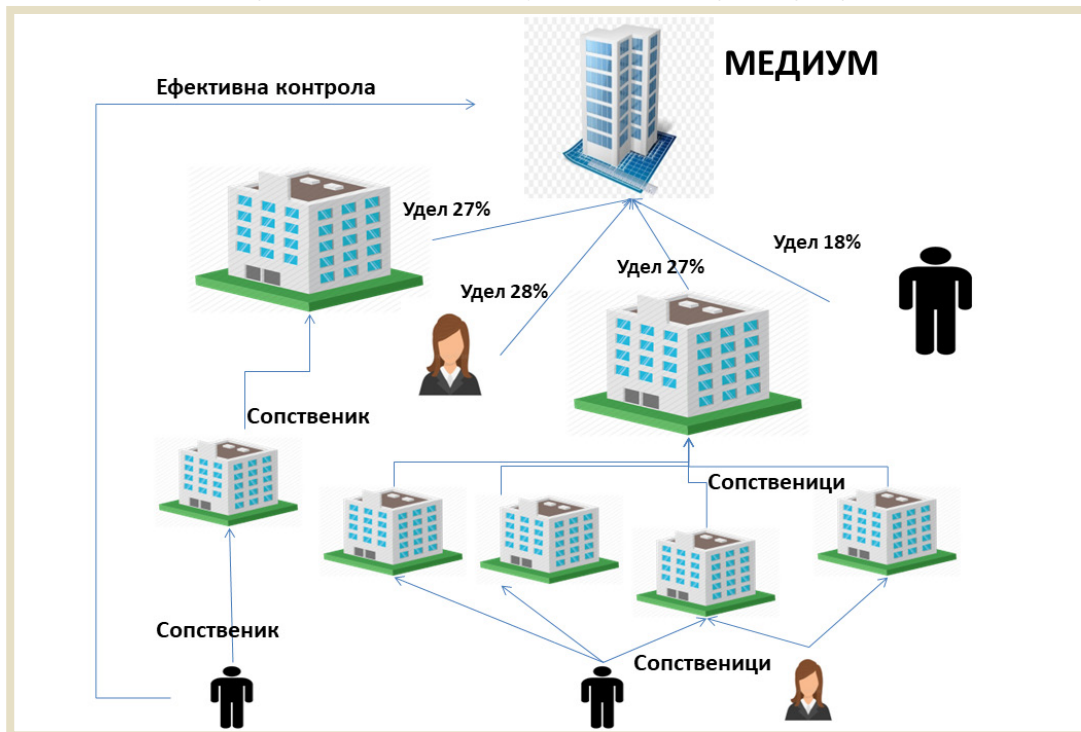
Правните лица со слични карактеристики како горенаведените, може да претставуваат повисок ризик за нелегално финансирање со средства кои потекнуваат од кривични дела. Најчесто таквите компании промовираат сложеност во сопственичката структура и ја зголемуваат тешкотијата за властите да добијат точни информации за вистинската сопственост (на пр., школски компании и акции на доносител) при спроведување на истраги во кои се вклучени правни лица (медиуми) осомничени за злоупотреба.

Според Симоновски & Ево (2022),²³ во насока на сокривање на вистинскиот идентитет на вистинскиот сопственик на правно лице – медиум, истите можат да ги користат следните комплексни сопственички структури:

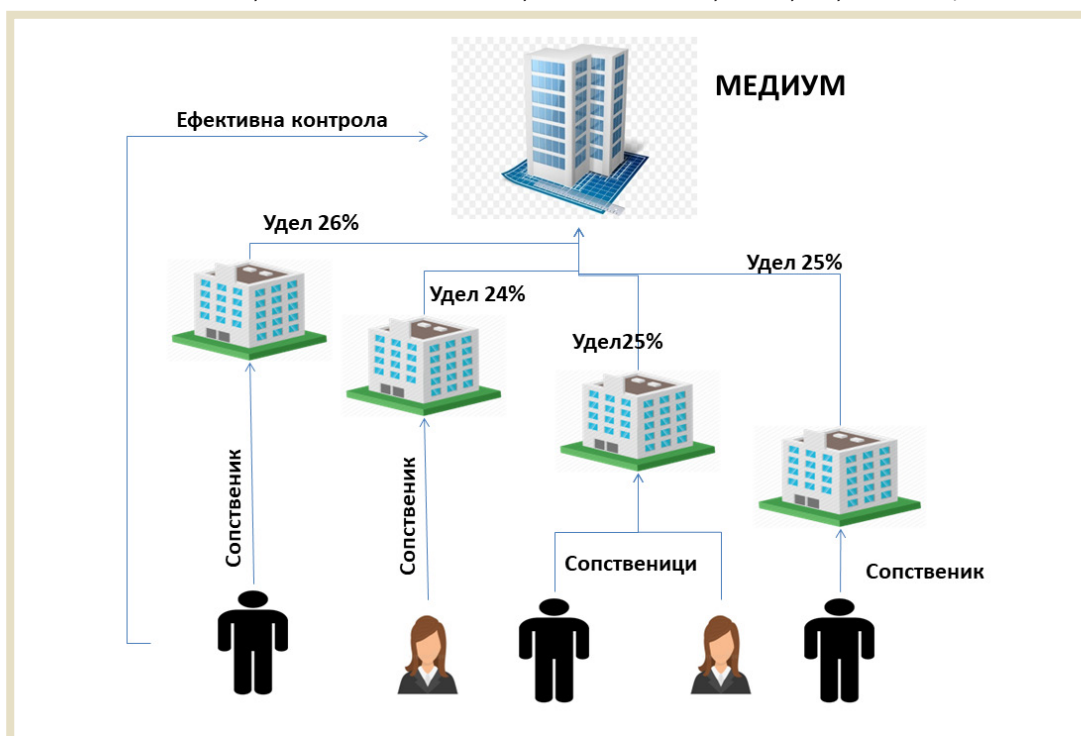
Слика 1: Комплексна сопственичка структура



Слика 2: Краен сојсџвеник со ефеќџивна конќџрола врз џравно лице



Слика 3: Краен сојсџвеник со ефеќџивна конќџрола врз џравно лице

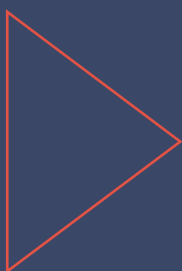


4. ГЛАВНИ ПРИЧИНИ (ДВИГАТЕЛИ) ЗА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ

Причините за појавата на корупцијата во медиумите можат да бидат различни, но генерално систематизирано може да ги поделиме на:

- ▶ **Нискиот економски стандард** – е главен услов за појава на корупција во медиумите. Новинарската професија во голем број на држави е ниско платена, па затоа новинарите честопати доаѓаат во искушение и тие да бидат подложни на мито и корупција. Лошата материјална, егзистенцијална и социјална положба на новинарите и нивните семејства ги ставаат новинарите во ситуација да ја злоупотребат професијата, односно да се стават во функција на нечији други интереси (политички, бизнис, финансиски) за што е потребно подобро синдикално организирање преку кое ќе ги остваруваат своите права.
- ▶ **Политички притисоци** – Политичките притисоци за постојана и континуирана застапеност во медиумскиот простор овозможува појава на корупција, на начин што медиумите преку директна спрега со властите можат да добијат во замена одредени поволности, неспроведување на контроли, поволности во регулацијата, како и добивање на субвенции.
- ▶ **Застрашување и уцена на работно место** – како што напоменавме и погоре, манифестацијата на непотизмот е присутна во медиумите од аспект што новинарите со цел да си задржат својот професионален интегритет и етички норми, не пристапуваат кон упатени уцени и закани од уредувачкиот менаџмент заради објавување односно необјавување на одредена строија, вести или сл. Овој двигател или причина за појава на корупција е во директна спрега и со нискиот економски стандард на новинарите од аспект што истите со цел да не го загубат своето работно место, трпат постојано притисоци и уцени.
- ▶ **Конекција на релација медиум – власт** – или таканаречен клиентелизам, во кој власта и медиумот се во директна спрега, каде власта преку буџетски средства ќе врши финансирање на одреден медиум за сметка на поволни вести и податоци за успешноста на власта.
- ▶ **Несоодветна правна рамка за регулација и саморегулација на медиумите** – Иако треба да биде како прва причина односно двигател, сепак потребата од регулација на работењето на медиумите, спроведувањето на надзор над нивното работење

притоа не загрозувајќи ја слободата на медиумите е од битно значење. Воедно и непостоењето на процес за саморегулација исто така може да доведе до појава на коруптивни елементи, како на пример: ако одреден онлајн медиум кој што е регистриран непосредно пред избори без притоа да има соодветно искуство, етички кодекс, нетранспарентност на податоците за сопственичката структура и финансиско работење, немање на импресум, немање на уредник/автор/новинар за вестите кој ги објавува, со цел добивање на одредени законски средства од буџетот наменети за професионално известување или пак добивање на субвенции од власта, во тој случај активно може да се збори за потенцијална појава на корупција.



ПОГЛАВЈЕ II: МОЌТА НА МЕДИУМИТЕ ВО БОРБАТА ПРОТИВ КОРУПЦИЈАТА – РИЗИК И КОНТЕКСТ

Моќта на медиумите во борбата против корупцијата може да биде разгледувана од две перспективи:

- 1 Можат да одиграат главна улога во разоткривањето на корупцијата;
- 2 Да покренуваат правни, политички и казни мерки против неа и
- 3 Саморегулација на медиумите преку подигнување на интегритетот и етичките стандарди, зајакнување на независноста на медиумите преку соодветни медиумски политики, промовирање на одговорност преку зајакнати и зголемен број на надзор и контроли од независни регулаторни тела, отчетност и транспарентност, како и поддршка на истражувачкото новинарство преку зајакнување на кадровските и техничките капацитети.

Во поглед на борбата против корупцијата, медиумите се клучен двигател, нудејќи на јавноста информации за владините, административните и деловните активности со кои општеството треба да биде запознаено, обезбедувајќи на тој начин на пошироката јавноста критичен капацитет да ги повика на одговорност оние што се на власт. Преку

навремено откривање, разоткривање, информирање и едукација за штетните ефекти на корупцијата за општеството во целина, медиумите можат значително да го зголемат политичкиот ризик на оние кои се изложени на коруптивни практики и да ја поттикнат критичката свест на граѓанското општество.

Капацитетот на медиумите како ефективна алатка во борбата против корупцијата е во директна зависност од степенот на нивната слобода. Според ова, слободните и независни медиуми би биле имале поголема ефикасност и ефективност во борбата против корупцијата. Факт е дека независните и слободните медиуми претставуваат важна алатка за надворешна контрола насочена за откривање на престапите на владините и деловните функционери. Независните новинари кои работат на конкурентни и плурални медиумски пазари треба да имаат силен поттик да ги откријат и разоткријат приказните и сомнежите закоруптивните активности во приватниот, а особено и во јавниот сектор. На тој начин преку медиумските извештаи се зголемува веројатноста сторителите на овие дела да бидат фатени и казнети за коруптивно однесување. На тој начин, медиумите можат да помогнат да се одржи политичкиот систем транспарентен и одговорен. Во спротивност, недостатокот на системот на транспарентност во владините политики и процесот на управување, може да доведе до создавање на ситуација и состојба во која граѓаните би ја изгубиле довербата во системот, што пак од друга страна ќе предизвика каскаден ефект преку граѓанска непослушност, односно, повлекување и неспроведување на основните граѓански одговорности.

Според Вивер (1977) слободата на медиумите може да биде дефинирана како:

- 1 релативно отсуство на владини ограничувања за медиумите;
- 2 целосно отсуство на владини и други ограничувања;
- 3 присуство на услови кои обезбедуваат ширење на мноштво идеи до поголем аудиториум.²⁴

Од друга страна, постои можност, позитивната корелација помеѓу независноста и слободата на медиумите и корупцијата во пониските нивоа, да не е секогаш толку очигледна и препознаена. Меѓутоа, доколку ваквите коруптивни активности во пониските нивоа станат дневна рутина и пракса, создавајќи на тој начин појава и општествено однесување, во тој случај, повторно, улогата на медиумите може да одигра значителна улога, пред сè во превенирањето преку навремено информирање и објавување на истражувачки стории.

Но, за да ова биде остварено и овозможено, се препорачува:

- 1 Да се направи разлика и да се проценат краткорочните и долгорочните ефекти на медиумите врз борбата против корупцијата;
- 2 Зајакнување на капацитетите на медиумите и истражувачкото новинарство до степен за навременото откривање на коруптивни активности.
- 3 Да се направи проценка дали големината и типот на медиумот може да има директно влијание врз свеста и ставовите и перцепцијата на граѓанското општество за нивото на корупција.

24 Weaver, David H. 1977. The Press and Government Restriction: A Cross-National Study over Time, in: International Communication Gazette, 23(3): 152- 70;



1. ПРОФЕСИОНАЛНИ СТАНДАРДИ ВО МЕДИУМИТЕ

Оние кои треба да се обединат во своите заложби за подигнување на професионалните стандарди се токму медиумите и со самото тоа тие се оние кои треба да ги зацврстат општествените позиции на новинарството. Соработката меѓу новинарите на полето на етиката е, исто така, одлична основа за обука за нивна соработка во барањето легитимни права од владите. Сепак, квалитетот никогаш не треба да биде предуслов за слободата.

Само целосно слободни медиуми може да бидат и целосно одговорни. Без слободни медиуми, граѓанското општество е осакатено, не само поради недостигот од информации, туку и поради неможноста да сепредизвика јавна дебата.

Показателите за бројот и видот на претставките упатени до Комисијата за жалби при СЕММ во текот на минатата (2021) година покажуваат дека **етичкиите и професионалните стандарди на новинарството најмногу се прекршуваат од онлајн медиумите (76,5%), а потоа од телевизиските (17,6%),** а од печатените весници и неделниците (4,4%). Од вкупно 68 поплаки поднесени до Комисијата во текот на минатата година, најголем број се од граѓаните (33,8%), потоа од медиуми и новинари (25%), од организации и здруженија од граѓанскиот сектор (22,1%), а од носители на јавни функции, институции и политички партии (19,1%). Од донесените 68 одлуки, во 38 случаи Комисијата утврдила прекршување на Кодексот на новинарите и изрекла морална санкција, а 16 жалби биле неосновани или надвор од надлежноста на Комисијата.²⁵

За СЕММ е најзагрижувачки фактот што најголем дел од прекршувањата се однесуваат на основните правила на етичкото новинарство: објавување точни, проверени и соодветни информации (во 60,5 % од случаите) и разграничувањето на фактите од мислењето на новинарот (во 34,2% од случаите). Во 31,5% од регистрираните случаи новинарите не ја негувале културата на збор и не го почитувале принципот на примерна комуникација со јавноста.

Особено загрижува и тоа што 23,7% од вкупниот број поплаки се однесувале на медиуми кои во јавноста ширеле збор на омраза, употребувале дискриминирачки искази или поштивале стереотипи, и на тој начин им нанесувале сериозна штета на припадниците на одделни групи.²⁶

Публиката, која се информира **главно од онлајн порталите** или од други медиуми кои не ги почитуваат правилата на етичкото новинарство, станува лесен предмет на манипулација

25 [Етичките и професионалните стандарди на новинарството најмногу се прекршуваат од онлајн медиумите \(semm.mk\)](#)

26 [Инфографик - Статистички преглед на одлуките на Комисијата за жалби за 2021 година \(semm.mk\)](#)

поради големиот број фабрикувани или полувистинити информации. Имајќи ја предвид огромната манипулативна моќ на дезинформациите и на фабрикуваните или лажните вести што се шират под маската на „сериозно новинарство“, а во насока на поголема афирмација на саморегулацијата, се апелира да се почитуваат правилата за интернет порталите.²⁷

Но, покрај воведувањето на овие правила медиумите треба да работат со професионален интегритет и да се заложат за доследна примена на основните принципи на етичкото новинарство.

Согласно тоа, медиумите треба да:

- ▶ Информираат, едуцираат и забавуваат;
- ▶ Поттикнуваат дебата за важни прашања од јавен интерес;
- ▶ Имаат клучна улога во градењето на демократско општество;
- ▶ Објективно и вистинито да ги претстават различните заедници во општеството и да го поттикнуваат почитувањето на разликите меѓу нив.

Додека пак, новинарите треба да:

- ▶ Ги повикуваат на одговорност носителите на државни и други јавни функции;
- ▶ Истражуваат и расветлуваат теми кои се од интерес на јавноста;
- ▶ Работат слободно, независно, во безбедно опкружување и се законски и социјално заштитени.

Ако медиумите и новинарите се изложени на притисок од различни центри на моќ, постои констелација на односи кои отсликуваат недоволно созреана демократска состојба; се влезени во клиентелистички „шеми“ или се во функција на исполнување политички агенди – тогаш страдаат професионалните стандарди.

Новинарството од јавен интерес е новинарство коешто обработува теми и е во функција на интересот или на користа за најголем број граѓани во општеството. Тоа е она кога новинарите и СЛУЖАТ НА ВИСТИНАТА!

Основна задача на новинариџе е да ја иочиишуваат вистината и иравошо на јавноста да биде информирана.

27 <http://semm.mk/sovet-za-etika-4/pravila-za-chlenstvo>

1.2. ЕТИЧКИ НОРМИ

Основниот медиумски етички принцип вели дека: „Новинариџе ќе џи бранат човековиџе права и слободаџа, ќе џо џочитџуваат џлурализмот на идеиџе и ставовиџе, ќе џридонесуваат за јакнење на џравнаџа држава и во контролаџа на власта и на друџиџе субјекти од јавниот живоџ“.

Кодексите на етика им обезбедуваат водечки принципи на новинарите за тоа како да ја применуваат својата професија. Имињата на овие кодекси се разликуваат: етички стандарди, етички повелби, кодекси на однесување, кодекси на работа, кодекс на етика, итн. Сепак, сите тие имаат слични цели: заштита на автономијата на професијата и служење на јавниот интерес. Кај нас е прифатен терминот „Етички кодекс“.

Етичкиот кодекс на новинарите во Македонија е создаден од новинарите уште во ноември 2001 година. Етичкиот кодекс е во согласност со етичките стандарди на Меѓународната федерација на новинари и е резултат на светски искуства и потребите за професионално работење на новинарската фела во Република Северна Македонија.

Тој се заснова на следниве етички принципи:

- ▶ Слободата на медиумите е неприкосновено право во Северна Македонија загарантирана со чл. 16 од Уставот;
- ▶ Новинарите имаат улога да пренесуваат информации, идеи и мислења и право да коментираат на чесен, објективен и точен начин;
- ▶ Право и должност на новинарите е да настојуваат да ја спречат цензурата и искривувањето на вестите.

Неоџходно џредуслови за џрофесионалноџ во медиумиџе се:

- ▶ Безбедност на новинарите, медиумските работници и заштита на нивниот личен интегритет;
- ▶ Економска и социјална независност на новинарските и медиумските работници;
- ▶ Одвоеност на редакција од раководството на медиумот и сопственикот;
- ▶ Транспарентни институции и отворена соработка со нив;
- ▶ Редакциски школи;
- ▶ Медиумска писменост на новинарите;
- ▶ Редакциите не смеат да бидат под притисок од политички и бизнис центри на моќ;
- ▶ Автономија и независност во својата работа, дистинкција меѓу информација и став, политичка избалансираност и плурализам на гледишта.

1.2.1. КАКО МЕДИУМИТЕ ШТО НЕ МУ СЛУЖАТ НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС СЕ КОРУМПИРАНИ

За да може да се разбере штетното влијание од актуелните релациски форми помеѓу политиката/политичарите и медиумите, мора да се осврнеме на прашањето за корупцијата.

Ако ги набљудуваме меѓународните мрежи на организиран криминал лесно ќе увидиме дека истите се успешно инфилтрирани во сите сегменти на човековото живеење, вклучително и во економијата и се проширени во целиот свет. Во сржта на сето тоа е корупцијата: владите им дозволија на системите и на нивните најважни елементи да дивеат, а подеднакво замижуваа и кога ваквите системи се распаѓаа, па финансиерите и бизнисмените продолжуваа непречено да трупаат богатство.²⁸ Корупцијата е силен индикатор на слаба демократија затоа што укажува на една политичка класа којашто станала цинична, неморална, изземена од контрола и тргната настрана од јавноста

Доказиџе за корупцираносџа на медиумиџе мора да се бараат на повеќе нивоа. Прво, дека медиумите не секогаш му служат на јавниот интерес, иако тоа ја сочинува рамката на новинарската работа. Потоа, дека токму доминантниот извор на приходи за медиумите (рекламите) е тоа што ја спречува медиумската индустрија да спроведе „демократизација однатре“. Во овој контекст треба да се зборува и за состојбата на новинарите, доминантните практики и нивната (не)способност критички да размислуваат за своето сопствено поведење. На крај мора да се земе предвид и проблемот на загубената доверба во владините институции (недовербата како последица од повисоките очекувања на општеството од демократските стандарди), па оттука и барањата за радикална транспарентност на институционалното работење треба да бидат придружени со механизмите на една прагматична демократија, односно демократија ориентирана кон заедничко решавање на проблемите. Во овој процес примарната улога на медиумите е да ги дефинираат и толкуваат метаконцептите што се протегаат надвор од постојните интерпретации на општествените процеси.²⁹

Ако сето ова го ставиме во поширок контекст, ќе видиме како корупцијата придонела демократијата да се изедначи со капиталистичкиот производствен систем и да се стигматизира државата во нејзината улога на активен заштитник на јавниот интерес во лице на наводно управување на пазарот, што создаде ситуација во којашто прашањето за приватизацијата на колективниот и државниот имот стана исклучиво политичко прашање, а не економско.³⁰ Како резултат на тоа добивме приватизација која доведе до замена на државната сопственост со очигледна приватна сопственост на политички мотивирани клиентелистички групи. Актуелните сопственички односи во медиумскиот

28 Schneider, L. (2014). *Media freedom indices: What they tell us—and what they don't*. Retrieved from <http://www.dw.com/popups/pdf/37157168/01-2014-media-freedom-indices-pdf.pdf>

29 Законот за радиодифузната дејност од 2005 го напишаа неколку работни групи основани во рамките на Центарот за развој на медиуми, а целокупниот процес го водеше и го координираше Роберто Беличанец, еден од најистакнатите активисти за слобода на медиумите и за човековите права во земјава.

30 Анонимно интервју со сопственик на национален радиодифузен медиум, Скопје, 26 јули 2013

сектор јасно покажуваат како функционира вратата на вртење помеѓу политиката и медиумите. За да се разбере како функционира корупцијата, треба да го разбереме нејзиниот основен принцип, односно начинот на којшто корупцијата влијае врз владеењето, или ако сакаме да бидеме попрецизни, како лошото владеење ја уништува демократијата.

Демократијата бара од лицата на власт да владеат во полза (а не во интерес) на сите. **Демократијата лежи врз слободата на изразувањето, слободата на говорот и слободата на медиумите. Корумпираниите медиуми ја означуваат смртта на демократијата.** Тие се длабоко недемократски институции коишто ја претвораат државата во приватна компанија. Меѓутоа, демократијата не е ниту именка ниту придавка. Таа е глагол што означува постојана проверка за тоа колку луѓето што се на власт во даден момент работат во полза на сите.³¹

Следствено на тоа, корупцијата нема национален префикс, ниту пак може географски да се лоцира – таа е глобален проблем. Кризата што ја опкружи медиумската индустрија и новинарството пред сè претставува криза на постојните модели на управување на медиумите. Пол Стар, го насочува вниманието кон една директна поврзаност помеѓу падот на индустријата на печатени медиуми и подемот на новите форми на корупција: **„новинарските текстови не се единственото нешто што ни го оставајќи весниците. Тие на јавноста ѝ даваат моќен начин да се контролира државата, а ваквата контрола е сега под ризик. Ако сериозно ја сфатиме идејата дека весниците се четвртиот поредок или четвртиот разгранок на власта, крајот на добрата на весниците имплицира промена и во самиот наш политички систем.** Весниците помогнаа да се контролираат корупциските трендови како кај власта, така и кај стопанството. Доколку сакаме да избегнеме една нова ера на корупција, ќе треба да ја повикуваме таквата моќ на друг начин. **Нашите нови техники не ги укинуваат нашите стари одговорности“.**³²

Борбата против корупцијата во медиумите, како и против изложеноста на нетранспарентните сопственички релации и методи на финансирање и критиката на падот на новинарството како практика на јавна контрола врз работењето на владините институции, истовремено претставува и борба за демократијата. Не е важно само да се идентификуваат негативните практики во работењето на медиумите, туку исто така и да воспостават нови форми на медиумско работење, во коешто битката за медиумскиот интегритет би била само една од клучните политички барања. Ефикасната медиумска политика е политика што воспоставува дијалог помеѓу медиумите (новинарите) и јавноста и создава средина за медиумско работење што би им овозможила на медиумите да се ослободат од јаремот на зависноста од приватните центри на моќ и да станат зависни од јавноста. За да се постигне оваа цел, треба да се оспорат постојните раководни, финансиски и сопственички модели во медиумскиот сектор.³³

31 West, D. M. (2005). *Digital government: Technology and public sector performance*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

32 Starr Paul (2009), *Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption)*, The New Republic, објавено на 04.03.2009, види повеќе на: <https://newrepublic.com/article/64252/goodbye-the-age-newspapers-hello-new-era-corruption>

33 MediaObservatory



2. ВНАТРЕШЕН СИСТЕМ НА ИНТЕГРИТЕТ

2.1. САМОРЕГУЛАЦИЈА НА МЕДИУМИТЕ

Медиумската саморегулација е заедничка заложба на медиумските професионалци да воспостават доброволни уредувачки насоки и да се придржуваат на нив во процесот на учење што е отворено за јавноста. Со тоа независните медиуми го прифаќаат својот дел од одговорноста за квалитетот на јавниот дискурс во земјата, истовремено целосно чувајќи ја својата уредувачка самостојност во обликувањето на тој дискурс.

Во исто време, саморегулацијата го штити правото на новинарите да бидат независни и да им се суди за професионалните грешки од нивните колеги, а не од оние што поседуваат моќ. Кога станува збор за коригирање на фактичките грешки или прекршувањето на личните права на медиумите, задоволството од одлуките на саморегулаторните тела го намалува притисокот врз судскиот систем за санкционирање на новинарите.

Саморегулацијата не е цензура, ниту, пак, самоцензура. Станува збор за воспоставување минимални принципи на етика, точност, лични права и така натаму, додека истовремено целосно се штити уредувачката слобода во однос на нештата за коишто треба да се известува и за мислењата што треба да се изразуваат.³⁴

Тоа значи дека:

- ▶ Новинарите ќе го прифатат “судот” во однос на професијата само од своите колеги и ќе бидат надвор од политичко и друго влијание.

Саморегулацијата е залагање од медиумските професионалци кои се свесни за потребата од квалитет во одржувањето дијалог со јавноста. Воспоставен механизам на поднесување жалби заради справување со оправданите грижи на рационален и автономен начин. **Очигледно дека само оние новинари, уредници и сопственици што се стремат кон создавање одговорни медиуми ќе се ангажираат во ваков вид дијалог.** Саморегулацијата може да биде воспоставена како во рамки на индустријата, така и во рамки на самите редакции. Надвор од медиумите, главни подносителите на жалби вообичаено се политичките институции и јавните личности, со оглед на тоа што известувањето и коментирањето на нивните активности е важна работа за сериозните медиуми. Но, подеднакво заинтересирани партнери се и протагонистите од граѓанското општество, како што се бизнис организациите, трудовите организации, религиозните и малцинските организации, традиционалните и нововоспоставените групи од интерес и, секако, поединечни претставници на публиката.

34 Мисија на ОБСЕ во Скопје (2017), ВОДИЧ за саморегулација во медиумите : ситише прашања и одговори, <https://www.osce.org/files/f/documents/5/3/316171.pdf>

Во Република Северна Македонија постојат две тела за саморегулација во медиумите:

- ▶ Советот на честа во Здружение на новинари на Македонија (ЗНМ)
- ▶ Комисија за жалби при Советот за етика во медиумите во Македонија (СЕММ)

Во Националната стратегија за спречување на корупцијата и судирот на интереси 2021-2025, отсуство на (само)регулација на онлајн медиумите што треба да се воспостави, а воедно и потребата од надградување на регистарот на професионални медиуми се дијагностицирани приоритетните проблеми кои генерираат висок ризик од корупција и притоа се идентификувани мерки за нивно надминување. Нерегулираноста резултира во нивно неконтролирано делување во медиумскиот простор, како во поглед на исполнување на професионалните и етички новинарски стандарди, така и во поглед на нивното сопствеништво и финансирање.³⁵

2.1.1. КОДЕКСИ НА ОДНЕСУВАЊЕ НА НОВИНАРИТЕ

Долго време се сметаше дека саморегулацијата е професионална одговорност на самите новинари, а сведоци бевме и на различни обиди да се кодифицира одговорноста на новинарите, често преку медиумот на нивните професионални здруженија. Иако постоечките кодекси имаат понекоја разлика, повеќето содржат заеднички елементи вклучувајќи ги принципите на вистинитост, точност, објективност, непристрасност и правичност.

Кодексите на однесување се лимитирани и се тешко одржливи. Во суштина, тие се професионални кодекси донесени доброволно од новинарите, но без санкции доколку се прекршат. Ако некое новинарско здружение избрка свој член односно вработен кој свесно прекршил таков кодекс, тоа не значи и понатамошна забрана истиот да работи како новинар. Но велат, грешката повторена два пати станува навика. Па оттука, медиумите треба да воспостават пракса која при вработување ќе се побарува референци од последните два до три работодавци. Ваквиот пристап ќе има за цел на профилирање на кандидатот новинар кој сака да се вработи во нова медиумска куќа.

Покрај ова, добро е познато дека новинарите многу често имаат мала моќ во рамки на нивните организации. Одлуките за тоа кои стории ќе се обработат, колкав буџет ќе се намени за секоја приказна и каков приоритет ќе се дава, обично ги носат уредниците или високите менаџери. Сопствениците на медиумите секогаш кога можат ја искористат својата моќ за да влијаат на тоа како се известува и како се објавуваат настаните, но и за да ги обликуваат приоритетите на медиумската организација. Во такви околности, етичкиот кодекс на новинарите би бил релативно немоќен.

Ваквата пракса налага создавање на механизам кој ќе им овозможи на затечените новинари улога на т.н. “укажувачи (свиркачи)” преку кој механизам ќе имаат можност

35 Државна комисија за спречување на корупција, Национална стратегија за спречување на корупцијата и судирот на интереси 2021-2025 <https://dksk.mk/wp-content/uploads/2021/01/Nacionalna-strategija-DK-SK-KONECNA.pdf>

да ги информираат соодветните надлежни тела за начинот на функционирањето во медиумот. Од друга страна пак, државата треба да воспостави механизам како овие укажувачи соодветно ќе ги заштити од понатамошни репрекусии. Во РСМ, Собранието го донесе Законот за заштита на укажувачите, но недовербата во правосудниот систем го фрла на колена овој механизам. Сепак како препорака, секој медиум треба да изготви интерни процедури за работа во кој ќе ги вгради механизмите за пријавување на неправилности во работата на медиумот, како и канали за информирање.

2.1.2. УРЕДУВАЧКА НЕЗАВИСНОСТ

Паралелно со етичките кодекси на новинарите, корисно е да постојат и **гаранции за уредувачка независност**, за да може новинарот да работи без директна контрола на комерцијалните интереси на сопствениците на медиумите. Под уредувачка независност се подразбира правото на новинарите да одлучуваат што да работат (која приказна/сторија), како и каде да ја објават истата - во весник, списание или електронски медиум, без оглед на ставовите на сопствениците. Ова треба да биде регулирано со интерните правила за работа на медиумските работници меѓу кои спаѓаат и новинарите, во секоја медиумска куќа односно медиум. Во повеќето земји, уредувачката независност не е дефинирана, што значи има релативно малку формални кодекси кои би објасниле што таа значи. Исклучок, за одбележување е, договорот помеѓу Националното здружение на норвешки весници (сега Здружение на норвешки медиумски бизниси) и Здружението на норвешки уредници, кои во 1953 ја усвоија декларацијата за правата и должностите на уредниците, која во Норвешка е позната како „Redaktørplakaten“ или Кодекс на уредниците.³⁶

Овој код го вклучува следново:

„Уредниците ќе ја промовира слободата на мислење и најдобро што може ќе се залаѓа за она што штојштоа чувствува дека му служи на (е корисно за) општеството. Преку својот труд уредниците ќе промовира нејприсилна и слободна размена на информации и мислења“.

Исто така, овој кодекс имплицира и дека уредникот е законски одговорен за содржината на медиумите што ги уредува. Иако во последниве години ова беше доброволен договор, забележани се и обиди да се направи правно обврзувачки.

2.1.3. ПРОФЕСИОНАЛНИ УПАТСТВА

Трет елемент на професионалната саморегулација се професионалните упатства усвоени од медиумските организации како прашање на уредувачката политика. Можеби најдобриот пример за ова се различните упатства усвоени од Би-Би-Си, кои треба да ја регулираат неговата цел/мисија. Општата рамка на упатствата на БиБиСи е изјавата за вредност³⁷:

36 <http://www.informaworld.com/smpp/content-db=all-content=a788048456-frm=titlelink>

37 <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidelines-editorial-values-introduction>

„...Поради тоа мора да ја ставиме во рамнотежа нашата претпоставка за слобода на изразување со нашите одговорности, на пример да ја поттикнуваме приватноста, да бидеме фер, да избегнуваме неоправдани навреди и да обезбедиме на нашата јублика соодветна заштита од шпејта“.

Овде постои свесна рамнотежа помеѓу слободата и одговорноста, односно признание дека слободата на медиумите (да работат независно од владината контрола), мора да стои рамо до рамо до одредени одговорности при остварувањето на таа слобода. Постојат детални упатства кои покриваат прашања како што се точноста, правичноста, непристрасноста, приватноста, избегнувањето на штета, одговорностите на медиумите за време на избори, конфликтот на интереси и покривањето на чувствителни прашања како што се конфликти, млади луѓе, религија, криминал и сексуалност.

2.1.4. СТАНДАРДИ ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА

Постојат три испреплетени аспекти на професионалната саморегулација кои меѓусебно се зајакнуваат и кои формираат сеопфатен пристап кон професионалната саморегулација:

- ▶ Етички кодекси на новинарите;
- ▶ Стандарди кои обезбедуваат уредувачка независност;
- ▶ Медиумски организации кои поседуваат упатства за покривање на настаните.

Неизбежно ова покренува прашања за процесот т.е, како се поддржуваат овие самосувоени кодекси? Дали се потпираат единствено на моќта на моралниот поттик или можеби постои начин да им се даде сила?!

Во многу сектори на комерцијалниот живот, саморегулацијата е доверена на управување на тело од индустриски професионалци. Во медиумската организација класичен пристап е да се воспостави независен медиумски омбудсман (народен правобранител) – вработен во секоја медиумската компанија кој ќе прима и истражува поплаки од читатели, слушатели или гледачи за точноста, правичноста, рамнотежата и добриот вкус при покривањето на настаните. Тие можат да препорачаат соодветни корекции или одговори за да се поправат или разјаснат извештаите од вестите. На пример, омбудсманот на весникот „Гардијан“ во Обединетото Кралство објавува редовна листа на корекции и појаснувања како одговори по жалби на објави во весникот, а исто така има и овластувањето одлучува за посериозни жалби, но и да ја промени уредувачката политика на весникот.

▷ 3. УЛОГАТА НА ИНТЕРНЕТОТ КАКО ДИГИТАЛНА ПЛАТФОРМА И ИМПЛИКАЦИИТЕ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЈА

Комуникациското опкружување се трансформираше со можноста различните видови Кинформации (глас, звук, слика или текст) да се претворат во дигитален код, којшто стана достапен преку голем број електронски уреди - од персонален компјутер до мобилен (паметен) телефон. Со појавата на интернетот се трансформираше и комуникацискиот капацитет, од нешто суштински локално (било да е регион или држава) до медиум којшто е навистина глобален. Во својата прва инкарнација, интернетот и мрежата (web) привлекоа внимание со тоа што понудија нов глобален и безграничен простор способен да ја избегне традиционалната цензура. Џон Гилмор, либеларен активист и основач на Фондацијата *ElectronicFrontier* (чие име ја сугерира неговата перспектива), беше цитиран во списанието Тајм како вели „Мрежата ја толкува цензурата како штета и рутите околу неа“³⁸.

Денес, се разбира, мрежата (нетот) стана повеќе спорен, затворен и национализиран простор, но и либералните можности и новите облици на доминација и контрола го преименуваа предизвикот на слободата на изразување во модерната ера. Кои се карактеристиките на овој простор кои влијаат на слободата на изразување?

Како мрежа над мрежите, интернетот е меѓународна платформа која нема сеопфатна јурисдикција. Ниту еден ентитет не управува со целокупниот интернет: управувањето го обезбедуваат различни компоненти и институции кои делуваат во сосема различни јурисдикции. На пример, еден програм може да се креира во Украина, да се постави на сервер во Америка и да се преземе во Гана.

Доколку има потреба од каква било интервенција на државата, не е јасно како таквите овластувања би се примениле на соодветен начин, со оглед на тоа дека не постојат начини за регулирање на содржината на меѓународно ниво, ниту пак консензус за нормите што треба да се применат. Како последица на тоа, голем акцент е ставен на важноста од саморегулација на интернет. Меѓутоа, во овој пристап постојат опасности. Не постојат прифатени саморегулативни стандарди кои се развиени за интернет-околината. Следствено, саморегулацијата, главно од страна на компаниите, се одвива во вакуум каде истата ја обликуваат комерцијални врски или приватен притисок од страна на владите.

38 Првпат цитиран од страна на Филип Елмер-ДеВит “First Nation in Cyberspace”, Time Magazine, 6 December 1993.

Во РСМ, иако не постои правна рамка која ќе ги регулира онлајн медиумите, сепак преку систем за саморегулација воспоставен од СЕММ, утврдил правила за прием на онлајн медиуми (интернет портали) во Регистарот за професионални онлајн медиуми³⁹, принципи на однесување на секој онлајн медиум⁴⁰ и насоки за етичко известување на онлајн медиумите.⁴¹

Во однос на обигаторните критериуми за прием на онлајн медиумите во Регистарот, **потребно е истите да се надополнат со следните предлог критериуми:**

- ▶ Изјава на сопственикот на медиуми и новинарите дека нема да објавуваат ширење говор на омраза, потпалувачки говор, национализам и дискриминација.
- ▶ Листа на завршени обуки од областа на професионалното новинарство спроведени од СЕММ, како гаранција за континуиран процес на градење капацитети за почитување на етичката рамка.

39 <https://promedia.mk/page2.php?lang=mk>

40 <https://promedia.mk/page3.php?lang=mk>

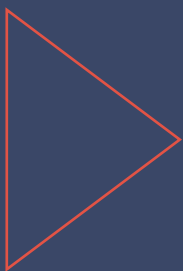
41 <https://semm.mk/etichki-nasoki/888-misijata-na-obse-vo-skopje-i-sovetot-za-etika-vo-mediumite-gi-objavija-prvite-nasoki-za-etichko-izvestuvanje-na-onlajn-mediumite-vo-severna-makedonija-2>

ЗАКЛУЧОК

Накратко, многу е важно да се препознае двојниот карактер на медиумите и нивните импликации. Прво, тоа е место каде што се дозволува слободна размена на идеи и мислења неопходни во една демократија и која токму затоа заслужува највисока заштита и слободи од мешање на државата. Второ, медиумот е сам по себе социјален актер, кој сам избира дали и/или како да покрива настани и чијашто уредничка позиција може да ги обликува настаните. На тој начин од него да се бара да дејствува на општествено одговорен начин. Токму овој двоен карактер ја прави ефективната форма на саморегулација толку суштинска.

Меѓутоа, саморегулацијата не е едноставна работа; таа поставува барања на сите нивоа, на медиумските организации, на самите новинари, на нивните уредници и менаџери, на пристапот на медиумската организација кон производството на содржините и целокупното однесување на медиумската куќа. Брзоразвивачката природа на онлајн медиумите и сложените правни прашања што ги поставува глобалното опкружување, ја ставаат саморегулацијата во срцето на медиумскиот пејзаж кој се развива.

Ако прифатиме дека саморегулацијата е неопходна алтернатива на државната контрола на медиумите, постојат два сеопфатни принципи. Прво, сите медиумски актери, професионални или деловни, имаат обврска да се придржуваат на правата и обврските кои произлегуваат од слободата на немешање на државата. Овие обврски треба да се фокусираат на потребите да се заштити и промовира слободата на изразување. Второ, сите такви обврски треба да бидат експлицитни и транспарентни и да бидат предмет на редовно известување во јавната сфера. Двата услови се од суштинско значење ако саморегулацијата треба да ја заштити слободата на изразување, а не само интересите на самите компании.



НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНИРАЊЕ НА КОРУПЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ

Врз основа на горенаведеното, потребно е да се донесат низа мерки и насоки за новинарите и медиумите со цел успешно превенирање на корупцијата во медиумите.

▶ 1. НАСОКИ ЗА ПРЕВЕНЦИЈА НА НОВИНАРОТ ЗА ИНВОЛВИРАНОСТ ВО КОРУПЦИЈА

При извршување на својата основна активност, новинарот треба да внимава со цел да не се доведе во ситуација да биде инволвиран во коруптивни активности преку примање на награди како на пример:

- ▶ Користење на возило за промоција од некоја автомобилска компанија;
- ▶ Наградни патувања за промоција и снимање на видео материјал за одредена туристичка компанија;
- ▶ Новинарски патувања на буџетски трошок организирани од владини институции со цел насочено информирање;
- ▶ Патувања организирани од извршната власт;
- ▶ Присуство на одредени семинари и советувања;
- ▶ Понуди за ручеци или вечери;
- ▶ Користење на бесплатни телефонски или компјутерски услуги;
- ▶ Користење на бесплатни мобилни телефони;
- ▶ Услуги за потесното семејство на новинарот или уредникот преку постапки за вработувања, школувања, доделување на стипендии;
- ▶ Доделување на субвенции на селектирани медиуми и новинари;
- ▶ Доделување на државнички награди на селектирани медиуми и новинари итн.

▶ 2. ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА МЕДИУМИТЕ

Потребно е да се донесат мерки преку кои би се промовирала транспарентноста на сопствениците и сопственичките структури на медиумите, но и истовремено да се спречи концентрација на сопствеништво и да се промовира медиумски плурализам, регулирање на уделите на странски сопственици во сопственичката структура во медиумите. Ова исто така има за цел да постигне спречување на судир на интереси и зголемен увид во сокриените политички и финансиски интереси кои можат да влијаат врз медиумската содржина, компромитирајќи на тој начин слабите и сомнителни деловни односи, при тоа загрозувајќи го интегритетот на медиумскиот систем.

За таа цел неопходно е следното:

Донесување на законски решенија за транспарентност на сопственичката структура над медиумите. Во продолжение дадени се конкретни насоки што нормите за транспарентност на сопствеништвото над медиумите треба да дефинира:

- ▶ **Дефинирање на медиумскиџе секџори на кои се огнесува барањето за џрансџаренџносџ** – Сеопфатен систем за транспарентност може да се постигне само доколку законските решенија ги опфаќа сите медиумски сектори (печатени, електронски и онлајн медиуми), но и по можност сите типови на компании кои на било каков начин се поврзани со медиумите (агенции за огласување, компании кои даваат информации за гледаност/слушаност/читаност, посетеност, дистрибуција и сл.). За да се опфатат во целост и онлајн платформите, барањето не треба да биде ограничено само на медиумите кои се регистрирани како правни субјекти, туку и на платформите на кои учествуваат автори и над чија содржина постои уредничка контрола.
- ▶ **Постојано ажурирање на податоците (најмалку 1 годишно) за промени во сопственичката структура (сопственици и акционери) и доставување на податоците до Централниот регистар.** Притоа, секоја злоупотреба на овој систем на сопственичка транспарентност за прикриена контрола и надзор на медиумите треба да се спречи со строго ограничување на надлежноста на надлежното тело на собирање информации за сопственоста.
- ▶ **Минимум основни податоци за сопственичката структура од која може да се утврди вистинскиот сопственик како на пример:**
 - Име и детали за контакт со медиумот;
 - Документи за основање;
 - Број на акционери чиј удел е поголем од 5%;
 - Име и контакт од директните сопственици кои имаат повеќе од 5% од уделите;
 - Идентитетот на оние со индиректна контрола или значителен интерес, над прагот од 5%;
 - Статус на државјанство/жителство на акционерите со над 5% учество;
 - Земја на седиште на компанијата која има над 5% удели;
 - Идентитетот на вистинските сопственици каде акциите се чуваат во име на друг, (на пр. преку брокерска или тивка сопственост).
- ▶ **Достапност и слободен пристап до податоците:**
 - Информациите за сопственоста треба да бидат јасно потпишани и лесно достапни на веб-страницата на медиумот и/или на порталот на централната власт.
 - Пристапот до информациите за сопственост во електронски формат треба да биде бесплатен. Надоместокот за пристап до печатените копии на

информациите треба да ги покрива само реалните трошоци за испорака (на пр. трошоци за копирање и поштарина) и никогаш не треба да биде толку висока што да ги одврати оние што сакаат да ги добијат информациите.

- Информациите објавени според законот специфичен за медиумите треба сами по себе да бидат доволни за да се идентификува сопственоста во централизирана база на податоци, без потреба од вкрстување со други регистри.
- Доколку има приложени оригинални документи, тие треба да се скенираат (на пример во PDF формат), да се поврзат со базата на податоци, а исто така да бидат достапни за преземање.

▶ **Зголемување на транспарентноста преку јавно објавување на информации за сопствениците кои имаат удели поголеми од 5%:**

- Удели на тие сопственици во други медиуми;
- Удели на тие сопственици во други компании кои не се медиуми;
- Позиции што ги има секој политичар или јавен службеник во медиумите;
- Семејни врски (вклучувајќи ја и дефиницијата за „припадност“) помеѓу кои било сопственици.

▶ **Транспарентност на влијанието во медиумот:** за да се разбере подетално не само кој е сопственик, туку и кој ги контролира медиумите, потребни се и следните информации:

- Високо раководство, на пример директори (на компанија), клучни извршни службеници, управен уредник;
- Детали за релативните тежини на гласање каде што тие не се подеднакво распределени меѓу акционерите, и записници од годишните генерални собранија, вклучувајќи ги записите за гласање.

▶ **Јасна и прецизна правна рамка:** Без разлика дали одредбите во врска со откривањето на сопственоста на медиумите се сместени во еден единствен закон кој опфаќа печатени, емитувани и споредливи онлајн медиуми или во повеќе закони, процесите на известување не треба да бидат претерано оптоварувачки за медиумот и содржината на барањата за известување утврдени во различните закони треба да бидат апсолутно јасни и да не се меѓусебно во конфликт.

▶ **Надзор од независно тело:** Независно надзорно тело треба да има мандат и да има соодветни ресурси за да следи и да обезбеди усогласеност со релевантните закони (и).

- Санкционирање на медиумските компании за какво било неисполнување на обврските за известување, како и за пријавување лажни информации.
- Санкциите за неусогласеност треба да бидат пропорционални согласно големината на медиумот;
- Назначувањето, мандатот, функцијата и овластувањата на надзорното тело треба да бидат дизајнирани така што ќе се обезбеди неговата независност

од владата. Законите што ја регулираат примената на санкциите треба да обезбедат дека тие не можат да се злоупотребуваат за политички цели и дека на медиумите им обезбедуваат ефективни и брзи механизми за жалба.⁴²

- ▶ **Спречување на концентрација на медиумско сопствеништво:** Притоа, горенаведениот опсег на информации за индиректната сопственост и влијанија треба да овозможи да се ограничи не само на концентрацијата на номиналната сопственост, туку и концентрацијата на влијание преку индиректна, вистинска сопственост, како и сопственоста на поврзаните страни. Важно е да се напомене дека покрај овие ограничувања, од друга страна, треба да се развијат позитивни мерки за унапредување на медиумскиот плурализам и преку одредени државни стимуланси.⁴³

3. ПРЕПОРАКИ ЗА ЗАКОНСКИ ИНТЕРВЕНЦИИ И ПОДОБРУВАЊЕ НА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ЗАКОНИТЕ

- ▶ **Подобрување на финансиската состојба на приватните медиуми и воведување механизми за даночно олеснување и слични бенефиции за медиумите.** Потребна е анализа на одредбите на Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и на други релевантни закони чија имплементација ќе допринесе за подобрување на финансиската состојба.
- ▶ **Формирање на фонд за финансиска поддршка и независност на медиумите.** Потребно е да се отвори дебата за евентуално формирање фонд за медиумите, особено за целите и критериумите на финансиската поддршка (поттикнување програмска разновидност, подобрување на статусот на новинарите и др.), начинот на распределба на средствата, независноста и објективноста во спроведувањето на постапката.
- ▶ **Измени и дополнувања на Изборниот законик.** Измените треба да ги поедностават правилата за медиумската кампања со цел намалување на можноста од злоупотреба на платеното политичко огласување во приватните медиуми и институционализирано прифаќање на Регистарот на професионални медиуми во изборниот процес, наместо воведување на нов регистар преку ДИК.

42 Access info Europe (2013), *TEN RECOMMENDATIONS ON TRANSPARENCY OF MEDIA OWNERSHIP*, види повеќе на: <https://www.access-info.org/media-ownership-transparency/>.

43 Hodžić Sanela, *U potrazi za boljom regulacijom transparentnosti vlasništva i finansiranja medija iz javnih budžeta*, Види повеќе на: <https://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2019/10/U-potrazi-za-boljom-regulacijom-transparentnosti-medijskog-vlasni%C5%A1tva-i-finsiranja-medija-iz-javnih-bud%C5%BEta.pdf>

- ▶ **Иницирање на измена и дополнување на Етичкиот кодекс на новинарите во јавниот сервис** за зајакнување на внатрешната саморегулација во овој медиум.
- ▶ **Подобрување на соработката со Народниот правобранител**, во насока на поголем ангажман на оваа институција во заштитата на правата на новинарите.⁴⁴

4. ЗАЈАКНУВАЊЕ НА СВЕСТА ЗА РИЗИЦИТЕ ОД КОРУПЦИЈА КАЈ МЕДИУМИТЕ И НОВИНАРИТЕ

Со цел навремено препознавање на коруптивните активности, потребно е:

- ▶ **Спроведување континуирани кампањи и обуки**, преку кои, новинарите и медиумите би се запознале повеќе за ризиците од корупција во медиумите кои беа на почетокот на овој Прирачник елаборирани.
- ▶ **Заштита на новинарите и медиумите од различни форми на притисок**, закани, напади и насилства, во случаите кога сакаат да објават и обелоденат релации, случаи и актери во клиентелизмот, корупцијата и криминалот во политиката и во бизнисот, вклучувајќи ги и медиумите.
- ▶ **Новинарите треба да не ја преземаат улогата на клиенти на политичките и на бизнис – спонзорите** во замена за добивање на различни добра или привилегии.
- ▶ **Стопирање на непотизмот во медиумите** преку независно именување на уредници, водејќи се од нивните професионални компетенции и интегритет, а не врз база на нивната политичка припадност, лојалност и врски со конкретни политички бизнис интереси на сопствениците на медиумот.
- ▶ **Зголемување на професионалноста на новинарите** преку нивна неполаризираност која во спротивност овозможува дејствување како неформални портпароли на спротивставените политички блокови.
- ▶ **Организирање на новинарите во здруженија и синдикати** на локално, регионално и на меѓународно ниво преку кои ќе им се обезбеди заштита на правата и промовирање на вредности.⁴⁵
- ▶ **Зголемување на платите** на новинарите и останатите медиумски работници и плаќање на дополнителни надоместоци за извршување на активности во опасни зони.

44 Милан Спировски и Верче Тодоровска-Костовска (2020), *Показашели за сѐјенош на слобода на медиумите и за безбедноста на новинарите во Северна Македонија во 2020 година*, Здружение на новинарите на Македонија, Види повеќе на: <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/06/MK-MK-2020.pdf>

45 Петковиќ Бранкица (2015), *ЗОШТО Е ВАЖЕН ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ ЗА ПОДОБРО РАЗБИРАЊЕ НА ЗНАЧЕЊЕТО И НА РИЗИЦИТЕ ЗА МЕДИУМСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ*, Мировен институт, Институт за современи социолошки и политички студии, <http://www.mediaobservatory.net/>

- ▶ **Следење на моралните норми** објаснети во кодексот на однесување при ситуации кога новинарот има понуда за мито.
- ▶ **Усвојување на правила за забрана за нессодветно мешање во работата на новинарите и медиумите од страна на владите и државните институции** и воспоставување на принципи за целосно и транспарентно обелодување на контактите и трансакциите меѓу медиумите и државните функциониери.
- ▶ **Обезбедување на договори и услови за вработување** за новинар или друг медиумски персонал кој ги исполнува меѓународните стандарди на трудот и кои им даваат право, без одмазда, да одбијат било каква форма на работа што ги нарушува нивните професионални кодекси и совест.
- ▶ **Договор за внатрешни правила и процедури во медиумите** за да се обезбеди целосно обелодување на сите платени содржини и таквите јасно да се разликуваат од уредувачката и новинарската работа.⁴⁶

▷ 5. НАСОКИ ЗА СЕММ ЗА ПОДОБРА РЕГУЛАЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ

Советот за етика во медиумите во Македонија може да ја подобри саморегулацијата на медиумите преку:

- ▶ **Организирање на обуки и едукативни работилници** за ризиците од корупција во медиумите и како медиумите и новинарите преку саморегулација можат да се заштитат.
- ▶ **Зајакнување на значењето и институционална прифатеност на Регистарот за професионални медиуми преку:**
 - Потребно е континуиран мониторинг и прочистување на листата на медиумите што не се придржуваат до критериумите за членство.
 - Користење на Регистарот како алатка за тоа кои медиуми можат да влезат во регистарот на Државната изборна комисија за следење на предизборните кампањи и изборните процеси, со цел добивање на соодветна финансиска надомест преку можност за платено политичко рекламирање со јавни пари.⁴⁷
- ▶ Спроведување на кампањи кои ќе ја подигнат свеста кај бизнис заедницата за нивно рекламирање во онлајн медиумите. Со ова практично ќе се реши и проблемот со финансиската стабилност и незизвесност кај локалните медиуми кои се соочуваат со проблеми при обезбедување на континуирани финансиски средства.

46 The European Federation of Journalists (EFJ) (2015), *Untold Stories – How Corruption and Conflicts of Interests Stalk the Newsroom*, Ethical Journalism Network, Види повеќе на: <https://europeanjournalists.org/blog/2015/03/16/corruption-in-the-media-is-killing-ethical-journalism-says-ejn/>

47 Блажевски, Теофил (2021), *Следење на процесот на евроинтеграции: Реформи во медиумскиот сектор: реформи на половина пати – политичката волја час ја има, час ја нема*, Фондација Метаморфозис, 2021, стр.13.



КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Access info Europe (2013), *TEN RECOMMENDATIONS ON TRANSPARENCY OF MEDIA OWNERSHIP*, види повеќе на: <https://www.access-info.org/media-ownership-transparency/>
2. Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, *Fighting corruption in the media*, (2016), види повеќе на: <http://www.aalep.eu/fighting-corruption-media>
3. Ball, C. (2009). What is transparency? *Public Integrity*, 11(4), 293–307. <https://doi.org/10.2753/PIN1099-9922110400>
4. Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services, OJ L 95, 15.4.2010, pp. 1–24.
5. The European Federation of Journalists (EFJ) (2015), *Untold Stories – How Corruption and Conflicts of Interests Stalk the Newsroom*, Ethical Journalism Network, Види повеќе на: <https://european-journalists.org/blog/2015/03/16/corruption-in-the-media-is-killing-ethical-journalism-says-ejn/>
6. Hodzic Sanela, *U potrazi za boljom regulacijom transparentnosti vlasništva i finansiranja medija iz javnih budžeta*, Види повеќе на: <https://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2019/10/U-potrazi-za-boljom-regulacijom-transparentnosti-medijskog-vlasni%C5%A1tva-i-finansiranja-medi-ja-iz-javnih-bud%C5%BEta.pdf>
7. Recital 45 of Directive 2010/13/EU
8. Mara Mendes (2013), *Overview of corruption in the media in developing countries*, Anti-corruption Resource Center and Transparency International, види повеќе на: <https://www.u4.no/publications/overview-of-corruption-in-the-media-in-developing-countries;>
9. Marcela Kunova (2021), *Who pays when a Journalist is bribed?*, Објавено: 13 April 2021, пристапено на 22.06.2022 година, види повеќе на: <https://www.journalism.co.uk/news/who-pays-when-a-journalist-is-bribed-/s2/a813127/>
10. Starr Paul (2009), *Goodbye to the Age of Newspapers* (Hello to a New Era of Corruption), *The New Republic*, објавено на 04.03.2009, види повеќе на: <https://newrepublic.com/article/64252/goodbye-the-age-newspapers-hello-new-era-corruption>
11. Resource Centre on Media Freedom in Europe (2019), *Media capture: Toolkit for 21st century autocrats*, види повеќе на: <https://www.rcmediafreedom.eu/Dossiers/Media-capture-Toolkit-for-21st-century-autocrats>
12. Sergei Guriev and Daniel Treisman (2019), *Informational Autocrats*, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 33, Number 4—Fall 2019—Pages 100–127
13. Schneider, L. (2014). *Media freedom indices: What they tell us—and what they don't*. Retrieved from <http://www.dw.com/popups/pdf/37157168/01-2014-media-freedom-indices-pdf.pdf>
14. Smith C. and Stolte Y., *“The Transparency of Media Ownership in the European Union and Neighbouring States”*, 2014, https://www.access-info.org/wp-content/uploads/Transparency_of_Media_Ownership_in_the_EU-09-26-2014.pdf
15. West, D. M. (2005). *Digital government: Technology and public sector performance*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
16. Wasil Schauseil (2019), *Overview of corruption in the Media*, *U4 Anti-Corruption Resource Center and Transparency International*, Види повеќе на: <https://knowledgehub.transparency.org/helpdesk/overview-of-corruption-in-the-media;>
17. Weaver, David H. 1977. *The Press and Government Restriction: A Cross-National Study over Time*, in: *International Communication Gazette*, 23(3): 152- 70.

18. Блажевски, Теофил (2021), Следење на процесот на евроинтеграции: Реформи во медиумскиот сектор : реформи на половина пат - политичката волја час ја има, час ја нема, Фондација Метаморфозис, 2021, стр.13.
19. Бошњаковски М., Шопар В., Бојаровски З (2005)., *Етика во Медиумите во Југоисточна Европа, Македонски Институт за Медиуми*, 2005, стр. 6.
20. Габриела Андреевска и Ристо Карјаков (2022), Ставовите за корупција во онлајн медиумите во Северна Македонија, DeSo Development Solution,
21. Државна комисија за спречување на корупција, Национална стратегија за спречување на корупцијата и судирот на интереси 2021-2025 <https://dksk.mk/wp-content/uploads/2021/01/Nacionalna-strategija-DKSK-KONECNA.pdf>
22. Филип Елмер-ДеВит “First Nation in Cyberspace”, Time Magazine, 6 December 1993.
23. Милан Спиоровски и Верче Тодоровска-Костовска (2020), Показатели за сфериеност на слобода на медиумите и за безбедноста на новинарите во Северна Македонија во 2020 година, Здружение на новинарите на Македонија, Види повеќе на: <https://znm.org.mk/wp-content/uploads/2021/06/МК-МК-2020.pdf>
24. Мисија на ОБСЕ во Скопје (2017), ВОДИЧ за саморегулација во медиумите : сите прашања и одговори, <https://www.osce.org/files/f/documents/5/3/316171.pdf>
25. Петковиќ Бранкица (2015), ЗОШТО Е ВАЖЕН ИНТЕГРИТЕТОТ НА МЕДИУМИТЕ ЗА ПОДОБРО РАЗБИРАЊЕ НА ЗНАЧЕЊЕТО И НА РИЗИЦИТЕ ЗА МЕДИУМСКИОТ ИНТЕГРИТЕТ, Мировен институт, Институт за современи социолошки и политички студии, <http://www.mediaobservatory.net/>
26. Симоновски И. & Евог К., Финансиски истраги – водич за практичари, 2022
27. Тахири Сефер (2022), Интегритетот на новинарите, услов за независна уредувачка политика, објавено на 08.06.2022, види повеќе во: <https://kdpolitik.com/mk/2022/06/08/интегритетот-на-новинарите-услов-за-н/>
28. Етичките и професионалните стандарди на новинарството најмногу се прекршуваат од онлајн медиумите (semm.mk)
29. Инфографик - Статистички преглед на одлуките на Комисијата за жалби за 2021 година (semm.mk)
30. <http://semm.mk/sovet-za-etika-4/pravila-za-chlenstvo>
31. ОБСЕ - саморегулација во медиумите.pdf
32. <http://www.informaworld.com/smpp/content-db=all-content=a788048456-frm=titlelink>
33. <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidelines-editorial-values-introduction>
34. <http://www.icann.org/>
35. <http://www.w3.org/>
36. <https://promedia.mk/page2.php?lang=mk>
37. <https://promedia.mk/page3.php?lang=mk>
38. <https://semm.mk/etichki-nasoki/888-misijata-na-obse-vo-skopje-i-sovetot-za-etika-vo-mediumite-gi-objavija-prvite-nasoki-za-etichko-izvestuvanje-na-onlajn-mediumite-vo-severna-makedonija-2>

www.semm.mk

Совет за етика во медиумите во Македонија (СЕММ)
Бул. „Митрополит Теодосиј Гологанов“ 54/2 Скопје,
Северна Македонија



USAID
ОД АМЕРИКАНСКИОТ НАРОД



СОВЕТ ЗА ЕТИКА
ВО МЕДИУМИТЕ НА МАКЕДОНИЈА