



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

МЕТАМОРФОЗИС 
Фондација за интернет и општество

ПРОФЕСИОНАЛНО И ОДГОВОРНО НОВИНАРСТВО

Зборник на новинарски лекции од проектот
Сервис за проверка на факти од медиумите



СЕРВИС ЗА ПРОВЕРКА НА ФАКТИ ВО МЕДИУМИТЕ
ПРОЕКТ НА УСАИД ЗА ЗАЈАКНУВАЊЕ НА МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА

ПРОФЕСИОНАЛНО И ОДГОВОРНО НОВИНАРСТВО

**Зборник на новинарски лекции од проектот
Сервис за проверка на факти од медиумите**

Издавач:

Метаморфозис, Фондација за интернет и општество
ул. Апостол Гусларот, бр.40, 1000 Скопје, Македонија
www.metamorphosis.org.mk | info@metamorphosis.org.mk
тел./факс: +389 2 3109 325

За издавачот:

Бардил Јашари

Уредник на изданието:

Зоран Бојаровски

Уредувачки колегиум:

Бардил Јашари, Филип Стојановски,
Владимир Петрески, Петрит Сарачини

Лектура и коректура:

Лилјана Петрушевска

Превод од/на албански јазик:

Валон Абдиу, Марта Зиба и Дрилон Салиу

Техничка поддршка:

Филип Нешкоски

Фотографија на насловната**и сите фотографии кои не се поинаку означени:**

Ванчо Џамбаски

Дизајн и печат:

ПроМедиа, Скопје

Тираж:

450 примероци, 2017

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

316.774:17
32.019.51(497.7)

ПРОФЕСИОНАЛНО и одговорно новинарство : зборник на новинарски
лекции од проектот : сервис за проверка на факти од медиумите /
[уредувачки колегиум Бардил Јашари ... и др.]. - Скопје :
Метаморфозис, 2017. - 464 стр. : фотографии ; 26 см

Фусноти кон текстот

ISBN 978-608-4564-69-0

а) Регулација на медиуми б) Етика на новинарството в) Медиуми -
Политичка пропаганда - Македонија
COBISS.MK-ID 102971914

Оваа публикација е изработена во рамките на Проектот на УСАИД за зајакнување на медиумите во Македонија – Компонента Сервис за проверка на факти од медиумите, имплементирана од „Метаморфозис“. Нејзиното издавање е овозможено со поддршка на Американската агенција за меѓународен развој (УСАИД). Содржините на книгата се одговорност на авторите и не ги одразуваат ставовите на „Метаморфозис“, УСАИД или Владата на САД.

За повеќе информации за Сервисот за проверка на факти во медиумите посетете ги веб-страниците: proverkanafakti.mk (македонски јазик), verifikimiifakteve.mk (албански јазик) и factchecking.mk (англиски јазик).

За повеќе информации за работата на УСАИД во Македонија, ве молиме посетете ги веб-страницата (<http://macedonia.usaid.gov>) и Фејсбук-страницата на УСАИД (www.facebook.com/USAIDMacedonia).

Предговор во име на издавачот

Мисијата на Фондацијата за интернет и општество „Метаморфозис“ е да придонесе за развој на демократијата и за подобрување на квалитетот на живеење преку иновативна примена и ширење на знаењето. Сметаме дека слободата на изразување и на медиумите се неопходни за демократија. Понатаму, за демократијата да биде одржлива и функционална, потребно е не само вклучено и активно граѓанство туку и добро информирано, за да може да донесува квалитетни одлуки, базирани на знаење. Тие беа основните идеи што ги имавме кога го дизајниравме и баравме да го спроведуваме „Сервисот за проверка на факти во медиумите“ на УСАИД. Силно веруваме дека едуцирањето на граѓаните во утврдувањето кои информации се релевантни и точни, им овозможува да ги претставуваат нивните интереси, а со тоа да бидат поактивно вклучени и помалку ранливи на неискправното носење политики.

Баргил Јашари

Извршен директор на фондацијата „Метаморфозис“

Основна цел на проектот „Сервис за проверка на факти од медиумите“ е јавна едукација на граѓаните на Македонија за примената на новинарските стандарди преку анализирање конкретни типични примери. Неговата четиригодишна дејност се одвива првенствено преку интернет со помош на основната веб-страница, социјалните медиуми и мрежата од повеќе од дваесет медиуми кои ги преобјавуваат написите. Ова издание, во форма на книга, ги шири можностите за споделување на акумулираните знаења и искуства со уште поширока публика - особено љубителите на печатениот збор и студентите по новинарство. Изборот на новинарски лекции во овој зборник е само дел од вкупната продукција од неколку илјади написи: новинарски рецензии, лекции и критички анализи на дискурсот. Сите тие остануваат на располагање на јавноста како поттик и основа за дебати со кои информираните граѓани бараат повисок квалитет на медиумските содржини.

Филип Стојановски

*Програмски директор во фондацијата „Метаморфозис“
и раководител на проектот „Сервис за проверка на факти од медиумите“*

Реч на уредникот

Благодарение на довербата на првите луѓе на фондацијата „Метаморфозис“, ја добив не-проценливата привилегија и предизвикувачката одговорност, да се нурнам во богатството лекции и препораки за добро новинарство кои три години ја полнеа рубриката „Новинарски лекции“ од исклучителниот проект „Сервис за проверка на фактите од медиумите“. Привилегијата се состоеше во тоа уште еднаш да прочитам повеќе од петстотини лекции на колегите соработници на проектот, а одговорноста - во внимателниот избор на стотина од нив кои требаше да се најдат меѓу кориците на ова издание.

Од огромна помош и поддршка во овој потфат беа кусите, но неверојатно плодотворни, подготвителни состаноци со првите луѓе на фондацијата, Бардил Јашари и Филип Стојановски, како и со уредникот на „Сервис за проверка на фактите од медиумите“, Владимир Петрески. На една од тие средби, Филип Стојановски ја предложи формулата за концептот на овој зборник: неговата структура да биде Кодексот на новинарите на Македонија, како и методологијата за рецензии на медиумските содржини, која има цел да им овозможи на граѓаните на Македонија да бараат поголема отчетност од медиумите, како и да им помогне на новинарите во спроведувањето на нивните професионални стандарди.

Со оглед на тоа што Кодексот на новинарите и методологијата беа главните инструменти од кои се црпеа вредностите и критериумите за етичко, одговорно и професионално новинарство, беше сосема природно тие да ја претставуваат и конструкцијата околу која се создаде овој учебник.

Вториот дел од овој зборник содржи лекции кои можат да се сместат во рамката на основните на новинарството за кои сметавме дека треба да најдат место во ова издание.

Триесет и двајца автори, сите специфични, со личен стил и карактеристики, различни во формата, различни во методологијата на пишувањето лекции... Едно богатство од различности со една единствена цел: да напишат лекции, препораки, да издвојат добри, најдобри новинарски практики и студии што произлегуваат од секојдневното практикување на новинарската професија. Голем број од лекциите така настанаа - како интервенција, како препознаена потреба на одредени негативни или позитивни феномени во новинарството, да се одговори со лекција.

Оттаму, овој зборник може да се смета и за одреден израз на духот на времето. Време во кое новинарството во Македонија, според годишните извештаи на релевантни меѓународни организации за оценка на журнализмот, бележеше сериозни падови на новинарските стандарди. Токму затоа, во едно такво време, „Сервис за проверка на фактите од медиумите“ одигра голема улога во препознавањето на тие падови, во укажувањето на излезните решенија и во создавањето на еден непроценлив ресурс за значаен период од историјата на новинарството во Република Македонија.

И уште нешто е особено значајна карактеристика на овој зборник. Тој не е класичен учебник кој тргнува од теориските претпоставки за доброто новинарство. Ова е зборник на лекции, препораки од колеги новинари за нивните колеги новинари. Препораки на дел од најдобрите практичари за идна, добра, а, зошто не, и најдобра новинарска практика.

Зоран Бојаровски

Содржина

Дел I

Поглавје 00 *Од прерамбулата на Кодексот на новинариите на Македонија*

Оливера Војновска

АВТОЦЕНЗУРА – НОВИНАРИ ВО „КОСТУМОТ“ НА ВЛАСТА! 18

Ерол Ризаов

ЗАРОБЕНИ МЕДИУМИ: ЦЕНЗУРАТА ЈА ОТКРИВА ВИСТИНАТА 23

Борис Камчев

УБАВИТЕ ПРИКАЗНИ ВО УЛОГА НА АВТОЦЕНЗУРА 26

Поглавје 01 *Членови 1 и 2 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Александар Пешев

ОД СМС-ПОРАКИ ОД КУЧЕТО ДО ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ДО ПАНИКА 32

Ерол Ризаов

ЗАРОБЕНИ МЕДИУМИ: А БЕ, ТИ УШТЕ НЕ СИ УАПСЕН 37

Тамара Чаусидис

ЕКОНОМСКОТО ЕЛИМИНИРАЊЕ НА НОВИНАРИТЕ ГО ЗАМЕНИ ФИЗИЧКОТО 41

Александар Пешев

СИВАТА ЗОНА НА СЛОБОДНИОТ ГОВОР И
ЦРВЕНИТЕ ЛИНИИ НА ПРОФЕСИОНАЛНОСТА 44

Поглавје 02 *Член 3 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Зоран Бојаровски

ЕКОЛОГИЈА ЗА НОВИНАРИ 50

Оливера Војновска

ПРИКАЗНИ ГРАДЕНИ НА ДЕМАНТИ 56

Поглавје 03 *Член 4 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Биљана Илиќ

КАКО СЕ ЗЛОУПОТРЕБУВААТ ИЗВОРИТЕ НА ИНФОРМАЦИИ ВО МЕДИУМИТЕ? 64

Саше Димовски

„ФЕЈСБУК“ НЕ Е ПРОСТОР ЗА НОВИНАРСКО САМОПОСЛУЖУВАЊЕ 67

Југослава Дуковска

АНОНИМНИТЕ ПИСМА ВО МЕДИУМИТЕ КАКО МЕТОД
ЗА МАНИПУЛАЦИЈА НА ЈАВНОСТА 72

Поглавје 04 *Член 5 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Сашо Орданоски

БЕЛЕШКИ ЗА ПОПУЛИЗМОТ:

ПИВО-ФЕСТОТ КАКО ПОПУЛИСТИЧКА ПОЛИТИЧКА РЕАЛНОСТ 80

Саше Димовски

ЈАВНОСТ ВО ТАЈНАТА ИСТРАГА 83

Џенис Сулимани

МЕДИУМИТЕ ВО СЛУЖБА НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС, А НЕ НА ПАРТИИТЕ 87

Ана Анастасовска

Студија на случај: ДАЛИ СНИМКАТА НА КОЈА СЕ ГЛЕДА

КАКО Е ПРЕГАЗЕН МАЛИОТ АЛМИР Е ОД ЈАВЕН ИНТЕРЕС? 90

Поглавје 05 *Член 6 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Љубомир Костовски

КАКО „ПИ-АРОТ“ ЌЕ ВИ ПРОДАДЕ БЕСПЛАТНА ВЕСТ? 96

Владо Ѓорчев

ДАЛИ ЦЕНТРИТЕ НА МОЌ ЈА ПРЕЗЕДОА УЛОГАТА НА ЦК? 99

Поглавје 06 *Член 7 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Љубомир Костовски

ПОЛИТИЧАРИТЕ НАЈНАПРЕД НИ ЈА ПРОДАВААТ СВОЈАТА ПРИВАТНОСТ,
А ПОТОА СИ ЈА БАРААТ НАЗАД 106

Елена Стојановска

ПРЕЗЕМАЊЕ ОД „ФЕЈСБУК“ ЗА ЈАВНА ОБЈАВА БЕЗ СОГЛАСНОСТ Е НЕЗАКОНСКО 110

Елена Стојановска

УПОТРЕБАТА НА ФОТОГРАФИИ ОД ЈАВНИ ПРОТЕСТИ – КОНТЕКСТОТ Е НАЈВАЖЕН.... 112

Елена Стојановска

Студија на случај: ДОДАДЕНАТА ВРЕДНОСТ НА ПОВРЕДЕНАТА ПРИВАТНОСТ 115

Поглавје 07 *Член 8 од Кодексот на новинариите на Македонија*

Саше Димовски

НЕСРЕЌАТА НА НЕСРЕЌИТЕ 120

Зоран Бојаровски

Студија на случај: НОВИНАРСТВО ВО ПИЖАМИ 125

Љубомир Костовски

НОВИНАРИТЕ КОИ ИЗВЕСТУВААТ ОД СУДОВИТЕ
И НИВНОТО ИГНОРИРАЊЕ НА ЗАКОНИТЕ 128

Теофил Блажевски

„МРЗЛИВО И МАНИПУЛАТИВНО НОВИНАРСТВО“ – ИЗВЕСТУВАЊЕ

ПРЕКУ ПОЛИЦИСКИ ИЗВЕШТАИ 131

Жарко Трајаноски

(НЕ)ЕТИЧКО ИЗВЕСТУВАЊЕ:

ДАЛИ МЕДИУМИТЕ ВЛИЈААТ НА БРОЈОТ НА САМОУБИСТВА? 135

Тамара Чаусидис	
ЗА САМОУБИСТВА НЕ СЕ ИНФОРМИРА	139
Фатлуме Дервиши	
ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ПРИРОДНИТЕ КАТАСТРОФИ – КАКО ТРЕБА ДА СЕ ПРАВИ?	142
Зоран Бојаровски	
ЛИНЧ ВО ЖИВО: МЕДИУМИТЕ И ПРЕЗУМЦИЈАТА НА НЕВИНОСТ	145

Поглавје 08 *Член 9 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Саше Димовски	
ВНИМАВАЈ, ДЕТЕ!	152
Елена Стојановска	
ЦРВЕНАТА ЛИНИЈА НА ПРИВАТНОСТА И ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС	156
Агрон Врангала	
ЕКСПЛИЦИТНИТЕ СОДРЖИНИ ВО МЕДИУМИТЕ И НИВНИОТ ЕФЕКТ ВРЗ ДЕЦАТА ..	159

Поглавје 09 *Член 10 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Мирјана Најчевска	
ХАЈКА ПРОТИВ УСТАВНОТО ПРАВО НА ПРОТЕСТ	164
Биљана Илиќ	
ДА СЕ ОБЈАВИ ИЛИ НЕ?	168
Александар Писарев	
КАКО ДА СЕ ПРЕНЕСАТ ЗБОРОВИ НА ПОЛИТИЧАР	
КОГА ВО НИВ ИМА ЕЛЕМЕНТИ НА ГОВОР НА ОМРАЗА	171
Зоран Бојаровски	
КАКО ДА СЕ ИЗВЕСТУВА ЗА СЕКСУАЛНИТЕ	
РАБОТНИЦИ РЕАЛНО И БЕЗ СЕНЗАЦИОНАЛИЗАМ	176
Жарко Трајаноски	
ЗОШТО НОВИНАРИТЕ ИГНОРИРААТ СИСТЕМСКА ДИСКРИМИНАЦИЈА?	180

Поглавје 10 *Член 11 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Мирјана Најчевска	
СЕКОЈ ЧОВЕК ИМА ПРАВО НА СЛОБОДА НА МИСЛИТЕ, СОВЕСТА И НА ВЕРАТА	186
Мирјана Најчевска	
ЦРВЕНО СВЕТЛО ЗА ЕТНОЦЕНТРИЗМОТ	192

Поглавје 11 *Член 12 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Биљана Илиќ	
НЕ СМЕЕ ДА СЕ ПЛАГИРА, НО НИ ДА СЕ БАРА МОНОПОЛ НАД ВЕСТИТЕ	202
Теофил Блажевски	
ПОГУБНОСТА НА „КОПИ-ПЕЈСТ НОВИНАРСТВОТО“	205
Агрон Врангала	
КАКО ДА СЕ ПОЧИТУВА АВТОРСКОТО ПРАВО	
И КАКО ДА СЕ ЦИТИРААТ ВЕСТИТЕ НА ВЕБ?	209

Поглавје 12 *Член 13 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Ана Анастасовска	
ПРАВИЛА ЗА ПИШУВАЊЕ КОМЕНТАР	216
Биљана Илиќ	
ШТО БЕШЕ ТОА РЕДАКЦИСКИ КОМЕНТАР?	220
Зоран Бојаровски	
УМНИТЕ ЛУЃЕ ПРИФАЌААТ РАЗУМНИ МИСЛЕЊА	223

Поглавје 13 *Член 14 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Зоран Бојаровски	
ПСЕВДОНАСТАНИ: РАСКОШНА ПРЕТСТАВА НА БЕДАТА	228
Владо Ѓорчев	
КАКО СЕ МАНИПУЛИРА СО ФОТОГРАФИЈА, ОСОБЕНО ВО ПОЛИТИКАТА	232
Оливера Војновска	
КОГА ВИСТИНАТА СЕ ТОПИ МЕЃУ „ФИЛОТ И ОБЛАНДИТЕ“	239
Зоран Бојаровски	
НОВОГОВОРОТ НА ПРОПАГАНДАТА	243
Соња Здравеска	
ПРОФЕСИОНАЛНА НОВИНАРСКА ДИСТАНЦА	246

Поглавје 14 *Член 15 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Владо Ѓорчев	
НОВИНАРИТЕ ТРЕБА ДА БИДАТ ОДГОВОРНИ КОН ПУБЛИКАТА, НО НАЈМНОГУ КОН СЕБЕ	252
Силвана Жежова	
Студија на случај: СЛУЧАЈОТ „ТИТАНИК“ НЕВАЖЕН, ЕСЕНЦИЈАЛЕН ИЗГЛЕДОТ НА ОБВИНИТЕЛКИТЕ	256

Поглавје 15 *Член 16 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Силвана Жежова	
ЗЛОУПОТРЕБА НА МЕДИУМИТЕ ЗА ЛИЧНИ ПРЕПИСКИ И ЗА НАВРЕДИ	262
Мирослава Бурнс	
НОВИНАРОТ Е КУЧЕ ЧУВАР, А НЕ КУЧЕ ШТО ЛАЕ БЕЗ ПОТРЕБА	265
Влатко Стојановски	
ЛИЧЕН НАПАД НАМЕСТО АРГУМЕНТИ	267

Поглавје 16 *Член 17 од Кодексот на новинариџе на Македонија*

Теофил Блажевски	
САМОРЕГУЛАЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА – MISSION POSSIBLE!	272

Дел II

Поглавје 01 *Во основите на новинарството*

Теофил Блажевски

КАКО ДА СЕ ИЗВЕСТУВА ОД ПРЕС-КОНФЕРЕНЦИИ ПРЕС-КОНФЕРЕНЦИИТЕ И „ЗАВЕТОТ НА МОЛК“	282

Александар Писарев

Насловница

ОПРЕМА НА ТЕКСТ – НАДНАСЛОВ, НАСЛОВ, ПОДНАСЛОВ	284

Љубомир Костовски

Агенциско новинарство

АГЕНЦИИТЕ КОН ИЗВЕШТАИТЕ МОРА ДА ПРИСТАПУВААТ СО ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ	289

Зоран Бојаровски

Новинарски жанрови: Интервју

КОНФРОНТИРАЧКО ИНТЕРВЈУ НЕ Е ИСТО ШТО И АГРЕСИВНО ИНТЕРВЈУ	292

Александар Писарев

Новинарски жанрови: Вест и извештај

КОИ ФАКТОРИ ВЛИЈААТ ВРЗ ВЕСТ И ИЗВЕШТАЈ?	298

Александар Писарев

Новинарски жанрови

РЕПОРТАЖА	303

Стојан Синадинов

Новинарски жанрови

КРАЈОТ НА ФИЛМСКАТА УМЕТНОСТ И ПОСЛЕДНИОТ КРИТИЧАР	308

Љубомир Костовски

Новинарски жанрови

ФОТОРЕПОРТАЖА – ЖАНР НА БЕСКОНЕЧНОТО ЉУБОПИТСТВО	312

Теофил Блажевски

Специјализирано новинарство

ОД НАДРИЖУРНАЛИСТ ПРЕКУ НАДРИЛЕКАР

ДО ОБЈАВУВАЊЕ ОПАСНИ ГЛУПОСТИ!	316

Мирјана Најчевска

Специјализирано новинарство

МЕДИУМИТЕ ЗА ПОЛИЦИЈАТА	321

Љубомир Костовски

НИКОГАШ НЕ ВЕЛЕТЕ МУ ЗБОГУМ НА РАДИОТО	328

Ана Анастасовска

ГОНЗО-НОВИНАРСТВО – ДИВЈАЧКО ПАТУВАЊЕ ВО СРЦЕТО НА ЛАС ВЕГАС	331

Александар Пешев

ВЕСТ ВО НИЗА – ДА СЕ ЗАИНТЕРЕСИРА НЕИНФОРМИРАНИОТ

БЕЗ ДА СЕ ИЗГУБИ УПАТЕНИОТ	336

Поглавје 02 *Карактеристики на новинарот*

Зоран Бојаровски	
ЛЕКЦИЈА ЗА УРЕДНИЦИТЕ: НЕГУВАЈТЕ ГО ОГНОТ	342
Владимир Петрески	
ВО ОДБРАНА НА МАРИЈА АНТОАНЕТА И ПРОТИВ НОВИНАРСКИТЕ КЛИШЕА	347
Александар Писарев	
ПОКРАЈ СОВЕСТ И РАБОТЛИВОСТ, НОВИНАРОТ МОРА ДА ПОСЕДУВА И ЗНАЕЊЕ	351
Горан Ризаов	
АКО МАЈКА ТИ ВЕЛИ ДЕКА ТЕ САКА, ПРОВЕРИ	355
Владо Ѓорчев	
НЕВИДЛИВИ АВТОРИ: ФАНТОМСКИ ТЕКСТОВИ ОД СТРАВ ИЛИ ОД СРАМ?!	363

Поглавје 03 *Новите медиуми*

Бардил Заими	
ХАОСОТ НА ЕДНОЛИЧНОСТА	370
Љубомир Костовски	
ДОБА ВО КОЈА БЛОГЕРИТЕ СТАНАА КОЛУМНИСТИ	373
Зоран Бојаровски	
ТВИТЕР-БРАНОВИ ЗА СУРФ-МАЈСТОРИТЕ НА ПРОФЕСИЈАТА	376
Филип Стојановски	
КАКО ДА ПРОНАЈДЕТЕ ВЕСТИ КОИ „ИСЧЕЗНАЛЕ“ ОД ИНТЕРНЕТ?	381
„Глобал војсис“	
ВЕРИФИКУВАЊЕ СОДРЖИНИ ОД СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ	386

Поглавје 04 *Граѓанско новинарство*

Зоран Бојаровски	
ГРАЃАНСКО НОВИНАРСТВО – ВО ПОТРАГА ПО ИЗГУБЕНИОТ РАЈ	394
Сашо Орданоски	
НОВИНАРСТВОТО Е МРТВО, ДА ЖИВЕЕ ГЛАСОТ НА НАРОДОТ?!	401

Поглавје 05 *Фотографијата во новинарството*

Александар Писарев	
НОВИНСКА ФОТОГРАФИЈА И ФОТО-ВЕСТ	406
Саше Димовски	
КОРИСТЕЊЕ ФОТОГРАФИИ	411

Поглавје 06 *Медиумите и публиката*

Владо Ѓорчев	
ЗОШТО МЛАДИТЕ НЕ ЧИТААТ ПОЛИТИЧКИ И БИЗНИС-ВЕСТИ?	416
Зоран Бојаровски	
ПУБЛИКАТА НА МРТ СЕ ГРАЃАНИ, А НЕ САМО МЕДИУМСКИ ПОТРОШУВАЧИ	421

Владимир Петрески	
КАКО КОНСУМИРАМЕ ВЕСТИ ВО ДЕНЕШНОТО ТЕХНОЛОШКИ БОГАТО ВРЕМЕ	424
Мирјана Најчевска	
МЕДИУМСКИ (НЕ)АКТИВИЗАМ	428
Александар Писарев	
МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ – БРАНА ПРОТИВ МАНИПУЛАЦИИ	432

Поглавје 07 *Медиумите и општеството*

Светлана Вељановска	
ИНФОРМИРАН ГРАЃАНИН – ДЕМОКРАТСКО ОПШТЕСТВО	440
Мирјана Најчевска	
ПРАВАТА СЕ ОСТВАРУВААТ СО КРИТИКА	443
Дејан Донев	
БОРБАТА НА МЕДИУМИТЕ ЗА ПОДОБРО УТРЕ НЕ СМЕЕ ДА ЗАПРЕ	446
Жарко Трајаноски	
НОВИНАРСТВОТО Е ВО СЛУЖБА НА ЈАВНОСТА, А НЕ НА ВЛАСТА!	450

За авторите	455

Посвешено на

Владо Ѓорчев
(1973-2016)

*новинар, уредник и соработник
на Сервисот за проверка на
факти од медиумите*



ДЕЛ I

страница 18-28

ПОГЛАВЈЕ 00

Од преамбулата на Кодексот на новинарите на Македонија

Слободата на медиумите е нејрикосновено право.

Основна задача на новинариите е да ја поттичуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана во согласност со член 16 од Уставот на Република Македонија.

Новинариите имаат улога да пренесуваат информации, идеи и мислења и право да коментираат. Поттичувајќи ги етичките вредности и професионалните стандарди во пренесувањето на информациите, новинариите ќе бидат чесни, објективни и точни.

Право и должност на новинариите е да настапуваат да ја спречат цензурата и искривувањето на вистината.

Следејќи ја својата улога во градењето на демократијата и на цивилното општество, новинариите ќе ги бранат човековите права, достоинството и слободата, ќе го поттичуваат плурализмот на идеите и ставовите, ќе придонесуваат за јакнење на правната држава и во контролата на власта и на друштвените субјекти од јавниот живот.

АВТОЦЕНЗУРА – НОВИНАРИ ВО „КОСТУМОТ“ НА ВЛАСТА!

Пишува: Оливера Војновска



Photo by: Diana Robinson, The Italian Press
<https://www.flickr.com/photos/dianasch/14787489229>

Набљудувачите на надзорната мисија на ОБСЕ/ОДИХР и на Парламентарното собрание на Советот на Европа (ПССЕ), го забележале „феноменот автоцензура кај медиумските чинители“ во државата и го нотирале во прелиминарниот Извештај¹ за првиот круг од претседателските избори.

Но, зошто новинарите се решиле да ги повлечат границите на својата слобода и какви размери добива оваа болест, опасна за нашето општество? Објавените поразителни резултати од истражувањето² на Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници и агенцијата „М-проспект“, за

Голем процент новинари се пожалиле на висок дефицит на слобода во медиумите и признале дека дејствувале сиротино на професионални убедувања

работничките и професионалните права на новинарите во Македонија, во кое биле опфатени 300 испитаници, од кои 98 проценти новинари, покажа дека дури 65 проценти од нив на своја кожа искусиле цензура, а 53 проценти практикувале автоцензура!

Филтрирањето станува рутина

Со други зборови, голем процент новинари се пожалиле на висок дефицит на слобода во медиумите и признале дека дејствувале спротивно на професионални убедувања. Впрочем, не е никаква тајна дека секојдневниот притисок (економски) на кој се изложени новинарите, честопати резултира со прифаќање на наметнати правила на игра. И во една таква ситуација, новинарот самиот ќе ги прочисти информациите уште пред да ги стави на хартија. Филтрирањето станува рутина и се прави дури и кога оние, кои ја креираат политиката на медиумот, нема да го побараат тоа. А, со таков притисок новинарот не може да остане независен, ниту да

- 1 МЕЃУНАРОДНА НАБЉУДУВАЧКА МИСИЈА ЗА ИЗБОРИТЕ, Поранешна југословенска Република Македонија Претседателски избори, 13 април 2014 год, Изјава за првичните наоди и заклучоци, ОБСЕ <http://www.osce.org/mk/odihr/elections/117647?download=true>
- 2 Бела книга за професионалните и работни права на новинарите, ССНМ, 2014 <http://ssnm.org.mk/wp-content/uploads/2014/05/Bela-kniga-mak.pdf>

биде објективен и правичен – и кон јавноста и кон тие за кои известува.

И додека цензурата се доживува како форма на контрола на информациите и на идеите што циркулираат во општеството, а која се манифестира во сите облици на власт, феноменот автоцензура се случува кога самите новинари го стопираат објавувањето на податоците и свесно ја ограничуваат сопствената слобода на творештво. Така, автоцензурата е многу пострашна од цензурата и оди рака под рака со конформизмот.

Огласувачите не смеат да се налутат!

Постојат бројни дефиниции за самоцензурата. Таа главно се дефинира³ како контрола на изразување или творење за да се избегнат одредени непријатности, но без отворен притисок од партијата на власт, некоја државна институција или компанија. Во „Википедија“⁴ е запишано дека за разлика од државната цензура:

„Автоцензурата значи ограничување на слободата на изразување и слободата на објавување, што сами си го наметнуваат електронските и печатените медиуми, како и издаваштвото. А, ставено во контекст на слободата на медиумите, тоа се смета за крајно проблематичен процес. Државата не интервенира кај автоцензурата, бидејќи самоцензурата ја прави институционалната цензура речиси непотребна. Типичен пример за автоцензура е кога уредникот, за да не си прави проблеми, свесно или несвесно се определува да не известува за теми кои би можеле да ги налутат огласувачите или сопствениците на медиумот (матичната компанија).“

Новинарите во грч

Претставниците на „Репортери без граници“ нотираа дека Македонија се најде на 123. место во нивниот Извештај⁵ за 2014 година. Како главни причини поради кои земјата е толку ниско позиционирана на листата на држави според слободата на медиумите, беа посочени автоцензурата и државното рекламирање. Според мислењето на Антон Ери, шеф на канцеларијата на „Репортери без граници“ за ЕУ и за Балканот, според сите параметри Македонија си го заслужува ова место.

„Македонија се најде на 123. место во Извештајот, што за четири години е вртоглав пад од 87 места поназад, а тоа јасно говори за ерозија на слободата на изразувањето во медиумите. Автоцензурата достигна таков степен, што новинарите мораат да ја извршуваат професијата во клима која е сè потешка, дури и задушлива. Македонските власти имаат влијание кое е нетолерантно кон редакциите и има изразен интервенционизам“, кажа тогаш шефот на канцеларијата на „Репортери без граници“. Не може да се остане рамнодушен на вакви оценки и на фактот што овој феномен, кој се активира кога има клима на страв, нашол плодна почва во македонското новинарство. Напротив, загрижува сознанието за толку многу самоцензура во медиумите и отвора многу прашалници. Што е тоа што ги натерало новинарите да ги „омекнуваат“ своите текстови или да ги кријат информациите, иако знаат дека се вистинити? Иако знаат дека поради фабрикуваните извештаи нема добро да се чувствуваат, дека ќе им тежат на душата и нема мирно да спијат. Причината за тоа, главно, е стравот од губењето

3 Cambridge Dictionaries Online, Cambridge University Press
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/self-censorship?a=british>

4 Wikipedija, Slobodna enciklopedija
<https://hr.wikipedia.org/wiki/Autocenzura>

5 Reporters Without Borders (RSF), The World Press Freedom Index
<https://rsf.org/en/macedonia>

на работното место. И тој страв ги држи во константен грч. Затоа и се подложни на мека или пријателска цензура и на автоцензура.

Пријателска цензура или самоцензура

Еден од најистакнатите и најинтересни писатели на балканските простори, Данило Киш (1935-1989) таканаречената „пријателска цензура“ – добронамерните совети за исфрлање на одредени чувствителни делови од текстот, ја опишал како своевиден премин од цензура кон автоцензура.

„Самоцензурата е невидлива, а присутна, далеку од очите на јавноста, потисната во најскриените предели на духот, таа ја врши својата работа поефикасно од која било цензура. Иако и двете се служат со истите средства: закани, страв и уцени, автоцензурата го прикрива или барем не го денунцира постоењето на притисокот. Борбата со цензурата е јавна и опасна, па затоа е херојска. Додека борбата со автоцензурата е анонимна, осамена и без сведоци и поради тоа кај личноста предизвикува чувства на понижување и срам поради колаборационизмот.“

Сестра на лагата – духовна корупција

Познатиот писател на автоцензурата гледа како на читање на сопствениот текст со туѓи очи. И таквиот, нималку пријатен чин го опишува многу сликовито:

„Самите станувате сопствен обвинител, сомнителен и строг, повеќе од кој било. Затоа што вие во таа улога го знаете и тоа што никогаш ниту еден цензор нема да го открие во вашиот текст, тоа што сте го премолчиле и тоа што никогаш не сте го ставиле на хартија, но што ви се чини дека останало меѓу редови“.

Данило Киш за автоцензурата ќе каже уште дека е сестра на лагата, духовна корупција и негативен набој на креативната енергија. Како и тоа дека долготрајното автоцензурирање неизбежно води кон творечки, креативни и човечки катастрофи, не помали од тие што ги носи цензурата.

Рутински повици од власта

Самоцензурата кај македонските новинари е еден од проблемите посочен и во Извештајот за човековите права на Стејт департментот за Македонија во делот за слободата на медиумите за 2013 година⁶. Во

**Феноменот
автoцензура
се случува кога
самите новинари
го ситираат
објавувањето на
информациите и свесно
ја ограничуваат
сопствената
слобода на
творештво.**

овој Извештај објавен на крајот на февруари таа година, исто така, се вели дека автоцензурата е резултат на притисокот на Владата врз медиумите и новинарите.

„Голем број новинари соопштија дека биле под притисок да заземат провладин став во известувањето, а во спротивно би ги изгубиле своите работни места. Имаше тврдења дека Владата вршела притисок врз медиумите и ги принудувала новинарите да практикуваат самоцензура. Новинарите соопштија дека е

6 Country Reports on Human Rights Practices for 2013, Macedonia, U.S Department of State, 2013

присутна многу поголема самоцензура при известувањето за прашања чувствителни за Владата. Медиумите во приватна сопственост тврдеа дека примале рутински повици од претставници на највисоките нивоа на власта, диктирајќи им како и за што да известуваат во однос на политичките прашања⁷, е констатирано во Извештајот⁷.

Конформизмот го пази професионализмот

За жал, бројни се примерите на самоцензура во македонските медиуми. На пример, во дел од извештаите за новинарскиот протест против пресудата за затворска казна на колега Томислав Кежаровски, некои новинари ги оцрнија демонстрантите – нивни колеги, а целосно го премолчија грубото однесување на полицијата. Сакајќи да го минимизираат и да го дискредитираат протестот (што е навистина поразително), објавија дека имало едвај 50 новинари, а другите биле постари лица и опозиционери, „кои дошле за да прават немири“!

За тоа, пак, што навистина се случуваше на протестот, сведочат снимките од настанот. А, ваквите „осакатени“ извештаи само покажуваат како професионалната совест и свест била поразена од конформизмот. Ова, за авторите на текстовите, веројатно не била лесна битка. Најмногу поради тоа што беше во прашање новинарски протест за колега, кој во тоа време сè уште беше во притвор. Токму затоа, барем од колегијален аспект, новинарите што известуваа требаше да ја пренесат атмосферата таква каква што беше – ниту да одземаат, ниту да додаваат. А не да го „искасапат штофот“ на сопствениот новинарски еснаф, растргнат меѓу кордонот од специјалци и Музејот на револуционерната борба за да биде поличен „костумот“ на Владата!

Само добри вести

На почетокот од декември во 2013 година, една телевизија со национална концесија, ги пренесе само добрите вести од прес-конференцијата на еврокомесарот за проширување, Штефан Филе. Притоа, од обраќањето на еврокомесарот за проширување свесно е изоставен најважниот дел во кој упатува јасна порака до државното раководство:

„Перспективата за самитот во декември, но и за подоцна, и понатаму е темна. Јас сум загрижен за домашната политичката ситуација во ПЈР Македонија и тензиите меѓу Владата и опозицијата, како и од тоа што нема опипливи резултати за прашањето за името...“

Што ги натерало колегите да избришат или да сокријат цели пасуси кои се неповолни за владата, не е тешко да се претпостави.

Нема афери во владата – кристално е чиста!

Пример 1

Некои медиуми го слушнале само гафот на лидерот на СДСМ, Зоран Заев, кога тој на прес-конференцијата на 15 април, во 2013 година, јавно го праша премиерот, Никола Груевски:

„од кој познат бизнисмен зел 1,5 милион евра во кеш, зошто ја оштетил државата за 225.000 евра за неплатен данок, дали е тој прататкото на офшор-мрежите, офшор-компаниите преку кои се изнесува капиталот на македонските граѓани, а се внесува како капитал на фамилијата и дали со овие пари купува гласови“.

Заев, тогаш, наместо „офшор-компани“⁸, рече „офшорт-компани“⁸. Па, освен за гафот на лидерот на СДСМ, во овие медиуми немаше ниту збор за обвинувањата што Заев ги упати до Груевски.

Интересно е што само дел од медиумите што пишуваат со симпатии кон власта, го пренесоа соопштението од ВМРО-ДПМНЕ, во кое се вели дека „Заев измислува и халуцинира“ и дека премиерот ќе поднесе тужба за навреда и за клевета.

Но, ниту еден од овие медиуми не ги пренесе и прес-конференциите на Заев што следуваа во наредните два дена. На едната, лидерот на СДСМ обелодени дека Груевски, наводно,

„за продажбата на Македонска банка земал 1,5 милиони евра во кеш од контроверзниот српски бизнисмен Јовица Стефановиќ-Нини“.

На другата прес-конференција, Заев на медиумите им ја достави аудиоснимката, која, според него, е доказ за „скандалот во кој е инволвиран премиерот“.

За одбележување е и тоа што имаше речиси целосен молк (со ретки исклучоци) и во печатените медиуми. Исто така, за овој скандал што го отвори опозицијата, воопшто не информираа државната телевизија (МРТ), како и три телевизии со национална концесија, наклонети на власта. Веројатно, проценката била дека аудиоснимката може да предизвика нервоза кај тие што не е препорачливо да ги нервираат. Затоа, се определиле да бидат прагматични и целосно да го игнорираат случајот, бидејќи, и онака, Владата си е кристално чиста!

Пример 2

Дел од медиумите покажаа незаинтересираност и кога опозицијата го обелодени случајот „Актор“ и изрази сомнеж за тоа како е можно за „автопат долг само 28 километри, Владата да потроши 271 милион евра, односно по 10 милиони евра за секој километар од автопатот Демир Капија - Смоквица“.

Меѓутоа, овие медиуми интегрално ги пренесуваа реакциите од ВМРО-ДПМНЕ за тоа дека „За реализација на овој проект се почнуваат сите европски и македонски законски правила“.

Само, прашање е какви сопирачки треба да повлечат новинарите за да не објават информации поврзани со мегаафери кои водат до врвот на Владата?

Пример 3

Дел од медиумите не обрнаа внимание ниту кога опозицијата на почетокот на јануари, 2014 година, обелодени скандал со милионски тендер во здравството, објавувајќи документи, според кои се тврдеше дека „омилената уредничка на премиерот и на

Автоцензураа е многу пострашна од цензураа и одирака подирака со конформизмот

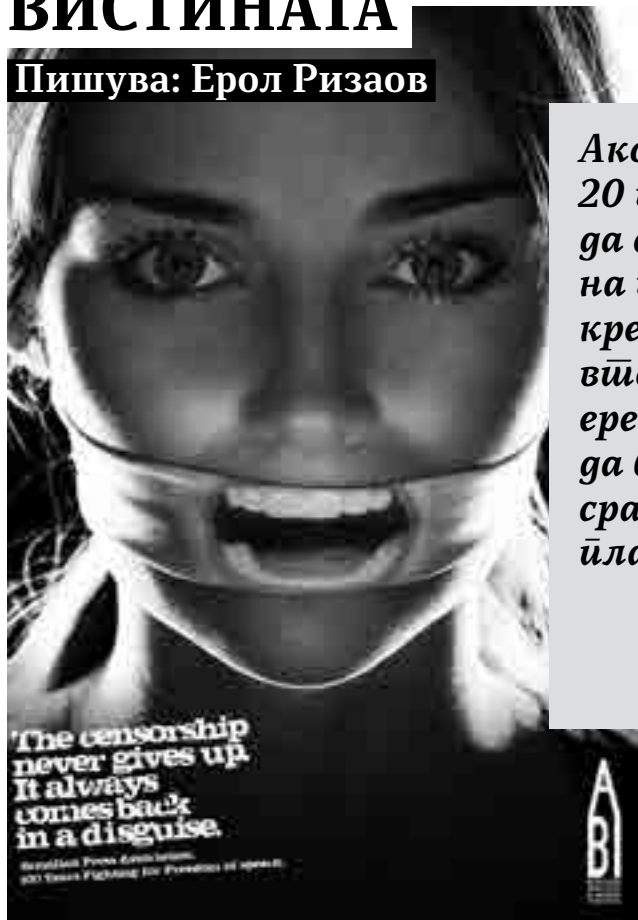
владајачката партија била бизнис-партнер на власта во секторот здравство“. Но, иако не видео провокација во споменатата афера, неколку дена подоцна во истите медиуми имаше прилично опширни написи посветени на образложението на министерот во врска со случајот.

Па, кога ќе се прочитаат само тие текстови, се добива впечаток дека, всушност, немало афера, дека сè било законски, освен, можеби „малку неетички“.

И конечно, дали нештата ќе се кажат или ќе се премолчат и беспоговорно ќе се исполнат очекувањата на уредништвото или менаџментот, е лична одлука. Исто како и одлуката каде да се повлечат линиите помеѓу самоконтролата, конформизмот и автоцензурата. Па, ако се очите огледало на душата, а медиумите огледало на општеството, сликата во огледалото на нашата македонска сага, за жал, не е многу привлечна.

ЗАРОБЕНИ МЕДИУМИ: ЦЕНЗУРАТА ЈА ОТКРИВА ВИСТИНАТА

Пишува: Ерол Ризаов



„Цензураиѝа никоѝаши не иресиѝанува. Таа секоѝаши осиѝанува ирикриена“. Плакаиѝ од камиѝаѝаиѝа на Бразилскаиѝа новинска орѝанизациѝа. Фоѝто: houtlust, 2006, <https://www.flickr.com/photos/houtlust/>

Живеам и работам како новинар во време на апсурди кога во заробените медиуми цензурата најдобро ја отсликува вистината. Ова е најсрамниот период во новинарството во овие четири децении откако сум во оваа професиѝа, речиси еднакво во двата општествено-економски и политички системи. Или, да кажам поедноставно, поарчив 20 години од животот, критикуваѝки го едноумието и комунизмот, и уште 20 години отидоа за изневерените надеѝи од капитализмот и од безумието.

Ако во деведесеттиѝиѝе ѝодини од 20 век беше новинарски иодвиѝ да се жиѝосува злоуиѝоребаиѝа на власиѝа и сквернавеѝеиѝо на кривкаиѝа демокраѝиѝа, денес, во виѝоратиѝа декада на 21 век, иѝоа е ерес, неиѝриѝаиѝелски чин, доволен да бидеѝе сиѝавени на сиѝолбоиѝ на срамоиѝ како иѝредавник, сиѝрански иѝлаиѝеник, иѝиѝон, кодоиѝ...

Заедно со повеѝе мои колеѝи новинари и уредници, уште во раните деведесетти години од минатиот век бев убеден дека претходниот систем е историски потрошен модел, иако добро ги знаев разликите на југословенскиот комунизам и тврдите реѝими на земѝите од Источна и од Централна Европа. Баравме промени воодушевени од плурализмот и од западната демократиѝа. Денес, по тие бурни и интересни времиѝа, често си го поставувам прашаѝето колкава е нашата одговорност за големата измама и за лесно ветената слобода, за глорификациѝата на новото време. Не дека сме можеле да ги запреме историските процеси, но сме можеле да бидеме повнимателни во идеализациѝата на новиот безгрешен систем и сме морале да бидеме барем помалку еуфорични во претставата што ја создававме во јавноста дека со независноста и со повеѝе партизмот завршуваат сите маки на Македониѝа и на неѝзините граѝани. Македониѝа денес е поназад од 1990 година и од годиѝните пред тоа и неколкуте години потоа, не само во освоѝуваѝето на демократиѝата и на

медиумските слободи и во инсталирањето на правната држава, туку во сите сфери на живеење и на работење.

Без Европа ни е подобро?

Граѓаните на Македонија се посиромашни, понесигурни и поплашливи од годините пред големите историски промени, квалитетот на живеење е полош, а приоритетните евроатлански интеграции и европеизацијата, како најголема надеж за влез во слободниот свет на прогресот, стојат во место не само поради грчката блокада и ултиматуми и срамната улога на големите сили, туку и поради сопствените грешки на политичките и интелектуални елити во Македонија.

Политичките комесари во редакциите и во партискиите штабови се главните журналисти и креатори на јавното мислење, чувари на владините кабинети и тајни, адвокати на власта и на политичките партии

Сè поголемо е сознанието дека и членството во НАТО и во ЕУ нема да ги реши сите проблеми на овие напатени народи, иако оваа објективност сè почесто се злоупотребува во политички цели, демек, да не брземе кон Европа, вака ни е подобро. Се разбира, одамна знаеме дека ако влеземе во европското семејство, нема да тече мед и млеко сè додека не ги направиме сами работите што треба да ги направат граѓаните и нивните елити кои имаат среќа да

наследат држава и тоа баш во Европа. Два милиони народ, кој има 70 години држава, распослана на 25.000 квадратни километри прекрасна земја, оддалечена на два часа од Париз, Лондон, Берлин, Рим и од Москва, не може да живее лошо ако ги почитува тие 25.000 жртви паднати во татковинската антифашистичка војна кои вистински ја сакаа слободата, демократијата и својата татковина и ако може храбро да им испорача на своите политички водачи критериуми за успешно водење на државата.

„Изборот на Софија“ во македонското новинарство

Еден од тие услови е и ослободувањето на заробените медиуми.

Ако во деведесеттите години од 20 век беше новинарски подвиг да се жигосува злоупотребата на власта и сквернавењето на кревката демократија, денес, во втората декада на 21 век, тоа е ерес, непријателски чин, доволен да бидете ставени на столбот на срамот како предавник, странски платеник, шпион, кодош... Ако некогаш самоцензурата и послушните уредници беа голем проблем на редакциите, исмевани во интелектуалните кругови и во новинарските средини, денес воената цензура и политичките комесари во редакциите и во партиските штабови се главните журналисти и креатори на јавното мислење, чувари на владините кабинети и тајни, адвокати на власта и на политичките партии. Новинарите во овие редакции управувани од партиските центри и уредници, најчесто немаат друг избор – треба или да ја трпат тортурата заради егзистенција или да ја напуштат професијата, бидејќи на новинарските „дисиденти“, читај „професионално ориентирани новинари“, им е стеснет просторот за работа. Тие се анатемисани и нема за нив место во загадениот медиумски простор. Неколку новинарски оази среде пустина се малку свежина каде што можат да се реализираат

новинарите кои сакаат да работат според професионални и етички норми.

Сепак, најголемата трагедија што ја направија контролираните медиуми е што се на добар пат да ја сменат перцепцијата во јавноста за тоа што е добро и слободно новинарство. Голем број луѓе во партизирана Македонија веруваат дека вистинското новинарство е кога се критикува опозицијата, а се фали власта која осум години владее без никаква контрола во земјата, дека е добро да се корумпираат медиумите со селективно рекламирање на владините и партиски кампањи, дека е добро сопствениците на медиуми да бидат коалициони партнери на власта, дека е добро новинари и уредници

**Најголемата
трагедија што
ја направија
контролираните
медиуми е што се
на добар пат да ја
сменат перцепцијата
во јавноста за тоа
што е добро и слободно
новинарство**

да учествуваат на владини тендери, дека е добро новинари да ги напаѓаат своите колеги кои критички ја опсервираат владата, дека е добро новинари да бидат судени, апсени и драконски казнувани...

Еве, неколку примери кои доволно јасно кажуваат на кое дареце е паднато македонското новинарство. Уставниот суд на Македонија донесе срамна одлука дека никој не е виновен што на 24 декември 2012 година тајната полиција влезе во македонскиот парламент и заедно со обезбедувањето насилно ги исфрли новинарите од нивните работни места за да не снимаат и да не известуваат

за бруталното тепање на пратениците на најголемата опозициска партија и за нивното насилно отстранување од Собранието. Флагрантното кршење на Уставот и на законите, што го констатираа и експерти кои го пишуваа Уставот, оневозможувањето на новинарите да ја информираат јавноста не значеше ништо за партиските уставни судии. Тие пресудија лицемерно и како партиски војници ја извршија наредбата. Жално и срамно.

Објави демант без она што се демантира

Агенцијата за медиуми изврши јавен притисок врз две телевизии, „24 Вести“ и „Телма“, само поради тоа што професионално и објективно ја информираат јавноста пред изборите. Министерството за вистина преку медиумската агенција се замеша директно во уредувачката политика на овие два медиуми. За обвинувањата на опозицискиот лидер, Зоран Заев, за корупција во владејачката партија и лично на премиерот Никола Груевски, заробените медиуми ја информираат јавноста на оригинален начин, невиден во земјите со минимум демократија. Не се објавува веста што кажал Заев, туку се објавуваат демантите и што за тоа кажал Никола Груевски и ВМРО-ДПМНЕ. Трагично изгледаат новинарите и уредниците на контролираните телевизии и весници, кои секој ден пишуваат деманти на вести што не ги објавиле. Па, се случува апсурдна ситуација кога цензурата и молкот јасно ја кажуваат вистината. Кој лаже, тој и краде - вели народот. Во тек е совладување на нова технологија на читање на весниците и на гледање на телевизиите. Еден дел од јавноста, за жал, сè уште помал, внимаваат повеќе на тоа што нема да се каже и да се напише во медиумите, на тоа што се крие од граѓаните, а сè помалку веруваат на тоа што се удира на сите свона и по сите сетила на луѓето. Тоа е добро за нов почеток.

УБАВИТЕ ПРИКАЗНИ ВО УЛОГА НА АВТОЦЕНЗУРА

Пишува: Борис Камчев од Санкт Петербург



Протијатонистичките на авторитарните режими живеат во меур, во еден паралелен свет базиран на пропаганда и на стратешки за односи со јавноста.

„Земјите што имаат весници прейолни со добри вес-ти, имаат зајвори прейолни со добри луѓе.“ - Џејмс Беван, висок комесар на Велика Британија во Индија (2011-2015)

Како излезено од старите добри антиутописки филмови, македонскиот претседател Ѓорге Иванов повика¹ група ТВ-новинари и уредници да ја разубавуваат реалноста со успешни стории. Иванов уште еднаш повика медиуми да бојат розова слика за нашата земја, без оглед какви и да се вистинските состојби. Покрај таа, ваквата постапка може да се протолкува и како повик на автоцензура.

Во текот на прием на група медиумски работници од ТВ „Нова“, на присуствните

тој им се обрати охрабрувајќи ги „да презентираат убави и успешни приказни за општата благосостојба да се подигне на повисоко ниво“.

Кога претседател на една земја порачува новинари да пишуваат приказни за подигнување на општата благосостојба на земјата, а во таа земја една третина од населението

1 Средба на ТВ „Нова“ со претседателот Иванов, ТВ „Нова“, објавено на 29.09.2016
<http://tvnova.mk/vesti/makedonija/sredba-na-tv-nova-so-pretседателot-ivanov/>

живее на работ на егзистенција и престолнината ја бие константна политичка криза,

**Власѿа нема
да ѿпризнае дека
најголем виновник
за ѿадоѿ на
слободаѿа на
говорѿи и на
квалиѿеѿѿѿ
на медиумиѿе
во земјаѿа
е, всушност,
самѿѿа власѿи и со
ѿрстѿи ќе ѿосочува
кон сѿѿе дружи**

тогаш се соочуваме со карактеристична состојба кај авторитарните режими – неговите протагонисти живеат во меур, во еден паралелен свет базиран на пропаганда и на стратегии за односи со јавноста.

Во исцрпниот труд „Г. Путин, таен агент во Кремљ“², авторите Фиона Хил и Клифорд Гајди детално го анализираат односот кон реалноста на рускиот лидер Владимир Путин. Несвесен за промените што се случуваат околу него, во договор со тогашниот претседател Дмитриј Медведев, во септември 2011 година, Путин, тогаш премиер, издејствува рокада на функциите. Само неколку месеци подоцна, и на негово големо изненадување, Русите го покажаа својот гнев од тој чин во серија масовни и насилни протести по улиците на Москва, невидени по колапсот на Советскиот Сојуз во 1990-91 година. Од 2012 г. наваму, режимот го стегна ременот, ја засили комплетната контро-

ла врз медиумите и ги оневозможи руските опозиционери и невладини организации со драконски закони и со репресија.

Иванов не е Путин, но не му е првпат да се обидува да го потценува општественото значење на македонските медиуми. Оценката на „Фридом хаус“, која во својата ранг-листа за слобода на медиумите во светот за 2014 година, Македонија ја стави на 125. место од 199 земји и територии, тој ја нарече перцепција³. Иако станува збор за влијателно и реномирано меѓународно рангирање, според утврдена стручна методологија, кое се спроведува уште од 1980 година.

Во текот на интервјуто на емисијата „Топ-тема“ на ТВ „Телма“ со уредникот Атанас Кировски, Иванов ги потцени, како „Фридом хаус“ и сериозните истражувања на јавното

**Начиноѿ на
размислување,
сѿоред кој ѿреба
да ѿишувате само
весели и среќни
вести и да замижате
ѿред социјалнаѿа
и ѿолиѿичка
сѿварностѿ, уѿѿѿува
дека кај нашиѿе
новинари ѿреба
да се инсѿалира
авѿоцензура**

мнение, така и домашните медиуми, обвинувајќи дека тие самите создавале перцепција на неслобода на говорот во Македонија. „Зошто тонат медиумите е одговорност на самите медиуми, тогаш можете со прст

2 Mr. Putin: Operative in the Kremlin Hardcover, Fiona Hill, Clifford G. Gaddy, Brookings Institution Press, 2013

3 Иванов за медиумите: Извештајот на Фридом Хаус е перцепција, ТВ Телма, 17.06.2015
<http://telma.com.mk/vesti/ivanov-za-mediumite-izveshtajot-na-fridom-haus-e-percepcija>

да покажете ова не ни чини, овој закон не дозволува ова, овие мерки преземени ова... не го прават тоа“, изјави Иванов.

Неговата неповрзана мисла едноставно ја банализира состојбата со медиумите. Се разбира, власта, чиј истурен претставник е и самиот Иванов, нема да признае дека најголем виновник за падот на слободата на говорот и на квалитетот на медиумите во земјата е, всушност, самата власт и со прст ќе посочува кон сите други. Кон новинарите, кои требало да пишуваат убави

„Борбата за слобода на говорот беше еден од најголемиот предизвици на 20 век. Во 21 век најголемиот предизвик ќе бидат држави и други моќни актери кои ја злоупотребуваат слободата на говорот“ - Василиј Гатов, руски издавач, автор и новинар

стории за да се подигнело нивото на општата благосостојба, и кон уредниците, кои со нивните медиуми создавале перцепција дека ситуацијата е трагична, но реалноста била поубава.

Повикот на Иванов до новинарите на ТВ „Нова“ е во тренд со рускиот државен мејнстрим на сервиско производство на вести, кое владините пропагандисти сакаат да го прикажат како журнализам. Неговите изворишта се во полит-технолошките лабо-

ратории на Кремљ, предводени од генијот за односи со јавноста Владислав Сурков. За Кремљ сè е однос со јавноста.

Во 2013 година, во едно свое обраќање до новинарите на агенцијата „РИА Новости“, тогаш консолидирана од државата во сеопфатен медиумски цин „Русија севодња“ (под чија управа се и „Спутник“ и „Руска реч“), Дмитриј Киселов, првиот човек на „Русија севодња“ и еден од главните московски пропагандисти, го има кажано следново:

„Треба да се запомни дека за разлика од западното, руското постсоветско новинарство треба да гради информациски вредности наместо да ги обновува. И овие вредности и информации треба да се продуцираат, наместо да се репродуцираат“.

Во доба на интернет-медиуми и на социјални мрежи, еден од најважните сегменти на ова „новинарство“ е создаден од интернет-претприемачот Константин Риков. Во Русија и пошироко познат како цар на „тролањето“, тој, со широкограда финансиска поддршка од власта, создаде⁴ нов бран во руската интернетска пропаганда заснована на киберпанк и контракултура на „тролање“, насочени против либералните вредности.

Со оглед на сеопфатната автоцензура што владее кај руските редакции и новинари, нормално, начинот на размислување, според кој треба да пишуваме само весели и среќни вести и да замижиме пред социјалната и политичка стварност, упатува дека слична автоцензура треба да се инсталира и кај нашите новинари.

Василиј Гатов, руски издавач, автор и новинар, вака ги опишува денешните горливи состојби со медиумите во авторитарните системи:

„Борбата за слобода на говорот беше еден од најголемите предизвици на 20 век. Во 21 век најголемиот предизвик ќе бидат држави и други моќни актери кои ја злоупотребуваат слободата на говорот“.

4 Городской типаж: блогер-пропагандист, www.sobaka.ru, 28.01.2015
<http://www.sobaka.ru/city/city/32942/>

страница 32-46

ПОГЛАВЈЕ 01

Членови 1 и 2 од Кодексот на новинарите на Македонија

Член 1

Новинарој има право на слободен пристап до сите извори на информирање што се од јавен интерес.

Новинарој треба да објавува точни, проверени информации и нема да прикрива суштински податоци и да фалсификува документи.

До колку информацијата не може да се потврди, или станува збор за претпоставка, односно спекулација, тоа треба да се каже и да се објави.

Точноста на информацијата треба да се провери колку што е тоа можно.

Член 2

Ако новинарој е сиречен да дојде до бараната информација има право за тоа да ја информира јавноста.

ОД СМС-ПОРАКИ ОД КУЧЕТО ДО ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ДО ПАНИКА

Пишува: Александар Пешев



*Доколку нема
друг извор на
информации,
новинарот има
професионална
обврска да ја провери
автентичноста
на пораките од
социјалните мрежи
пред да ги објави
информациите*

Една од основните практични лекции за новинари која често се практикува на британските академии е тестот со лажен факс. Уредникот од млад новинар бара да изработи информација од факс кој наводно пристигнал во редакцијата. Информацијата е на меморандум од угледна компанија и содржи лажна информација. Доколку новинарот изработи вест и ја предаде на проверка, паѓа на тестот. Главниот практичен совет што произлегува од овој тест е дека секогаш мора да се провери изворот на информацијата пред објавување. Практиката е задолжителна не само за да се спречи протек на дезинформации во јавноста, туку и за самиот медиум да се заштити од потенцијални тужби за клевети

та и од непотребни деманти. Суштината на лекцијата е дека меморандумот или електронскиот потпис од одредена компанија не мора да значи дека токму компанијата ја испраќа информацијата.

Со развојот на новите технологии, лажните информации пристигнуваат до редакциите во разни форми, а не само како испечатен меморандум преку факс-линија. Така имаме информации за наводно собирање на демонстранти преку СМС, „вајбер“ и пораки на „ватс ап“. СПФМ има изработено рецен-

зии¹ за новинарски текстови кои ваквите информации ги користат како клучен извор на информации без докази за проверка на нивната автентичност.

Од деманти до ширење паника

Непроверување на автентичноста на информацијата, особено кога доаѓа од неофицијален извор, примарно претставува закана за угледот на медиумот. Најдобар пример од регионот претставува лажното интервју² што го објави весникот „Јутарњи лист“ во 2008 година, верувајќи дека е со тогашниот хрватски премиер Иво Санадер. Станува збор за измама која ја извело 23-годишно момче и тоа со лажно претставување преку СМС-порака. Редакцијата на весникот им се извини на читателите и на премиерот и соопшти дека се води истрага, а локалните медиуми го оквалификуваа текстот како најголем скандал во историјата на хрватското новинарство од 1991 година. Во лажното интервју се разговарало за односите на официјален Загреб со Србија и за статусот на Косово, а лажните информации што произлегле од оваа објава можеле да прераснат во посериозен проблем.

Порепрезентативен пример за сериозни последици, кои произлегле од информации преземени од електронски пораки, е случајот со нуклеарната катастрофа во Фукушима. Во 2011 година, неколку државни институции³ на Филипините се затворија поради паника предизвикана од лажни СМС-пораки дека високо ниво на радијација се прелева во земјата од нуклеарната катастрофа во соседството.



„Би-би-си“ експресно објави дека информациите произлегле од лажи пораки

Во целата ситуација, од една страна имавме медиуми кои ја земаа информацијата здраво за готово, пренесувајќи ја без проверка на автентичноста (и кои подоцна ги бришеа

Непроверување на автентичноста на информацијата, особено кога доаѓа од неофицијален извор, примарно претставува закана за угледот на медиумот.

овие информации од своите електронски архиви) и медиуми⁴ кои вршејќи ја својата должност на поодговорен начин, информираа дека станува збор за измама.

Овие примери најдобро демонстрираат дека информации од анонимни електронски пораки во идеален случај претставуваат секундарен и неофицијален извор на информации. Особено при известување за

1 Само од СМС-порака текст не бива, Сервис за проверка на факти од медиумите, 19.04.2016 <http://proverkanafakti.mk/samo-od-sms-poraka-tekst-ne-biva-1/>

2 На вистински прашања за Санадер, лажно одговарал 23-годишен загрепчанец, „Утрински весник“, 12.02.2008 <http://www.utrinski.mk/?ItemID=6129A8528E585F488D9EEB394FA9ED16>

3 Text hoax shuts down offices, classes, ABC-CBN News, 14.03.2011 <http://news.abs-cbn.com/nation/regions/03/14/11/text-hoax-shuts-down-offices-classes>

4 'Radiation' text message is fake, BBC News, 15.03.2011 <http://www.bbc.com/news/technology-12745128>

елементарни непогоди, овие информации не треба да се употребуваат како единствен извор на информации. Лажното интервју на „Јутарњи“ уште еднаш нè навраќа на основната лекција дека потребно е да се провери точно кој стои зад бројот со кој се комуницира, додека информации за опасност треба да се проверат со надлежните институции. Но, во одредени ситуации, анонимните пораки остануваат единствен извор на информации, а најдобра илустрација за тоа се протестите и контрапротестите што се организираа во 2016 година, примарно како производ на политичката криза. Низ македонските медиуми циркулираат информации⁵ за

Информациите од анонимни електронски пораки во идеален случај претставуваат секундарен и неофицијален извор на информации. Особено при извештување за елементарни непогоди

политички притисок врз партиски членови или вработени во јавната администрација, наводно инстурирани преку телефонски пораки да се појавуваат на протести или да извршуваат наредби кои, наводно, потекнуваат од центри на политичка моќ. Во ваква ситуација, нема многу опции за додавање на уште еден извор на информации, но клучната обврска на новинарот е да го провери

изворот на информацијата. Мора да се вложат напори за да утврди дека испраќачот на пораката не се претставува лажно. Во согласност со кодексот на новинари на Македонија, новинарот има право да го заштити изворот на информацијата доколку тој инсистира да остане анонимен.

Новинарот ќе го назначи изворот на информациите, но ако изворот бара да остане анонимен, новинарот ќе го заштити, вели член 4 од Кодексот на новинари на РМ.

Но, оваа одредба од кодексот не смее да се употребува како параван за мрзеливо новинарство, поточно за објавување непроверени информации. Мора да се имаат предвид и другите професионални одредби, како, на пример:

Доколку информацијата не може да се потврди или станува збор за претпоставка, односно шпекулација, тоа треба да се каже и да се објави. Точноста на информацијата треба да се провери колку што е тоа можно (член 1 од Кодексот на новинарите).

Но, не секогаш имаме ваква идеална практика. Медиумите често преземаат фотографии од наводни СМС-пораки кои циркулираат низ социјалните мрежи и од ваквите информации се изведуваат еднострани и често сензационални информации. Пример кој беше предмет на рецензирање во СПФМ беше информацијата⁶ дека директор на јавно претпријатие, наводно, регрутира вработени за контрапротест. Клучна забелешка во овој случај е дека никој не се потрудил да добие информација од обвинетата страна, поточно од директорот. Дополнително, немаме информации дали редакцијата го има проверено идентитетот на лицата што ја препратиле пораката – дали станува збор за загрижени граѓани или активисти на опозициска партија?

5 Резултати од пребарување според клучниот збор „протести“, [www.time.mk](http://www.time.mk/?q=протести%смс&search=news&order=dec&startdate=02.06.2016&enddate=03.07.2016&page=1), 03.07.2016
<http://www.time.mk/?q=протести%смс&search=news&order=dec&startdate=02.06.2016&enddate=03.07.2016&page=1>

6 Само од СМС-порака текст не бива, Сервис за проверка на факти од медиумите, 19.04.2016
<http://proverkanafakti.mk/samo-od-sms-poraka-tekst-ne-biva-1/>

Како се изведува измамата

Во случајот на тестот со лажен факс кој се споменува на почетокот на лекцијата, станува збор за релативно едноставна измама. На меморандум на фирма се лепи лист со текст и прилепениот лист се испраќа преку факс машина. Но, со развојот на новите технологии, измамите стануваат малку порафинирани.



Сервис кој создава привремена електронска пошта која е активна само десет минути

Комуникацијата по електронска пошта, на пример, не ја елиминира потребата од проверка на изворот на информацијата пред нејзино објавување. Информациите кои пристигаат од бесплатни сервиси за електронска пошта треба да се земаат со резерва (gmail, yahoo, итн.), бидејќи кој било со пристап до интернет може да отвори електронска пошта и не мора да приложи точни информации за создавање на корисничкиот профил. Дополнително, треба да се нотира и употребата на сервиси кои не бараат никакви информации, а на корисниците им дозволуваат да создадат меил-адреса која е активна само за десетина минути.



Предвидено е генерирање на лажни пораки да се употребуваат за хумористични цели – фото: СМС-порака од кучето

Најчестиот проблем низ македонските медиуми се лажните СМС и пораки од други комуникациски сервиси. Во објавите често се употребува т.н. „скриншот“ (интернационализам: фотографија од екран). Паметните телефони имаат опција за копирање на содржината на екранот и зачувување на истата во формат на електронска фотографија. Постојат безброј апликации и интернет-страници кои на корисниците им дозволуваат генерирање на лажни пораки, кои се идентични на „скриншот“ од комуникација на мобилен уред. Примарно овие сервиси се употребуваат или се наменети за употреба во хумористични цели, како, на пример, блог⁷ кој објавува СМС-пораки од кучето до неговиот стопан. Но, не секогаш станува збор за така невина примена. Автентичноста на наводна порака⁸ објавена

7 Блог кој објавува СМС-пораки од кучето до неговиот стопан
<http://imgur.com/gallery/9a6DxNz>

8 Еден факт во џунгла од коментари, Сервис за проверка на факти од медиумите, 01.07.2016
<http://proverkanafakti.mk/eden-fakt-vo-dzhungla-od-komentari/>

во дел од медиумите за регрутирање политички активисти на студентски собир предизвика реакции⁹ во јавноста и низ дел од медиумите. Клучно е да се напомене дека новинарот нема начин да ја провери автентичноста на „скриншотови“ од пораки што се шират низ социјалните мрежи, примарно бидејќи броевите од испраќачот се заматени или отсечени од фотографијата.

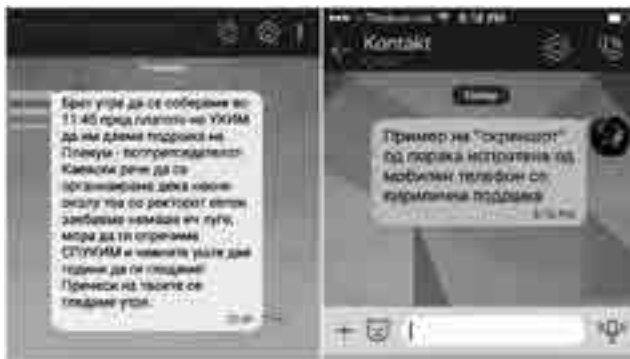
**Преземањето
фотографии со пораки
низ социјалните
мрежи може да има
негативен ефект
во поглед на ширење
омраза или нетрпение
или создавање
тензии и лична
дискредитација**

Објавата на ваквата информација во основа подразбира пуштање во промет на непроверени тврдења од анонимен испраќач, кој можеби лажно се претставува. Сепак, во инстанци кога мора да се објави информација од електронска порака, мора да се имаат неколку работи предвид:

- Да се утврди дека пораката е напишана и испратена преку сервис за размена на пораки од друг мобилен уред, а не е генерирана на сервис за лажни пораки;
- Новинарот да го знае или да го провери идентитетот на испраќачот и да утврди дека тој или таа не се претстаува лажно;
- На читателот да му се понудат информации дека станува збор за автентична порака, а не излажирана порака, најчесто со фотографирање на мобилниот уред, а

не само на содржината на екранот. Сепак, ни ова не е гаранција за автентичност, бидејќи на екранот на уредот може да има отворено лажен „скриншот“ наместо вистинска порака;

- Доколку испраќачот на пораката инсистира на анонимност, на читателот да му се посочи дека лицето кое ја дава информацијата ѝ е познато на редакцијата;
- Да се лоцира изворот за на читателот да му се докаже дека се презентира релевантен извор на информации. На пример: „вработен во јавното претпријатие кој ѝ е познат на редакцијата информира за политички притисоци врз него и негови колеги“.



Како да се провери дали фотографијата која беше улогворена како извор на информации (лево) е вистинска или вештачки генерирана?

Непроверувањето на неофицијалните електронски информации, поточно едноставното преземање на фотографии од пораки низ социјалните мрежи, не само што го доведува угледот на редакцијата во прашање, туку може да има негативен ефект во поглед на ширење омраза или нетрпение или создавање тензии и лична дискредитација. Како и да е, анонимните електронски пораки се неофицијален извор на информации и во идеални услови потребно е да се избегнува нивното користење како единствен извор на информации.

⁹ На монтажата од власта, студентите одговорија со иста монтажа, www.alon.mk, 30.06.2016
<http://alon.mk/wordpress/archives/627981>

ЗАРОБЕНИ МЕДИУМИ: А БЕ, ТИ УШТЕ НЕ СИ УАПСЕН

Пишува: Ерол Ризаов



*Најстрашно е што е
скршен духот, што
победија подаништвото,
стравот и
шарлатанството во
новинарството*

Штетите што се нанесени врз македонското новинарство во периодот од 2008 до 2016 година, тешко можат да се оправат во наредните 20 години и при идеална демократија. Не се во прашање само воената цензура, драстично ограничените слободи на медиумите и забранетите професионални активности на новинарите, не е пресудна ни драматичната економска зависност на најголемиот број медиуми, па ни несреќната сопственост и партиска и политичка припадност на медиумските газди. На овие големи несреќи претходеше нешто уште

пострашно што ѝ се случи на Македонија. Во овие осум години, најлоши во изминатите 40 години откако паметам и сум во таа каша, најстрашно е што е скршен духот, што победија подаништвото, стравот и шарлатанството во новинарството, кое со сите слабости и зависности беше на едно пристојно европско ниво, на 34. место меѓу стотици земји во светот. Се разбира, не бевме

задоволни од таа ранг-листа, која сега е недостижна и на вселенска височина, бидејќи сме длабоко потонати меѓу црните режими. Сега, неколку колеги, гледајќи секој од свој агол, јалово и одвреме-навреме се занимаваме со темата како се кршеше `рбетот на македонското новинарство. Познатите дијагнози, одамна дадени за начинот на

да се уништи „А1-телевизија“ и печатените изданија на Велија за кои владата тогаш гоамити не знаеше чии се. Блиску до здравиот разум е дека ако газда Велија се поставеше како Синго и „Сител“ и како газда Стојменов и „Канал 5“, и ден денес наместо во Идризово ќе лежеше на ловориките од спрегата со власта.

**Синергијата меѓу
моќна телевизија
и печатени
медиуми во
мала држава со
ограничен пазар
беше убиствена
за голем број
медиуми**

кој е ликвидирана „А1-телевизија“, служат повеќе за заплашување на сопствениците на последните две телевизии кои емитуваат коректни вести и програми, отколку за опомена и за промена кон подобро. Исчезна фактот и вистината дека повеќе денешни и тогашни критичари на власта жестоко ја напаѓаа некогаш привилегираната позиција на пазарот на Велија Рамковски да поседува, спротивно на законот, телевизија и печатени медиуми, односно дневни весници. Според законот, тоа беше флагрантно кршење на пазарните принципи и инсталирање на нерамноправна положба со другите дневни весници и списанија. Синергијата меѓу моќна телевизија и печатени медиуми во мала држава со ограничен пазар беше убиствена за голем број медиуми. Се разбира, Велија Рамковски тогаш беше во добри релации со премиерот Никола Груевски и никој не му можеше ништо. Незаконитоста и тогаш, како и сега, не беше проблем. Таа стана проблем кога Велија му го сврти грбот на Груевски, во 2008 година. Оттогаш главна медиумска задача на власта беше

Царувањето на периферни личности во новинарството

Ова медиумско злосторство врз А1 беше почеток на крајот на македонскиот журнализам и целосното преземање на контролата. По изречените сто и кусур години затвор за Велија и за неговите соработници, меѓу кои и уредници, наводно поради неплатени даноци, предизвика паника и во медиумските куќи и меѓу сопствениците на кои, освен во два-три случаи, на сите главен бизнис не им беше медиумскиот. Резонот на сопствениците, колку и да изгледа неприфатлив,

**Се појавија
новинари парциски
јунаци и парциски,
кои во јавноста
ја измесија
перцискијата
што е тоа добро
новинарство и
што е по сите
свешки стандарди
новинарски поглед**

е крајно рационален: зошто да ги изгубам сите бизниси и да одам в затвор поради медиумот што го поседувам. Многу попрактично е да се стане поддржувач на владата, а најпрофитабилно е да се стане партнер на власта, па ќе цутат и сите бизниси – и ме-

диумскиот и другите. И така бидна. Дојде до големата новинарска чистка и преселба по сите телевизии и весници. За четири години (2008-2012 г.) по неколкупати се сменети

**Дојде до целосен
егзодус на
професионалниџе
медиуми и
новинари**

речиси сите главни и одговорни уредници во релевантните телевизии, сменети се или се избркани од работа сите уредници и носечки новинари на клучните политички и економски рубрики. За време на Груевски, во најгледаните телевизии и во најчитаните весници, сменети се преку 30 главни уредници и повеќе од 100 клучни новинари и уредници на рубрики. Се појавија новинари партиски јунаци и патриоти, кои во јавноста ја изместија перцепцијата што е тоа добро новинарство и што е по сите светски стандарди новинарски подвиг. Од тој момент почнува најголемата штета во македонското новинарство. Разни искомплексирани и периферни личности во новинарството, кои никогаш не биле ни блиску до професионализмот или во центарот на главните настани и дома и во светот, и во политичкиот и во јавниот живот стануваат главни медиумски ѕвезди лансирани од власта, бидејќи тие позиции и работа под таков диктат, практично, не сакаше да прифати ниту еден професионален и познат новинар дотогаш. Кога разни статисти и авантуристи ги добија ударните термини на провладините телевизии и насловните страници во весниците, штедро помогнати и стимулирани од режимската власт која воведо драконски казни во милионски износи, затворски казни и притворања, дојде до целосен егзодус на професионалните медиуми и новинари. Коруптивното и селективно рекламирање, односно воведување на доктрината економ-

ска зависност од најголемиот огласувач во државата – владата и владејачката партија, дадоа извонредни ефекти за Груевски и за неговата коалиција. Режимот е целосно инсталиран во сите сфери на владеење.

„Колегијален“ јавен линч

Она што беше синоним на слободно новинарство, според истите аршини и во Македонија и во целиот свет, а тоа е критички да се опсервира работата на владата и особено злоупотребите на власта, кај нас се претвори во непријателски чин. Новинарите и редакциите што продолжија да ги следат овие професионални стандарди, по 2008 година се изложени на силен удар и на притисок од своите колеги партиски пропагандисти, кои јавно и досега невидено срамно ги прогласија своите колеги за предавници на татковината и за странски и грчки платеници. Прогонети од партиската полиција и од судовите, малобројните новинари и

**Фалењето на
владата и на
владиниџе
полиџики, на
ликоџи и на делото
на водачот сџана
синоним на добро и
храбро новинарство
и мошне исџлаџлива
и вносна работа**

редакции кои не се согласуваат со ваквиот терор врз новинарството се најдоа речиси во безизлезна ситуација, од една страна да бидат економски уништувани со огромни казни и преку ембарго за огласување и од државните и од приватните компании, а, од друга страна, со години да бидат жигосувани како предавници и непријатели на држа-

вата. Во една ваква мачна ситуација и амбиент на темен вилает, фалењето на владата и на владините политики, на ликот и на делото на водачот стана синоним на добро и храбро новинарство и мошне исплатлива и вносна работа.

Првпат во современата историја на Македонија наопаку се поставени мерилата што е вистинско, слободно и професионално новинарство. Не дека немало и пред тоа притисоци и злоупотреба на медиумите и

Кажете ми во која редакција денес можете да се искарате со главниот уредник, со директорот и со газдата за својот текст и од тоа да немаат никакви проблеми

нивено впрегнување во партиски цели, но ова досега не е ниту видено, ниту чуено во Македонија. Секогаш кога надворешните притисоци ќе се почувствуваа во редакциите, во самите новински куќи и во чаршијата почнуваше тешка дебата која за носителите на притисоците беше голем срам. Добро ги знаевме и уредниците и новинарите кои имаа дигнитет и храброст да се спротивстават на ваквите атаки, кои, гледано од денешен аспект, се детска играчка спрема она што денеска се случува. Ако тогаш протестот и отпорот можел да се искаже со молчење и со непотпишување на текстот од страна на новинарите или со јавна осуда во други медиуми без да се има последици по егзистенцијата, денес тоа е незамисливо. И како новинар, и како главен уредник, и како сопственик на медиуми знам стотици

ситуации кога на колегиумите сме се фаќале за гуша за свои ставови и за текстови кои се објавени по големи кавги и расправи. Кажете ми во која редакција денес можете да се искарате со главниот уредник, со директорот и со газдата за својот текст и од тоа да немате никакви проблеми. Јас не можам да ги избројам на прстите од едната рака. А, вие?

„Чувај се, оти ќе треба да ти носиме цигари!“

Ете, затоа ни се случува во еден ваков амбиент и атмосфера, малкумина професионалци, уредници и новинари што ја работат својата работа нормално и како што треба, по сите правила и норми, сè почесто да ги прашуваат луѓето, со тивок глас: „А бе, ти уште не си уапсен? Пази се оти овие не избираат средства. Чувај се, оти ќе треба да ти носиме цигари“. Некогашните шеги во социјализмот на оваа тема, денес станаа тажна вистина. Таквите критериуми за нивото на слободата и на демократијата ги надминува рамките на медиумите и на новинарството и се вистински одраз на многу потешки состојби во македонското општество. Ова е само врвот на примитивизмот изразен преку чуденката како тоа некои луѓе не се во затвор, а ја критикуваат власта. Нема подобра слика од ова прашање, за тоа до каде сме стасале. Неколку телали на Груевски секој ден повикуваат на линч и на апсења, јавно прокламирајќи дека тоа право го даваат изборните резултати. Тоа право го имаа и Слободан Милошевиќ и Фрањо Туѓман и Орбан и Ердоган и Путин и Јануковиќ, да не одиме подалеку во историјата. Сите тие повеќепати добиваа голема поддршка на фер, мирни и на слободни избори. Кога паѓаат од власта, има една заедничка карактеристика за нивните послушници: сите тие први во глас викаат дека тие не знаеле ништо за тоа колку монструозен бил водачот и како се правени овие црнила.

ЕКОНОМСКОТО ЕЛИМИНИРАЊЕ НА НОВИНАРИТЕ ГО ЗАМЕНИ ФИЗИЧКОТО

Пишува: Тамара Чаусидис



Покривање ирошест за ирошењето иари за ироектот „Скојје 2014“.
Фото: vladmrk, 2012

Новите отпуштања во ТВ „Алфа“ се уште една потврда дека процесот на убивањето на македонскиот журнализам сè уште трае. Наместо физичкото, на дело е економското елиминирање, еднакво, па дури и поефикасно од физичкото. Сè се случува под закрилата на „технолошки вишоци“ и на „деловни причини“ со отворено цинична и лажна процедура. Отпуштањата, практично, ги заменија насилните затворања на медиумите.

Голем дел од оние кои се или ќе бидат отпуштени заради професионалниот интегритет, се соочуваат со речиси никакви

Голем дел од оние кои се или ќе бидат отпуштени заради професионалниот интегритет, се соочуваат со речиси никакви шанси за повторно вработување во окупираната медиумска индустрија

шанси за повторно вработување во окупираната медиумска индустрија. Тие се етикетираны како неподобни, како закана за политичките и финансиски могули и за нив повеќе нема место.

Во моментот во Македонија имаме десетици новинари со искуство над десет и дваесет години кои се без работа или им се заканува отказ. Меѓу нив се некогашни уредници, водители на гледани политички емисии

и новинари наградувани за истражувачко новинарство. За сите нив заеднички именител е одбраната на вредностите и на интегритетот на новинарската професија.

„На ситѐ ќе ви дојде редот“, драматично се обидуваа да порачаат колежите од „А1-телевизија“ кога го затвораа нивниот медиум. Ја разбравме ли пораката предочна?

За жал, сите тие во моментот кога ќе бидат таргетираны за отстрел, се соочуваат со неверојатна осаменост. Колегите во редакциите вртат глава од нив, молчат или, уште пострашно, недоветно и злобно ја рационализираат и ја оправдуваат постапката на која, прашање на време е кога и самите ќе бидат изложени. „На сите ќе ви дојде редот“, драматично се обидуваа да порачаат колегите од „А1-телевизија“ кога го затвораа нивниот медиум. Ја разбравме ли пораката предочна?

Мобингот – оружје за неутрализирање на новинарите

Функционираме во средина во која елементарното ниво на солидарност, сочувство, па и совест се комплетно исчезнати. И тоа се манифестира постојано и мошне конкретно – кога новинари, репортери, уредници, камермани или, пак, колумнисти се отпуштаат целосно арбитрарно и притоа дополнително се понижуваат како „непрофесионални“ „неработници“, „партиски определени“, до-

дека медиумската заедница молчи, рационализира и бара оправдувања.

Ваквата состојба не е случајна, таа е последица на долготрајна изложеност на жесток мобинг во редакциите. Мобингот, што според истражувањето на новинарскиот синдикат е застапен во медиумите со 60 проценти, ги дава своите резултати.

Како изгледа тоа во практика? Мобингот може да почне постапно или нагло, со декрет, со промена на сопственикот, со „преродената“ уредувачка политика или со конфликт со главниот уредник. Без каква и да е рационална причина, обемот на работата на таргетираните новинари се редуцира – им се укинуваат емисиите, не им се прифаќаат темите, текстовите, иако напишани и навидум одобрени – ги нема во печатеното издание на весникот или во вестите, се предупредуваат со некакви чудни закани и без

Новинарите и медиумските работници се сведени на дејримирани аутистични ѝоединци, несѝособни за солидарност и за сочувствѝво, на кои ѝрофесионалниот хоризонт им завршува со чекоѝ за ѝлаѝа и со сѝравоѝ дали вооѝишѝо ќе ѝродолжаѝ да го добиваѝ

јасни аргументи „да внимаваат“, сѐ со намера тие комплетно да се дезориентираат и да го загубат професионалниот интегритет.

Морално и психички исцрпени, новинарите подложени на овој третман или прифаќаат

да работат според наметнатите, непрофесионални правила на игра или замолчуваат, некогаш и сами си даваат отказ само за да ја избегнат оваа сегрегација и чувство дека се

Мобингот може да почне постојано или нагло, со декрет, со промена на сојственикот, со „преродената“ уредувачка политика или со конфликти со главниот уредник

во непријателска средина во која им се мери секој збор. Понекогаш најавата за отказ ја примаат со олеснување!

Ваквиот третман остава психолошки траги (стрес, депресија, анксиозност, чувство на исцрпеност, малодушност) и го урива професионалниот, но и личниот интегритет. Но, целта на мобингот не е само жртвата, туку и сведоците. Психичкото и професионално малтретирање служи и како пример за другите што може да им се случи доколку дојдат во ситуација да бидат стигматизирани како неподобни.

Како последица, новинарите и медиумските работници се сведени на депримирани аутистични поединци, неспособни за солидарност и за сочувство, на кои професионалниот хоризонт им завршува со чекот за плата и со стравот дали воопшто ќе продолжат да го добиваат.

Мобингот стана безболно орудие во рацете на тие што сакаат лесно да се ослободат или да ги неутрализираат новинарите кои сè уште веруваат во вредностите на професијата, во пркосот како елементарна новинарска доблест.

Мора да се зборува за условите за работа

Недостигот од реално синдикално организирање до таа мера го има еродирано чувството за солидарност, што редакциите буквално се задушуват во исконски страв од губењето работа. Идејата за колективни права и за заедничко застапување е под постојан напад од партиските и од бизнис-центри. Членувањето во синдикат веќе отворено се казнува, се таргетираат синдикални претставници, а институциите (трудова инспекција, судовите), како и владејачката гарнитура, тоа интензивно го охрабруваат. Бројот на тајните членови се зголемува.

Оние што сè уште имаат работа работат во редакции во кои некогашните редакциски дебати се заменети со вертикален команден синџир, што значи „објавуваш или не објавуваш тоа што ќе ти се каже и како ќе ти се

Мобингот според истражувањето на новинарскиот синдикат е застапен во медиумите со 60 проценти

каже“. Уредувачката или новинарска независност се термини кои имаат статус на митски суштества, никој веќе во нив не верува. Во такви услови е непримерно да се самообвинуваме или да ги обвинуваме колегите за недостиг од солидарност. Токму спротивното, време е конечно на агендата на новинарската заедница да ги ставиме – условите во кои работиме! Само новинар кој не мора да стравува дека лесно ќе биде отпуштен или изложен на мобинг, може да си дозволи да биде професионален и да биде солидарен. Во спротивно, ќе нè елиминираат еден по еден, без исклучок.

СИВАТА ЗОНА НА СЛОБОДНИОТ ГОВОР И ЦРВЕНИТЕ ЛИНИИ НА ПРОФЕСИОНАЛНОСТА

Пишува: Александар Пешев



Слободата на говорот и професионалните новинарски стандарди. Фото: George Oates, Free Speech Mural, Сауџајг, Беркли, Калифорнија, 2009 г.

„Нели барате слобода на говор? Па, тоа значи дека секој може да си каже што сака“. Реакцијата е на еден читател на рецензија за непрофесионален текст. Авторот на коментарот се обидува клеветата и навредливиот стил што се користени во рецензираната објава да ги оправда со правото на слобода на говор. Веројатно ваквото резонирање го имаат и дел од медиумските работници.

Моќта на влијание врз јавното мнение доаѓа со голема одговорност и резонирањето дека некој може да „лугејта“ ко максимум дивизија“ е недозволиво, но сепак се поставува прашањето: во кој момент слободата на говор може да се претвори во оружје за нанесување неуправлива штета?

Сè почнува од следново: имам право да си кажам што мислам (и тоа секаде, а не само во колумна). Оттука следува лавина од непрофесионални текстови полни со коментари и со клевети, оцрнување на лица од

јавниот и од политичкиот живот или на обични граѓани, говор на омраза, непроверени

Ограничувања на слободата на говор?

**Практиката
укажува дека во
македонското
новинарство сè
уште постојат
проблеми со
почитување на
елементарните
принципи**

информации... Впрочем, токму овие елементи се присутни во речиси секоја рецензија на СПФМ, а ова се само неколку:

Политички прогнози:

„Народот не верува во очајните потези на раководството на СДСМ кое веќе е прочитана приказна.“

Говор на омраза – намерно е изоставено името на прозваната личност за да се избегне ширење на омразата:

„... бившиот нацифашист, по националност руски провинциалец од Естонија не нарече Славо-Македонци, а албанците со сета должна почит етнички Албанци...“

Коментар за кој е потребна кристална топка кога веќе нема наведено извор:

„Се најавуваа повторни протести кои премногу од очигледно е дека ќе доживеат крах“.

И конечно, совети за публиката – за во спална:

„Ако сексот им е важен на двајцата, двајцата треба и да се погрижат тој да се случи како што треба“.

Неспорно е дека моќта на влијание врз јавното мнение доаѓа со голема одговорност и резонирањето дека некој може да „лупета ко максимум по дивизија“ е недозволиво, но сепак се поставува прашањето: во кој момент слободата на говор може да се претвори во орудие за нанесување непоправлива штета?

Прашањето отвора жешка тема која сè уште е предмет на дебата. Од една страна, цензурата е забранета во речиси секое демократско општество и тоа со највисоките правни акти на државата. Од друга страна, се поставуваат дилемите за повреда на углед и за клеветата.

Како пример може да се земе случајот Милкович против магазинот „Лоријан“¹, кој се најде пред Врховниот суд во Соединетите Американски Држави во 1990 година. Случајот се „шетал“ низ судските лавиринти 15 години, а повод бил коментар објавен во весникот „Њуз хералд“ за тепачка на спортски натпревар. Авторот на текстот, спортски новинар, во колумна изразил лично мислење дека обвинетите во инцидентот лажеле пред судот со што им дале лош пример на децата кои биле сведоци на тепачката.

**Презентацијата
на твргења
во веси и во
прилози кои не
се поврзани со
извор, подразбира
нейпочитување
на основните
правила на
новинарскиот
занај**

Одбраната се повикувала на првиот амандман за слобода на говор, поточно премисата дека секој има право на здраворазумско мислење. Првичната пресуда во корист на медиумот била обжалена пред Врховниот

1 The Supreme Court case is Milkovich v. Lorain, Journal Co., 497 U.S. 1, 1990

суд и, спротивно на очекувањата, жалбата била усвоена. Судијата образложил дека со примери од судската практика се создал впечаток дека „каква било штетна изјава е заштитена со првиот амандман“. Оттука и следниов навод на судијата:

„Колумните кои сугерираат клевета, базирани на тврдења кои може да се докажат како вистинити и лажни, може да обезбедат основа за тужба, дури и од страна на јавни службеници.“

*Ако куќата се
гради од темелите,
јасната дистинкција
на коментаторскиот
елемент во
текстови
презентирани
како вести е услов
за поширока
дискусија околу тоа
до каде може да се
оди со слободата
на изразување во
другите форми на
новинарски израз*

Оттука, за утврдување на можноста за клевета се издвојуваат неколку прашања:

- Дали авторот користи фигуративен говор со кој на читателот му се отежнува утврдувањето на фактите?;
- Ако тврдењето е во писмена статија, во кој контекст е наведено истото?;
- Дали контекстот му отежнува на читателот да ги распознае фактите?

Проблеми со основните стандарди

Покрај постојниот кодекс за македонските новинари, практиката укажува дека во македонското новинарство сè уште постојат проблеми со почитување на елементарните принципи.

Новинарот треба да прави разлика меѓу фактите и мислењата, меѓу веста и коментарот, вели Кодексот на новинарите на Македонија.

Додека во САД слободата на изразување во сооднос на клеветата се разгледува пред судовите уште од минатиот век, во земјава имаме проблеми со основите: вести и прилози каде коментарите не се дозволени, макар ни под закрилата на слободата на изразување, како, на пример:

„Полни со гнев и со омраза, опозициските портали и гавази сериозно халуцинираат и дрско лажат“.

Слични примери го илустрираат овој проблем, за чија застапеност потребно е спроведување на квантитативно истражување. Неблагодарно би било да се коментираат мотивите за ваквото известување, бидејќи за тоа нема достапни докази.

Дали нечие лично мислење е потенцијално опасно по угледот на институција или личност е сивата зона за која секогаш ќе има дискусии, особено во колумни и во едиторијали. Од друга страна, презентацијата на тврдења во вести и во прилози кои не се поврзани со извор, подразбира непочитување на основните правила на новинарскиот занает. Ако куќата се гради од темелите, јасната дистинкција на коментаторските елементи во текстови презентирани како вести е услов за поширока дискусија околу тоа до каде може да се оди со слободата на изразување во другите форми на новинарски израз.

страница 50-61

ПОГЛАВЈЕ 02

Член 3 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој ќе настојува да биде обезбедено објавување на исправка, деманти и одговор во случај кога ќе биде утврдена неточност на информацијата.

ЕКОЛОГИЈА ЗА НОВИНАРИ

Пишува: Зоран Бојаровски



Peeing statues in Kiev (From Wikimedia Commons, the free media repository)

Ако некој воопшто се прашува дали фер пристапот и однесувањето во новинарството се важни, тогаш треба да се потсетиме дека во оваа професија важи правилото дека новинарите секогаш треба да ги преиспитуваат своите мотиви за да бидат сигурни дека нивните лични чувства и определби не влијаат во креирањето и во пишувањето на сториите, не влијаат на изборот на изворите, не определуваат кои делови од сторијата ќе добијат акцент.

Фер пристап и однесување во новинарството подразбира и дистанцирање на новинарските автори од влијанието на политичките и на финансиските моќници, што подразбира дека медиумските производи ќе бидат резултат на целосниот професионален и етички интегритет на новинарските професионалци. За жал, во актуелното македонско секојдне-

**Нейрофесионално
работење на
новинарите
и неодговорно
однесување на
уредниците
е секогаш добар повод
за студии на случај
од кои, се надеваме,
другите ќе учат**

вие имаме многубројни примери за „забегување“ од овие принципи и нагласено практикување на сосема спротивни, кои се закануваат да се прикажат како исправи ако не се реагира. Треба да реагира секој и секогаш. Во таа смисла, до „Сервис за проверка на фактите од медиумите“ (СПФМ) стигна писмо од граѓанското здружение „Екосвест“ со реакција на постапката на уредништвото на весникот „Дневник“, манифестирана во текстот „Албанската влада со помош на „невладините“ ни ги запре „Бошков мост“ и „Луково поле“¹, објавен на 9 декември 2015 година.

1 Албанската влада со помош на „невладините“ ни ги запре „Бошков мост“ и „Луково поле“, Дневник, 09.12.2015 <http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=4AB9360FE5FFD04FAA0509E81E217752>

Ако го „пуштиме“ овој текст низ методологијата за проверка на фактите од медиумите, како резултат ќе добиеме наслов кој обвинува, а кој за тоа во телото на текстот нема никакви докази, освен флоскулата „сјоред сознанија на „Дневник““. Ептен е очигледно дека ја нема втората страна во приказната, а „Екосвест“ им е тука, во дворот, што се вели. Основната теза во оваа сторија е дека невладините ги запреле хидроенергетските проекти „Бошков мост“ и „Луково поле“ и тоа се поткрепува со доведување во прашање на одлуката на една аполутно експертска и кредибилна инстанца, како што Постојаниот комитет на Бернската конвенција за заштита на дивиот свет и природната средина при Советот на Европа. Не е спорно дека кога е во прашање јавниот интерес нема „свети крави“ ниту меѓу функционерите, ниту меѓу институциите. Но, за да оспорите легитимитет и основаност на некоја одлука, особено на специјализирани кредибилни меѓународни организации, треба да имате дебели аргументи и докази.

Ништо од тоа нема во овој текст. Нема директни докази што ќе ја потврдат изнасилената, однапред подготвена теза, која е стокмена така за да звучи вистинито, дека невладините, односно „Екосвест“, се виновниците и лобисти кај албанската влада за да се запрат овие проекти.

Прекршени се клучните принципи на Кодексот на новинарите. Од оние кои се однесуваат на вистинитоста, на избалансираноста до оние кои се однесуваат на неопходната потреба од дистанцирање од политичките субјекти...

Но, гревовите на овој текст не завршуваат тука. Рецензијата на овој текст се трансформира во студија на случај, зашто однесувањето на авторот и на уредништвото на овој медиум ги прекршило сите членови од Законот за медиуми², а кои се однесуваат на поглавјата „Право на исправка“ и „Право на одговор“ од член 15 до член 26.

Прекршен е и членот 3 од Кодексот на новинарите кој налага:

Новинарот ќе настојува да биде обезбедено објавување на исправка, деманти и одговор во случај кога ќе биде утврдена неточност на информацијата.

Со оваа најава на прекршени членови од Законот за медиуми и од Кодексот на новинарите, всушност, влегуваме во анализата на овој случај кој се претвори во лекција за одговорноста на медиумите да го почитуваат правото на исправка и правото на одговор,



така како што налагаат законите и етичките принципи на новинарите опфатени во меѓународните и во националните кодекси.

Во дописот до СПФМ, од „Екосвест“ пишуваат дека весникот објавил „неточни информации со тенденциозна содржина“ и дека редакцијата била известена за тоа наредниот ден. Покрај објаснувањето за улогата на „Екосвест“ во целата постапка за преиспитување на оправданоста на хидроенергетските проекти од аспект на заштита на дивиот свет и на природната средина во националниот парк Маврово, од редакцијата било побарано објавување на демантот и соодветно извинување како компензација

2 Законот за медиуми, Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги
http://www.avmu.mk/images/Konsolidiram_tekst_na_zakon_za_mediumi_18.11.2014.pdf

за направената штета, односно клевета што оваа организација ја препознава во тенденциозната содржина во текстот.

Следствено, ова барање на организацијата, поткрепено со аргументи, редакцијата била должна да го испочитува со што ќе ги испочитувала и законските одредби од Законот

Фер ѝрисџај и однесување во новинарскиот ѝобразбира и дисџанџирање на новинарскиот авџори од влијанието на ѝолиџичкиот и на финансискиот моќници, што ѝобразбира дека медиумскиот ѝпроизводи ќе бидат резултат на целосниот ѝпрофесионален и еџички инџеџриџет на новинарскиот ѝпрофесионалџи

за медиуми што произлегуваат од членовите на поглавјата „Право на исправка“ и „Право на одговор“, односно од член 15 до член 26.

Во член 15, недвосмислено се истакнува правото на исправка на граѓаните, како и на правните лица и на други организации и тела, доколку со информацијата биле повредени нивните права или интереси:

(1) Секој има право од издавач на медиум, односно од одговорен уредник на издавач на медиум да бара, без надоместок, да објави исправка на објавена информација во која се наведуваат неточните факти објавени во информацијата, а со кои биле повредени неговите права или интереси. Право на исправка имаат и

правните лица и други организации и тела, доколку со информацијата биле повредени нивните права или интереси.

- (2) Барањето за објавување исправка се поднесува до одговорниот уредник на издавачот на медиум во писмена форма во рок од 30 дена од денот на објавувањето на информацијата на која се однесува исправката. Барањето мора да биде образложено и потпишано од подносителот на исправката и да ги содржи сите потребни податоци за подносителот на исправката, како и неговата адреса.
- (3) Во исправката на објавена информација покрај исправка на погрешните тврдења или неточните наводи во објавената информација, може да се изнесуваат факти и околности со кои подносителот на исправката ги побива или битно ги дополнува наводите во објавената информација.
- (4) Во случај кога се работи за научна или уметничка критика, не се дава право на исправка, освен доколку со истата се врши само исправка на неточни факти.
- (5) Не може да се бара исправка доколку издавачот на медиум, до денот на поднесувањето на барањето за исправка, веќе претходно сам објавил исправка на истата информација. Ако подносителот на барањето за исправка смета дека издавачот на медиумот не ја објавил исправката на соодветен начин, во тој случај може да бара остварување на своето право во согласност со членот 21 од овој закон.
- (6) Доколку лицето за кое се однесува информацијата е починато, право на објавување на исправка имаат неговите деца, посвоени деца, брачните другари, родители, посвоители, браќа и сестри или правни лица, доколку информацијата се однесува на дејноста што ја вршело покојното лице во врска со тоа правно лице.
- (7) Подносителот на барањето за објавување исправка мора јасно да ја наведе инфор-

мацијата, односно податокот од информацијата на кој се однесува барањето за исправка и датумот на нејзината објава.

Членот 16, пак, го уредува начинот на кој медиумот е должен да ја објави исправката:

- (1) Исправката се објавува, без измени и дополнувања, на исто или соодветно место во содржината на медиумот и на ист или соодветен начин на оној на кој била објавена информацијата. Исправката не смее да биде несразмерно подолга од информацијата, односно од делот на информацијата на која се однесува. Исправката може да се објави во изменета форма само доколку на тоа се согласи подносителот на барањето на исправката. Исправката мора да биде објавена на начин што од самиот наслов може да се види дека се работи за исправка. Исправка без согласност на подносителот на барањето на исправката не смее да се објавува меѓу реакции или писма на читателите, односно гледачите или слушателите.
- (2) Во програмите на радиодифузерите, исправката се објавува со читање во истата програма и термин во која е објавена информацијата на која се однесува исправката или во истиот вид на програма со исто ниво на гледаност или слушаност.

Оваа материја ја опфаќа и Законот за граѓанска одговорност³ и тоа во членот 14, во кој се уредува правото на реагирање, демант, одговор и на исправка:

- (1) Ако навредата или клеветата е сторена по пат на средство за јавно информирање или компјутерски систем, оштетениот има право да поднесе барање за објавување одговор, демант или исправка во рок од седум дена од денот кога дознал дека е објавена, но не подоцна од еден месец од нејзиното објавување.
- (2) Средството за јавно информирање од ставот (1) на овој член го објавува деман-

тот, одговорот или исправката во рок од два дена од доставувањето на барањето, во првиот нареден број, ако се работи за периодични изданија или во друго средство за јавно информирање, ако се работи за непериодична публикација.

- (3) Демантот, одговорот или исправката се објавува на истото место или време и во ист обем, како и информацијата на која се реагира (наслов, наднаслов, поднаслов, текст во пишани средства за јавно информирање или интернет-страница, најава во информативна програма, прилог).
- (4) Објавувањето на демантот, одговорот или исправката може да се одбие, ако:
 - 1) барањето не е доставено во рокот определен во ставот (1) на овој член;
 - 2) одговорот содржи навреда или клеветата и
 - 3) одговорот е во спротивност на со закон заштитените интереси на трети лица.

Од „Екосвест“ ги испочитувале сите правила што произлегуваат од овие, како и од другите

Новинариите треба да се грижат на јавноста да ѝ презентираат информации од јавен интерес, а не да учествуваат во манипулациите на јавната дебата

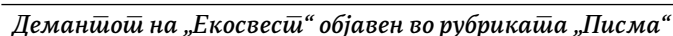
членови на законите што ја уредуваат оваа материја: реагирале навреме и во обем не поголем од текстот што ја предизвикал нивната реакција. Нивниот приговор не повредил ниту еден став од членовите кои утврдуваат какво треба да биде барањето за исправка и за одговор.

³ Закон за граѓанска одговорност

<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/2014.11.2012.pdf>

ско-политичко опкржување, сосема соодветно оценето во извешатите на Европската комисија, Стејт департментот на САД, како и на сите други меѓународни организации кои ја надгледуваат работата на судовите, овде нема да се задржуваме на таа тема. Многу поважно е да ја истакнеме неподносливата леснотија со која толку неодговорно се однесуваат некои медиуми кога се во прашање професионалните стандарди, одговорноста за вистината, респектот кон сопствената публика и кон јавниот интерес во земјата. Во овој случај, ние сме современици на еден медиум кој крајно навредливо се однесува кон публиката и кон субјектите кои имаат значаен придонес во сферите од јавен интерес во земјата. Наместо, кога веќе бил направен пропуст за темата „Бошков мост“ и „Луково поле“ да се известува сеопфатно, избалансирано и соодветно на фактите, да се прифати грешката, да следува извинување и објавување на демантот на истото место во медиумот, во овој случај на наслов-

обем, со своите понатамошни постапки прекршува неколку членови од законите и соодветно на тоа се изложува на казнени одредби што се утврдени во членот 29 од Законот за медиуми и во членовите 15, 16, 17 и 18 од Законот за граѓанска одговорност. Казната за правно лице, според овие членови, изнесува од 1.500 евра (Закон за медиуми) до 15.000 евра (Закон за граѓанска одговорност). Бидејќи судската постапка е една сосема друга тема во нашето актуелно новинар-



ната страница, уредништвото не медиумот одлучило да си поигра и со законите и со довербата на публиката, како и со сопствената одговорност пред вистината, текстот на „Екосвест“ го објавиле во рубриката „Писма“. Демантот е уште понавредливо проследен со штур и отсечен одговор на авторот на текстот „Албанската влада со помош на „невладините“ ни ги запре „Бошков мост“ и „Луково поле“⁴, кој вели, замислете: „Не постои намера за нанесување штета“.

Сега публиката треба да се запраша каква друга намера имал авторот на текстот ако нема директни докази што ќе ја потврдат изнасилената, однапред подготвена теза, која е стокмена така за да звучи вистинито,

Кога е во прашање јавниот интерес нема „свешти крави“ нишу меѓу функционерите, нишу меѓу институциите. Но, за да осигорите легитимитет и основаност на некоја одлука, особено на сјецјализирани кредибилни меѓународни организации, треба да имате дебел аргументи и докази

дека невладините, односно „Екосвест“ се виновниците и лобисти кај албанската влада за да се запрат овие проекти. Ако се прекршени клучните принципи на Кодексот на новинарите, кои се однесуваат на вистинитоста, на избалансираноста, како и оние кои

се однесуваат на неопходната потреба од дистанцирање од политичките субјекти... Што да се заклучи? Освен дека непрофесионалното работење на новинарите и неодговорно однесување на уредниците е секогаш



Одговорот на авторот на текстовиот

добар повод за студии на случај од кои, се надеваме, другите ќе учат.

Во меѓувреме, добро е да се има на ум и да се повторува обврската на новинарите да се грижат на јавноста да ѝ презентираат информации од јавен интерес, а не да учествуваат во манипулирањето на јавната дебата. Новинарите работат во интерес на јавноста, а не ја користат јавноста за некои други цели.

4 Албанската влада со помош на „невладините“ ни ги запре „Бошков мост“ и „Луково поле“, Дневник, 09.12.2015
<http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=4AB9360FE5FFD04FAA0509E81E217752>

ПРИКАЗНИ ГРАДЕНИ НА ДЕМАНТИ

Пишува: Оливера Војновска



Должносѝ на медиумите е да објават деманти на одредена неточна информација со која е направена повреда на достоинството или се нарушени нечији права и интереси

Тоа се случува секојдневно во медиумите. Некогаш се работи за извинување поради пренесување на погрешна вест, а некогаш за дополнувања и за појаснувања на некоја нецелосна информација.

Под самиот поим демант¹ се подразбира изјава² (соопштение) со која се негира вистинитоста на некоја информација или се врши исправка на некоја вест или тврдење. Уставот³, поточно членот 16, ги гарантира слободата на уверувањето, совеста, јавното изразување на мислата, како и слободата на говорот и јавното информирање. Но, исто така, во ставовите четири и пет на овој член се гарантира правото на одговор, како и правото на исправка во средствата за јавно информирање. А, тоа е предвидено и во членот 3 од Кодексот на новинари⁴:

„Лажи“ – напишано преку апарат за продажба на весници во Лондон. Фото: Toban B., јануари 2009 година

Објавувањето демант на новинарски текст не е новина ниту, пак, нешто невообичаено.

1 Oxford Living Dictionaries: Denial
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/denial>

2 Дигитален речник на македонскиот јазик
<http://www.makedonski.info>

3 Устав на Република Македонија
<http://www.sobranie.mk/?ItemID=A431BEE83F63594B8FE11DA66C97BEAF>

4 Кодекс на новинарите на Македонија, Здружение на новинарите на Македонија
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

Новинарот ќе настојува да биде обезбедено објавување на исправка, деманти и одговор, во случај кога ќе биде утврдена неточност на информацијата,

и во назнаките во Прирачникот за етиката во новинарството⁵:

Моралната одговорност за неточноста на информацијата паѓа на новинарот и затоа е важно тој самиот да влијае и да обезбеди објавување на демант, исправка или одговор во медиумот во кој информацијата е објавена, а чијшто автор е тој. На тој начин новинарот го штити и сопствениот интегритет, но и интегритетот на медиумот во кој работи.

Сите грешки мора да се потврдат и да се коригираат. Признавањето на грешката е доблест, а нејзино прикривање неспоиво со професионалното достоинство.

Пожелно е новинарот или медиумот да се извини за грешката.

Важно е новинарот, но и медиумот, за да го заштитат својот кредибилитет, да сторат сè да ја проверат информацијата и од други независни извори и да го користат анонимниот извор само тогаш кога нема друг начин да се дојде до информација која е од јавен интерес.

Нов тренд

Должност на медиумите е да објават демант на одредена неточна информација со која е направена повреда на достоинството или се нарушени нечији права и интереси. Меѓутоа, во последно време сме сведоци на еден нов тренд во новинарството. Да се гради цела историја на демантирана информација! Таков е случајот со приказната⁶ за наводните бизниси на новинарката Менче Атанасова-Тоци. Иако Тоци претходно имаше демант, до весникот⁷ и до медиумите што го пренесоа текстот, во кој таа вели:

„Освен невладината организација „Ходници“, која е регистрирана во моментот кога останав без работа кога згасна А1, не ми е позната и не сум поврзана со ниту една друга фирма. Невладината организација „Ходници“ никогаш не профункционира, низ неа не поминал ниту денар.

*Во последно време
сме сведоци на
еден нов тренд во
новинарството.
Да се гради
цела историја на
демантирана
информација!*

Немам никаква поврзаност ниту со фирмата „Акон Пајо“. Мојот сопруг има фирма „Аконт – Пајо“ и со години си работи сметководство, чесно си го заработува лебот и редовно си ги плаќа давачките кон државата. Ниту сум сопственик, ниту косопственик, моето име не фигурира во оваа фирма, ниту имам каква било врска со сметководство. За Фирмите „Римедикал“ – друштво за трговија и услуги, „Елите софа“, „Фешн форс“ и за златарницата „Смарагд“ првпат слушам, не ми се познати и никогаш не сум имала никаква поврзаност со нив“.

Следуваше и реакција на сопственикот на фирмите, во која тој кажува дека тие се

5 Прирачник за етиката во новинарството, Здружение на новинарите на Македонија, 2012 [www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik za etika vo novinarstvoto maj 2012.pdf](http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf)

6 Денешен: Документите ја демантираат Менче Тоци, Пресс24, 27.01.2014 <http://press24.mk/deneshen-dokumentite-ja-demantiraat-menche-tochi>

7 Шилегов ги заборавил другите новинари што имаат фирми, Дневник, 24.01.2014 <http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=87ACD809A7A35045B7A55484BA3C70EE>

негови, дека две се затворени и не функционираат, а златарницата е на неговиот брат. Сепак, порталот излезе со текст со наслов „Документите ја демантираат Менче Точи“⁸, во кој ги спомнува реакциите на

**Серијалот
конструиран врз
демантирани
содржини, заедно
со редица други
текстови објавени
во медиумите,
всушност, има
цел да конструира
„паралелна
новинарска афера“
и да го пренасочи
вниманието на
јавноста од груп
реален меѓаскандал**

Точи, но на јавноста ѝ открива „нови детали“ за случајот. На овој текст следуваше нов демант на Точи, во кој таа повторно негира поврзаност со фирмите чии документи ги објави порталот. Веб-страницата го објави и овој нејзин демант, но само два часа подоцна излезе со нов текст: „Менче Точи во сиропивност со законите на брачниот имот“.

Фактички, порталот иако ги објавува демантите, ја игнорира нивната содржина и се фокусира на првично објавената информација во друг медиум. Односно, и покрај јасните укажувања дека таа е погрешна, продолжува да ја надградува приказната тема-

лена на дезинформација. Пред јавноста ја претставува како целосна вистина и креира перцепција дека новинарката ја искористила професијата за лично да профитира. Во текстовите кои се нижат ја претставува како неискрена личност која паралелно со новинарството се занимава и со приватен бизнис, и тоа не еден, туку повеќе!

Но, зошто го прави тоа и со каква цел?

Овие наменски скроени текстови излегоа како одговор на мегаскандалот во здравството што го обелодени опозицијата, а во кој е инволвирана друга новинарка – „омилената уредничка“ на премиерот. Серијалот, заедно со редица други текстови објавени во медиумите, всушност, има цел да конструира „паралелна новинарска афера“ и да го пренасочи вниманието на јавноста од тендерскиот мегаскандал.

Со демантирани информации е граден и случајот за наводни злоупотреби со продажбата на градежно земјиште во Струмица, што се вртеше по медиумите⁹. Порталот што го објави текстот наспроти демантот од Општина Струмица, продолжи да ја плете приказната и наредниот ден. А, сторијата, како и претходната, со некои варијации во насловот, ама со истата теза, ја презедоа повеќе медиуми.

И во овој случај медиумот намерно не го зема предвид кажаното во реакцијата од локалната власт во Струмица, имено дека:

„Објавата за отуѓување е поништена, а договорот за отуѓување е раскинат и споменатото градежно земјиште е во сопственост на Република Македонија“.

Без конкретни докази се продолжува да се развива приказната за наводната продажба на градежно земјиште за багателна цена, надградувајќи ја со нафрлени обвинувања дека:

„Заев го оштетил државниот и општинскиот буџет со повеќе од 58 милиони денари“.

8 Денешен: Документите ја демантираат Менче Точи, Пресс24, 27.01.2014
<http://press24.mk/deneshen-dokumentite-ja-demantiraat-menche-tochi>

9 Нетпрес: Заев продал државно земјиште за едно евро по квадрат, Грид, 23.01.2014
<http://grid.mk/news/506664464/netpres-zaev-prodal-drzhavno-zemjishte-za-edno-evro-po-kvadrat-na-biznis-ortak-koj-go-preprodal-za-6-pati-pogolema-cena>

Кој е мотивот, наспроти демантот, да се продолжи со тенденциозната историја со која се атакува на струмичкиот градоначалник и лидер на СДСМ?

Оваа наводна афера, всушност, требаше да го покрие скандалот со продажбата на земјиштето кај НБРМ за 71 денар за еден квадратен метар. И тука, како и во претходниот пример (со новинарката), идејата е да се дефокусира вниманието на јавноста и да се дискредитира личноста на Заев.

Во двата споменати примери целосно е изместена улогата на демантот. Наместо медиумите коректно да ги објават реакциите, тие со произволно толкување на нивната содржина, дополнително, ги употребиле како „оружје“ против новинарката и лидерот на СДСМ. Тоа јасно покажува дека медиумите (новинарите) не си ја завршиле чесно задачата и со неточната информација свесно ја дезинформирале јавноста. Со ваквата постапка се нарушени темелните принципи во новинарството:

Основна задача на новинарите е да ја почитуваат вистината и правото на јавноста да биде информирана во согласност со член 16 од Уставот на Република Македонија.

Новинарот треба да објавува точни, проверени информации и нема да прикрива суштински податоци и да фалсификува документи (Кодекс на новинариите).

Оттаму, ваквите материјали немаат некои допирни точки со новинарски текстови, туку многу повеќе наликуваат на фабрикати.

Има рекција, нема текст – демантирано, па објавено

Во нашата медиумска практика не е необично да прочитае реакција на владата или на партијата на власт за извештај од некоја странска институција, а самиот извештај

воопшто да не биде објавен. Таков е примерот со реакцијата¹⁰ на Министерството за финансии за извештајот на агенцијата „Стандард и Пурс“, во кој се намалува долгорочниот кредитен рејтинг на Македонија и за кредитите во девизи и за оние во денари, од „ББ“ на „ББ-“, што ја објави државната

Наместо медиумите коректно да ги објават реакциите, односно демантиите, тие со произволно толкување на нивната содржина, дојолнишело, ги употребиле како „оружје“ за отсирел

информативна агенција. Во оваа информација¹¹ на МИА нема ниту збор за содржината на извештајот на „Стандард и Пурс“, што отвора сомнеж дека тие важни податоци се прикриваат. Поентата на ваквиот пристап во информирањето е да се „замагли“ стварноста и јавноста да добие искривена слика за одредени состојби. Тоа е неодговорно и недозволиво, дотолку повеќе што се работи за државна агенција – јавен сервис.

Имено, медиумот опширно ја пренесува острата реакција на Министерството кое изразува сомневање во точноста на податоците врз кои се базираат оценките на „Стандард и Пурс“:

„Агенцијата неоправдано ја става Македонија во ист кош со земји кои имаат над 60 отсто државен долг, додека Македонија има 33 отсто долг. Агенцијата со

10 Реакција на Министерството за финансии на извештајот на Standars&Poor's, МИА, 24.05.2014
<http://www.mia.mk/mk/Inside/RenderSingleNews/103/132004025?pageID=1>

11 Ибид

својот извештај си дозволува и да се меша во внатрешната политика на земјата, зборувајќи за случувањата во Собранието околу носењето на буџетот за 2013 година и сосема несоодветно зазема страна, споменувајќи дека „членови на опозицијата биле отстранети од Собранието за да се избегне дискусија за зголемените расходи на владата“. На тој начин се прејудиираат случувањата од 24 декември, кои се предмет на испитување на Анкетната комисија, а агенцијата грубо се меша во внатрешната политика на земјата...“

Од вака објавената информација се добива впечаток дека извештајот на „Стандард и Пурс“ е тенденциозен и необјективен. Доколку се имало искрена намера да се извести професионално и јавноста да добие целосна и реална слика, новинарот ќе го почитувал основното новинарско правило - да се слушнат двете страни, па ќе ги презентирал и аргументите¹² на „Стандард и Пурс“:

„Од почнувањето на глобалната финансиска криза, транспарентноста на македонските јавни финансии опаѓа, а шансите за некаков позначаен економски пораст се ослабени. Според наше мислење, политичките институции на Македонија имаат неадекватни контролни механизми, додека заостанатите плаќања на Владата претставуваат предизвик за резултатите од фискалната политика“.

Ова, несомнено, дава сосема поинаков контекст на темата.

Има и такви случаи, кога една вест која како на индиго ја ископирале повеќе медиуми, ќе биде демантирана, по извесно време таа дезинформација¹³ да биде повторно објавена во друг медиум. Ова, во најмала рака, претставува демонстрација на еден неодговорен

и потценувачки однос кон читателската публика. За еден таков своевиден курио-

*На медиумот
(новинарот), пак,
кој нема да го
објави демантиот,
му останува
моралната
одговорност и
огромната дамка
што му го нарушува
професионалниот
интегритет*

зитет имаше и рецензија на страниците на „Сервис за проверка на факти од медиумите“. Меѓутоа, по објавувањето на рецензијата, медиумот ја увидел грешката и ја повлекол информацијата.

Деманти на „Фејсбук“

Во поново време, на ФБ-профилите на политичарите, освен политички пораки, соопштенија за партиски активности, може да се прочитаат и деманти на текстови:

„Го читам текстот објавен во провладините медиуми и се смеам. Дали може да се оди до таа крајност, со вакви приказни за мали деца да се обидува власта да ги замагли очите на граѓаните од реалноста што ни се случува во Македонија. Јас сум прв соработник на Бранко Црвенковски, јас сум еден од тие што учествуваат во донесување на сите одлуки во Социјалдемократскиот сојуз...“

12 Министерство за финансии: „Стандард и Пурс“ се меша во внатрешната политика на Македонија, Грид, 25.05.2014 <http://grid.mk/news/505110131/ministerstvo-za-finansii-standard-i-purs-se-mesha-vo-vnatreshnata-politika-na-makedonija>

13 Вака би изгледала новата банкнота од 200 денари, www.lider.mk, 22.01.2014 <http://mediumivistinomer.mk/wp-content/uploads/2014/01-lider.png>

Вака напиша лидерот на СДСМ, Зоран Заев, на својот ФБ-профил¹⁴ испровоциран од новинарски написи¹⁵ кои се појавија пред локални избори во 2013 година, а во кои се тврдеше дека Заев влегол во отворен судир со Црвенковски и барал негова оставка.

Неодамна и новинарот Борјан Јовановски беше нападат од дневен весник¹⁶ со следниве зборови:

„Борјан Јовановски се јавува како основач или овластено лице во неколку невладини организации и фирми. На пример, Шилегов веројатно не знае дека тој има фирма за филмска продукција „Еуровижн“, каде соосновач е неговата колешка Сашка Цветковска. ТВ „Нова“ – интернет-телевизијата се реализира преку „Видео веб-продукција“, чиј соосновач е колешката Билјана Секуловска. Јовановски е овластено лице и во угостителската фирма „Мом-Томче Софка“...“

И тој одговори преку статус на својот фејсбук-профил¹⁷:

„Како сопственик на „Томче Софка“, ја поканувам целата редакција на Дневник со сè „шишиња“ од 750.000 евра да дојдат на вечера...“

Несомнено дека објавувањето вакви содржини на „Фејсбук“ овозможува реакцијата да допре до поширок круг луѓе, што е особено важно во услови кога македонскиот медиумски простор е прилично стеснет.

Сè почесто се случува и во некој медиум да прочитае демант за текст пласиран во друг медиум. Причините за тоа се во силната поларизација на општеството која неизбежно се рефлектира и во медиумите, каде се забележува длабока поделба на

провладини и на опозициски. И во еден прилично задушувачки амбиент, кога опозицијата воопшто нема или има ограничен пристап во медиумите, нејзините деманти, најчесто, не ги објавуваат оние кои ја пласирале дезинформацијата. Така, таа е ставена во ситуација реакциите да ги соопшти преку медиумите кои се критички настроени кон власта. На медиумот (новинарот), пак, кој нема да го објави демантот, му останува моралната одговорност и огромната дамка што му го нарушува професионалниот интегритет.

Иако можеби прозвучува декларативно, сепак, вистината мора да допре до јавноста, а новинарите секогаш треба да бидат на барикадите на јавниот интерес. Затоа, не е грев новинарот кој пласирал неточна информација, поради брзање, невнимание или незнаење, да ја признае грешката и да ѝ се извини на засегнатата страна. Уште повеќе, бидејќи според Законот за граѓанска одговорност за навреда и клевета, новинарот и медиумот ризикуваат да се соочат со судска постапка. А во согласност со овој закон, медиумот треба да го објави демантот на истото место и во истиот обем како и спорниот текст.

Конечно, нема ништо страшно и фрустрирачко во тоа да се објави демантот, се разбира, доколку е во прашање неточна информација. Впрочем, тоа е стандард во професионалното новинарско информирање и така постапуваат сите редакции кои држат до своето име. И во секој случај, тоа помалку „боли“ од необјавувањето на реакцијата. Игнорирањето на демантот, пак, крие други мотиви.

14 <https://www.facebook.com/zaevzoran/photos/a.243039092931.174852.66035312931/10151550203137932/?type=3&theater>

15 (ЕКСКЛУЗИВНО) Судир во СДСМ – Заев тврди дека има поддршка од голем дел од раководството (2), www.republika.mk, 21.02.2013 <http://republika.mk/25216>

16 Шилегов ги заборавил другите новинари што имаат фирми, Дневник, 24.01.2014 <http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=87ACD809A7A35045B7A55484BA3C70EE>

17 https://www.facebook.com/borjan.ez/posts/10153709328080109?stream_ref=10

страница 64-76

ПОГЛАВЈЕ 03

Член 4 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој ќе го назначи изворот на информации, но ако изворот бара да остане анонимен, новинарој ќе го заштити.

КАКО СЕ ЗЛОУПОТРЕБУВААТ ИЗВОРИТЕ НА ИНФОРМАЦИИ ВО МЕДИУМИТЕ?

Пишува: Биљана Илиќ



Ситѐ љоважни наводи, искази и факти во еден новинарски напис, освен оштито љознаштите факти, мора да бидат јасно и прецизно атрибуирани, на именуван или лоциран извор

Принципот на *атрибуција* е одлика на модерниот журнализам, стандард усвоен и во македонското новинарство во средината на деведесеттите години од минатиот век. Сите поважни наводи, искази и факти во еден новинарски напис, освен општо познатите факти, мора да бидат јасно и прецизно атрибуирани, на именуван или лоциран извор. Така, на пример, исказот „во својош и во Македонија владее економска криза“ не мора да се атрибуира, бидејќи очигледно станува збор за општо познат факт, но тврдењето „владата добро се справува со економската криза“ мора да се атрибуира – кој го вели тоа? Со доследна примена на принципот на атрибуција, новинарот ја „сида“ веродостојноста на фактите што ги соопштува и ја

освојува довербата на читателот. Написите во кои овој принцип воопшто не се почитува, а се изнесуваат понекогаш и жестоки и обвинувачки тврдења, тешко дека може да се сметаат за веродостојни. Такви примери се написите: „Кој стои зад Аце Коцевски?“¹ и „Андреј Жерновски се пријавувал како невработен“². Во првиот случај, ниту едно од сериозните обвинувања изнесени за опозицискиот кандидат за градоначалник на Велес не е поткрепено со исказ на извор. Во вториот случај, изнесените обвинувања на сметка на кандидатот за градоначалник на Центар, Андреј Жерновски, се атрибуирани со телевизија „Сител“ како извор. Притоа,

1 „Кој стои зад Аце Коцевски?“, [www.denesen.mk](http://denesen.mk), 31.03.2013
<http://denesen.mk/web/2013/03/31/koj-stoi-zad-ace-kocevski/>

2 „Андреј Жерновски се пријавувал како невработен“, [www.kurir.mk](http://kurir.mk), 14.03.2013
<http://kurir.mk/makedonija/partii/107661-Andrej-Zernovski-se-prijavuvал-kako-nevraboten>

воопшто не ја исклучуваме можноста некои од наводите, или дури и сите, да се точни, но во отсуство на каков било извор или без повикување на пишани извори и слично, овие написи се доживуваат како пропагандистички памфлети.

Добриот новинар ги атрибуира фактите што ги соопштува, користејќи официјални (овластени), искусвени (засегнати) и други независни извори (експерти, очевидци итн). Стандардна постапка е изворите да се именуваат, а само кога тоа не е можно, од етички или од други професионални причини – прецизно да се *лоцираат*. Често, а особено во општества во кои изворите на информации се хронично затворени, се случува некои извори да сакаат да зборуваат јавно, но да побараат да бидат неименувани и заштитени дури и во случај на судска постапка. Во таков случај, доколку им верува, новинарот може да одлучи да не ги именува изворите и нивните искази да ги објави *off record*, но во таков случај мора да ја опише нивната природа (дали се овластени или засегнати) и нивната блискост до некоја од засегнатите страни (оттаму и вообичаената фраза „извори блиски на...“).

За жал, во нашите медиуми денес многу често фразите за лоцирање на изворите се користат за заведување на читателот, а понекогаш дури и за прикривање на отсуството на извори. Така, на пример, во текстот „Македонија со најмала невработеност, а ова е од транзицијата на Бранко“³, дел од наводите воопшто не се атрибуирани (без повикување на извор, написот, на пример, тврди дека „на европско ниво, додека не ја ситиѓнеме Германија, засега Македонија е на ниво на Шпанија“), додека некои наводи се атрибуирани на неименувани стопански комори, стопанственици и економисти, за да се поткрепи тезата дека стапката на не-

вработеност е нереална, а битката против невработеноста е успешна. Уште еднаш ќе нагласиме дека не велите оти е неточно

**Со доследна
примена на
принципот на
атрибуција,
новинарот ја „суга“
веродостојноста
на фактите што
ги соопштува и ја
освојува довербата
на читателот**

тврдењето на авторот дека „ситоанските комори ги поздравуваат владините мерки за вработување“, но непрецизната локација на изворот остава простор за сомневање – многу подобро би било кога авторот би навел, со име и со презиме, барем еден претставник на „стопанските комори“, за да ја засили веродостојноста на исказот. Слична неприфатлива постапка има и во текстот под наслов „СДСМ обвинува за нерегуларности-сценарио за делегитимирање на изборите во недела!“⁴, во кој авторот централната теза на својот напис ја атрибуира на неименуван извор наречен „експертската јавност“. Во медиумите е присутен и манирот на *некриичко приклучување кон официјалните извори*, особено кога станува збор за извори кои секојдневно и активно лиферуваат корисни информации за новинарите. Така, вообичаено е нашите новинари кои известуваат за настани поврзани со криминал, некритички да се приклучуваат кон информациите што им ги соопштува полицијата (на

3 „Македонија со најмала невработеност, а ова е од транзицијата на Бранко“, www.vecер.mk, 13.03.2013 <http://www.vecер.mk/?ItemID=038BB6A0268D13458B0907B1DE3A4756>

4 „СДСМ обвинува за нерегуларности-сценарио за делегитимирање на изборите во недела!“⁴, www.аlfa.mk, 20.03.2013

пример, во текстот под наслов „Охриѓанецот Љац натепал полицаец пред Влада“⁵). Во конкретниот напис, проблемот е дополнително оптоварен со фактот што припадник на МВР е засегната страна во приказната,

**Стандардна
јосџајка е извориџе
да се именуваај,
а само кога џоа
не е можно, од
етџички или од друџи
џрофесионални
џричини – џрецизно
да се лоцираај**

поради што постоела и сериозна етичка обврска да се сослуша и другата страна, осомничениот за нападот.

Воопшто, користењето *еднострани извори* денес е многу сериозен проблем на нашите медиуми. Во текстот „Полицаец нападнат од синот на сопственикот на Канал 77“⁶, на пример, иако осомничениот за нападот е прецизно лоциран и иако на настанот му претходела кавга во кафе-бар во Штип, нема ниту обид на известувачот да ја дознае верзијата на наводниот напаѓач или, евентуално, да интервјуира очевидци на настанот. И во текстот „Дали сендвичарата пред уривање го сврте левичарот Угриновски во десно“⁷, се изнесува сериозно сомневање за

поведението на еден политичар, а нема ни обид од него да се побара објаснување или каков било исказ. Треба да се нагласи дека отсуството на сериозни обиди да се сослуша и другата страна, особено во написи во кои се објавуваат обвинувачки факти, од етички аспект е недозволиво. Едноставно, новинарот е должен во таквите случаи настојчиво да бара исказ од сите засегнати извори, а пожелно е и од независни извори, а доколку неговиот напор не даде резултат, за тоа треба да ја извести јавноста.

Во изборната кампања за локалните избори, регистриравме и една друга загрижувачка појава поврзана со третманот на изворите на информации – новинарите не се трудат доволно да го објаснат *стајанусот и воведението на извориџе во кампањата*, кога самите не се формални учесници во изборната трка. Во многу написи сретнавме некритички пренесени изјави на владини министри и други јавни функционери, кои претставуваат очигледно и етички недозволено учество во кампањата (на пример, написот „Тодоров: Од утре се враќа ноќната служба во поликлиника „Идадија!“⁸). Новинарите имаат етичка обврска за ваквите настани, во кои се води скриена и неформална пропаганда (без оглед дали тоа се случува пред или за време на формалниот дел од кампањата), да известуваат во намален обем или таквите вести, едноставно, да не ги објавуваат. За жал, во оваа кампања за локалните избори во 2013 година, тој етички стандард во медиумите ретко беше почитуван.

- 5 „Охриѓанецот Љац натепал полицаец пред Влада“, www.plusinfo.mk, 11.03.2013
<http://mediafactchecking.meta2.webfactional.com/wp-content/uploads/2013/03/1-recenzija-ohrigjanecot-ljac-natepal-policaec-pred-vlada.jpg>
- 6 „Полицаец нападнат од синот на сопственикот на Канал 77“, www.kurir.mk, 23.03.2013
<http://mediafactchecking.meta2.webfactional.com/wp-content/uploads/2013/03/1-recenzija-policaec-napadnat-od-sinot-na-sopstvenikot-na-kanal-77.jpg>
- 7 „Дали сендвичарата пред уривање го сврте левичарот Угриновски во десно“, www.alon.mk, 31.03.2013
<http://alon.mk/wordpress/archives/128214>
- 8 „Тодоров: Од утре се враќа ноќната служба во поликлиника „Идадија!““, www.komunikacija.mk, 17.03.2013
<http://mediafactchecking.meta2.webfactional.com/wp-content/uploads/2013/03/1-recenzija-todorv-od-utre-se-vrakja-nokjnata-sluzhba-vo-poliklinika-idadija.jpg>

„ФЕЈСБУК“ НЕ Е ПРОСТОР ЗА НОВИНАРСКО САМОПОСЛУЖУВАЊЕ

Пишува: Саше Димовски



Бројот на кликувања или допаѓања за кои се борат интернет-страниците, како и споделувањето на содржините, на многумина може да им го загорчи животот, со објавување или коментирање на фотографии и податоци без согласност на лицето

„Какви приватни фотографии крие мобилниот телефон на една девојка“, „Погодете која спортска новинарка го поседува овој задник“, „Видете ги силиконите на...“ „Се разголе на Фејсбук...“ се само дел од десетиците наслови што може да се прочитаат на интернет-порталите, илустрирани со приватни фотографии преземени од социјалните мрежи. Секако, без прашање и согласност.

Во ера на постојана интернет-комуникација, кога консументите сè почесто се пред компјутер и следат различни содржини, објавување или преземање приватни фотографии преку нивното споделување станува достапно до илјадници корисници за многу кратко време. Моќта на интернет-порталите и на социјалните мрежи не може да се спореди со традиционалните, печатени медиуми, па оттука, во оваа новинарска лекција ќе укажеме на норми и на правила кои првенствено треба да се водич за сите интернет-портали.

Бројот на кликувања или допаѓања за кои се борат интернет-страниците, како и спо-

делувањето на содржините, на многумина може да им го загорчи животот, со објавување или коментирање на фотографии и податоци без согласност на лицето. Затоа, уште на почетокот мора да истакнеме дека социјалните мрежи, особено „Фејсбук“ како најпопуларна, не се платформи од кои може да си земе кој што сака, без правила и прописи и без одговорност. Ниту, пак, тоа да го оправдаат со тврдењето дека тоа е интересно за јавноста.

Секој треба да знае дека еднаш споделен податок на интернет, независно дали тоа се фотографии, информации, податоци, вечно остануваат на интернет, дури и тогаш кога сопственикот што ги поставил, ги избришал од оригиналната страница. Но, тоа не значи, пак, дека медиумите можат да објават сè до што ќе дојдат преку пребарувачите, независно дали информациите се достапни или отстранети од поставувачот. Не значи ниту дека немаат

одговорност доколку во содржината во која се користени неовластено лични податоци, при пренесувањето, само споменат кој ја објавил претходно. Апострофирањето на линк до друг медиум не ги ослободува од одговорност сите што ја објавиле спорната содржина.

Македонскиот закон за заштита на личните податоци прави исклучок кога може да се објават лични податоци, во кои влегуваат и фотографии, но само доколку медиумот има оправдан интерес, каде што треба да докаже дека јавниот интерес преовладал над приватниот.

Што е јавен интерес?

Првото прашање кое се поставува во овој контекст е токму прашањето што е јавен интерес и дали сè што ја интересира јавноста е јавен интерес?

Во услови на балкански менталитет и интерес кон озборување, воајеризам или популарниот „чашма-муабет“, да се потсетиме на измените на Законот за заштита на личните податоци од 2010 година, каде што е поместено прашањето за јавниот интерес.

Дирекцијата за заштита на личните податоци во тие измени го вклучи јавниот интерес како одредница кога се цени повредата на правото на заштита на личните податоци.

Таа предвидува:

Одредбите од овој закон нема да се применуваат врз обработката на личните податоци што се врши за професионалното новинарство, само во случај ако јавниот интерес преовладува над приватниот интерес на субјектот на лични податоци.

Дирекцијата за заштита на личните податоци по донесување на измените на законот, донесе препораки во кои се содржани основните начела за заштита на личните податоци при нивно медиумско објавување. Во нив се препорачува:

- Правична обработка на личните податоци, односно обработка во согласност со закон или по претходно добиена согласност од субјектот сопственик на личните податоци;

- Проценка на битноста на информацијата во однос на обемот на објавувањето на личните податоци и поставување на баланс помеѓу слободата на информирање и правото на приватност;
- Анонимизирање на ликови, регистарски таблички и други лични податоци на граѓаните;
- Задолжително анонимизирање на ликови и на други лични податоци на малолетни лица;
- Објавување иницијали наместо име и презиме на лицата кои се жртви на несреќи или лица против кои се води судска или управна постапка.

Но, кога станува збор за објавувањето на лични податоци на јавни личности, новинарите и медиумите треба да прават разлика помеѓу јавни личности „par excellence“ или тие кои извршуваат политички функции, избрани и именувани функционери, на кои им се доверени или располагаат со јавни пари и добра, и јавните личности кои се популарни, но не извршуваат јавна политичка функција (естрадни личности, спортисти, уметници).

Доколку личните податоци се однесуваат на јавни личности кои не се јавни „par excellence“, не се релевантни за да се пренесе одредна вест и не се од јавен интерес, тогаш истите не треба да бидат објавени. Љубопитноста на јавноста не може да биде означена како јавен интерес. Заштитата на личните податоци на „обичниот граѓанин“ и на јавните личности е многу различна.

Условот за почитување на приватноста е автоматски редуциран за толку колку што носителот на податоците е навлезен во јавниот живот. Според принципите на Дирекцијата, темелени на законот, податоците на јавните личности можат да бидат објавени без нивна согласност кога медиумите имаат легитимна цел (злоупотреба на функција, злоупотреба на средства и пари од буџетот, искористување на позицијата).

Баланс за податоци на јавните личности

Правната практика прави разлика помеѓу апсолутните и релативните лица на јавниот живот. Првата група вклучува лица кои се постојано под окото на јавноста поради нивната функција и улога во општеството. Релативни лица во јавниот живот, пак, се оние кои се интересни за јавноста повремено, заради

Социјалниите мрежи, особено „Фејсбук“ како најпопуларна, не се илајформи од кои може да си земе кој што сака, без и правила и иројиси и без одговорности

нивната поврзаност со конкретен настан (победници на одреден настан, добитници на игри на среќа, вклучени во криминал).

Податоците на релативните јавни личности може да бидат објавени само кога постои оправдан јавен интерес поврзан со одреден настан. Ова, исто така, важи за објавувања на информации поврзани со сторители на кривични дела за кои постапката е веќе завршена или, пак, за факти кои се случиле одамна бидејќи во такви случаи не постои правен интерес. Сензационализмот со објавувањето на некорисни информации е дозволен било за апсолутни или релативни јавни личности, но не за да се повреди нивното право на приватност, ниту да се попречува нивниот приватен живот.

Дали може да се преземаат фотографии од профили на „Фејсбук“ без согласност?

Ова е едно од прашањата за кое медиумите и новинарите мора да знаат дека не смеат да ги злоупотребуваат фотографиите од приватни фејсбук-профили, независно дали лицето дозволило нив да ги гледаат

сите (отворен профил) или има прилагодување на профилот, опцијата за приватност која ја дозволуваат социјалните мрежи.

Член 2 од Законот за заштита на личните податоци утврдува дека:

– **личен податок е секоја информација која се однесува на идентификувано физичко лице или физичко лице кое може да се идентификува, а лице кое може да се идентификува е лице чиј идентитет може да се утврди директно или индиректно, посебно врз основа на матичен број на граѓанинот или врз основа на едно или повеќе обележја специфични за неговиот физички, физиолошки, ментален, економски, културен или социјален идентитет“.**

Истиот закон, во членовите 5 и 6 утврдува дека личните податоци можат да се обработуваат во согласност со закон или по претходно добиена согласност од страна на субјектот сопственик на лични податоци. Медиумите не се категорија која има овластувања да обработува лични податоци, како што тоа можат да го прават банките, институции со јавни овластувања, судските институции или управните органи.

Кога сме кај фотографиите, мора да се знае дека фотографијата претставува биометриски личен податок кој влегува во категоријата чувствителни лични податоци, кои имаат и посебен степен на заштита и не смеат да се обработуваат без согласност од сопственикот на личните податоци или без постоење на законска основа за тоа.

Кога станува збор за објавување фотографии на „Фејсбук“, секој корисник со самото објавување на фотографиите на „Фејсбук“ се смета дека ја дал својата согласност истите да бидат јавно објавени на интернет. Но, сервисот нуди опција секој корисник да може сам да одлучи кој од неговите пријатели или воопшто кои корисници ќе можат да ги гледаат фотографиите преку нагонување на поставките за приватност (Privacy Settings). Согласноста на корисникот да објави негови фотографии на приватен профил, без разлика на тоа на колку други корисници тие

ќе им бидат достапни, не значи и негова согласност за истите да бидат преобјавувани на други веб-страници или традиционални медиуми, па оттаму секое преобјавување на фотографии без согласност на лицето носител на личните податоци е противзаконско.

Злоупотребите се казнуваат

Заштитата на личните податоци е регулирана со Законот за заштита на личните податоци, а нивната злоупотреба, освен според овој закон, се казнува и според Кривичниот законик. Злоупотребата на личните податоци на интернет била една од најчестите злоупотреби кои ги бележи Дирекцијата за заштита на личните податоци во последниот период. Граѓаните често се жалеле на злоупотреба на фотографии, лични податоци, украден идентитет, пробиена лозинка и управување на нивни профили.

Одговарајќи на претставките на граѓаните, Дирекцијата донела и серија решенија, повела постапки, побарала укинување на профили или бришење на спорни фотографии или видеоматеријали. Еве неколку сегменти од нивните одговори до граѓаните:

Објавување на фотографии без согласност

Во неколку случаи биле поведени постапка поради објавување фотографии без согласност на фотографираните на веб-страниците со забавен и маркетиншки карактер на кои биле објавени фотографии од ноќниот живот во повеќе градови во земјата. Лицата се обратиле до меил-адресата наведена за контакт на веб-страниците и побарале фотографиите да бидат отстранети, меѓутоа не добиле одговор. Во овие случаи, Дирекцијата утврдила дека станувало збор за домени регистрирани во странство, меѓутоа администраторот ја вршел обработката во Република Македонија. Дирекцијата ги презела сите мерки што ѝ биле на располагање и фотографиите биле веднаш отстранети.

Крадење на идентитет на интернет

Меѓу посериозните случаи на интервенција биле примери со крадење на идентитет на интернет. На интернет-страница со забавен и маркетиншки карактер, бил креиран кориснички профил, каде што туѓи лични податоци биле искористени за креирање на профилот без знаење и согласност на лицето. На удар се нашле политичари, јавни личности и бизнисмени.

„Овие интернет-страници функционираат на принцип на креирање кориснички профили каде лицата се регистрираат преку внесување лични податоци во наведени задолжителни и доброволни полиња. Во конкретниот случај, без согласност од лицето беа објавени неговото име

Љубојитноста на јавноста не може да биде означена како јавен интерес

и презиме, фотографии, податоци за пол и возраст, боја на очи, висина, тежина и место на живеење. Овој домен е регистриран во Република Македонија и лицето се обратило со барање лажниот профил да биде избришан, меѓутоа по неговото барање не беше постапено. По преземените дејства на Дирекцијата, уште при првото обраќање лажниот профил беше избришан“, констатира Дирекцијата, наведувајќи случаи од нејзиното постапување.

Овој пример е интересен од аспект на работата на медиумите, бидејќи преку лажен профил со украдени податоци на медиумите може да им се подметнат фотографии, информации или ставови, кои тие можат да ги пренесат и на тој начин да станат одговорни за тоа. Тоа што нема да го препознаат лажниот профил, нема да ги ослободи од одговорност. Затоа, овој пример

треба да алармира дека не може да се верува на сè што се чита на социјалните мрежи, а оттаму ниту да се пренесува и да се цитира без согласност или претходна проверка.

Креирање лажни профили

Како еден од најчестите случаи на злоупотреба на личните податоци, било и креирањето лажни профили на интернет-порталите, преку кои креаторите на овие лажни профили комуницирале со други лица, претставувајќи се во името на засегнатото лице. Во изминатиот период, Дирекцијата постапувала по неколку вакви претставки, за лажни профили на познати личности од Република Македонија. Овие профили беа креирани на портали кои не биле регистрирани во земјава и кои не потпаѓале под нашето законодавство, но Дирекцијата стапила во контакт со тимовите за поддршка на овие портали и профилите биле отстранети од нивните интернет-страници.

Компромитирачки видеоматеријали

Едно лице поднело претставка за повреда на неговата приватност и лични податоци на еден портал наменет за видеоматеријали. Во име на засегнатото лице, некој поставил компромитирачки видеоматеријал, преку кој се нарушува честа и угледот на лицето опфатено со видеозаписот. По поднесената претставка, Дирекцијата поднела барање за отстранување на видеоматеријалот до тимот за поддршка на порталот. Како одговор, им било објаснето дека конкретниот видеоматеријал мора да го избрише самото засегнато лице, бидејќи морало да бидат внесени неговите лични податоци.

Украдена лозинка на електронска адреса

Имало и случај кога едно лице поднело претставка за украдена лозинка на електронска адреса.

„Дирекцијата можеше да постапува до одреден момент, следејќи ги упатствата на порталот, но сепак, постапката мораше да продолжи со наведување на личните податоци и помошна електронска адреса преку која тимот за поддршка на порталот ќе контактира со засегнатото лице. Сепак, и овој случај беше успешно решен и конкретната електронска адреса беше избришана од базата на податоци на интернет-порталот“, наведува Дирекцијата.

Овие примери, кои по барање на авторот на анализа ги подготви Елена Стојановска од Дирекцијата за заштита на личните податоци, се многу важни за медиумите, кои свесно или несвесно можат да влезат во нечија приказна, да објават податоци од лажно креирани профили или украдени адреси, а со објавувањето, без проверка и согласност, ќе се изложат на кривично гонење.

Затоа, ризик постои за секој што објавува податоци на интернет, но медиумите мора да ги почитуваат професионалните и етички норми и не можат и не смеат без согласност да објавуваат фотографии од интернет-профили или истите да ги користат во несоодветен контекст и со тоа да ја нарушат приватноста на личностите.

Затоа, неопходно е да се почитува приватноста на другите. А, медиумите секогаш да имаат на ум:

„Бидете особено внимателни со објавувањето на лични податоци или информации кои се однесуваат на друго лице (како и фотографии или линкови до фотографии) без негова согласност, бидејќи не сте сигурни кој и за која цел може да ги злоупотреби“. Санкциите не треба секогаш да висат како плашило над медиумите, туку во вакви ситуации мора да се гледаат етичките моменти и прашањето: кој е јавниот интерес за да се објави одреден личен податок или фотографија. Не секогаш забавата која сака да ја наметне медиумот, може да биде забавна и за субјектот на кој се однесува!

Пишува: Југослава Дуковска



Φοιτο: cindy47452

Според општоприфатената практика, било вообичаено да се објавуваат сите или речиси сите пристигнати писма до редакцијата, освен оние кои според својата содржина и

Дилемаѿа гали ѿреба
да се објавувааѿи или
не анонимниѿе ѿисма,
е особено акѿуелна
во балканскиоѿи
медиумски ѿросѿор,
каде овој демокраѿиски
механизам на
јавносѿа мноѿу
чесѿо е изложен на
злоуѿиоѿреби

обемност не соодветствувале, содржеле вулгарности или навреди на нечија сметка, без оглед дали тие биле потпишани или анонимни. Ставот анонимните писма до редакцијата, односно до уредникот на медиумот да не бидат објавувани добива популарност во американските медиуми некаде од средината на 20 век, за постапно, до крајот на 90-тите години повеќе од 90 проценти од американските

медиуми¹ да имаат изградена редакциска политика за необјавување анонимни дописи. „Њујорк тајмс“ објавува непотпишани писма во текот на 30-тите години од минатиот век, а писма потпишани само со иницијали можеа да се сретнат во текот на 60-тите и во „Чикаго трибјун“, како и во „Лос Анџелес тајмс“.

Во средината на минатиот век, на темата дали да се објавуваат или не анонимни писма до редакциите, интензивно се дебатираше. Во журналот „Мастхед“ (*The Masthead*), кој бил гласило на уредниците на американските печатени медиуми, во своите есеи на таа тема, тие како главни аргументи против објавувањето анонимки ги наведувале своите стојалишта дека ваквите писма главно биле дело на „лудаци“ и на „вжештени глави“ кои како мотив имале „себични, лични агенди“.²

„За секој пишуваач на писма кој го загубивме со барање да бидат наведени името, презимето и адресата на живеење, добивме уште барем десетина нови“, вели еден од уредниците во есеј на таа тема (Carpenter, 1967, p. 80). Друг, пак, вели:

„Просечниот читател ги презира писмата потпишани од „граѓанин-набљудувач“ или „читател“, кои очигледно немаат храброст да излезат јавно со свое име и презиме“ (Andrews, 1968, p. 12).

Анонимките – орудие на безгласните?

Додека масовно се практикувало објавувањето на анонимни писма до редакциите, тоа било оправдувано со одбраната на слободата на говорот, бидејќи многупати анонимните обраќања до јавноста биле единствениот начин да се дојде до вистината за некој настан или процес, што се одвива

подалеку од очите на јавноста, еднакво како што и користењето на анонимни извори на информации понекогаш се единствениот начин некоја информација да допре до јавноста. Токму поради ова, повеќето кодекси на новинарска етика³ во светот прифаќаат користење на анонимни извори, под услов претходно да утврдат кои се мотивите на изворот да бара анонимност. Иако во далеку помала мера истото се однесува и за објавувањето анонимни писма – дури и во оние медиуми каде постои редакциска политика за необјавување анонимки – уредниците понекогаш признаваат дека токму анонимноста може да биде моќно орудие кое ќе им даде глас на безгласните, какви што се информаторите, односно укажувачите познати како свиркачи (whistleblowers). Во веќе спомнатата студија, *An ethical “Blind Spot”: Problems of anonymous letters to the Editor*, авторот Бил Ридер анкетирал голем број уредници на поголемите печатени изданија во Соединетите Американски Држави на прашањето дали и под кои услови би објавиле анонимни писма на читатели.

Притоа, тој нагласува дека е важно да се направи разлика помеѓу анонимни писма доставени без да биде наведен идентитетот на испраќачот (анонимни писма) и оние кај кои податоци за испраќачот постојат и му се познати на новинарот или на уредникот, но каде авторот бара името да не му биде објавено, главно поради страв од реперкусиите што тој лично или неговото семејство би ги имале поради објавената содржина, било на работното место, било во средината во која живее (непотпишани писма).

Општо гледано, уредниците посветуваат внимание на непотпишаните писма до колку сметаат дека авторите на тие писма имале добри мотиви или презеле сериозен

1 Write and Be Counted: Op-Eds and Letters, The Communications Consortium Media Center (CCMC) <http://ccmc.org/tips/write-and-be-counted-op-eds-and-letters/>

2 An ethical “Blind Spot”: Problems of anonymous letters to the Editor, Bill Reader, Ohio University, 2005

3 SPJ Code of Ethics <http://www.spj.org/ethicscode.asp?mobile=no>

ризик, особено доколку се во прашање жртви на криминал или вработени во јавните служби, кои укажуваат на проблеми во работењето на своите претпоставени. Еден од уредниците вели: „Придобивката е во тоа што им се овозможува на повеќе луѓе, кои инаку се чувствуваат ограничени поради страв од губење на работното место, страв од физички напади или страв дека нивната кука ќе биде исчкртана со погрдни графити, да прозборат за она што ги мачи“. Друг уредник додава дека гарантирањето анонимност на авторот на писмо често открива појава или настан кои претставуваат јавна опасност. „Го правиме тоа (објавуваме непотпишани писма) само доколку информацијата е верификувана и само тогаш кога се работи за тема што е доволно значајна за да се алармира јавноста“.

Клевети, гласини и измислени писма

Сепак, практиката во светските медиуми денес, како и препораките и принципите содржани во етичките кодекси на професионалните новинари во светот, покажуваат дека е неприфатливо објавувањето анонимни писма⁴ поради големата веројатност анонимноста на авторот да биде само покрите за дезинформација, клеветата или навреда насочена кон конкретни личности или институции. Но, се чини, дилемата дали треба да се објавуваат или не анонимните писма, е особено актуелна во балканскиот медиумски простор, каде овој демократски механизам на јавноста многу често е изложен на злоупотреби. Во Кодексот на новинарите на Србија⁵ пра-

шањето за (не)објавувањето анонимни писма е најдобро елаборирано и уредено:

„Со новинарство е неспоио објавувањето на неосновани тужби, клевети, гласини, како и на измислени писма или писма чиј автор е непознат или, пак, чијшто идентитет не е проверлив. Насоки: Содржината на писмата што се објавуваат мора да бидат во склад со начелата на професионалната етика. Дури и кога адресата на испраќачот

Повеќето кодекси на новинарска етика во светот прифаќаат корисење на анонимни извори, под услов претходно да утврдат кои се моживите на изворот да бара анонимност

не се објавува, таа мора да ѝ биде позната на редакцијата. Доколку постои сомнеж во идентитетот на испраќачот, писмото не би требало да се објави. Објавување на измислени писма не е дозволено, како ни интервјуирање во писмо без согласност на авторот“. Објавувањето анонимни писма во бројни црногорски медиуми, неодамна беше причина за голем скандал во јавноста во Црна Гора, попознат како „афера Брајушковиќ“⁶, при што реагираше и тамошниот Медиумски совет за саморегулација. Тие го осудија објавувањето анонимки, во кои се наведуваат имиња на лица, наводно учесници во полициските „црни тројки“, кои организирале напади и претепувања на новинари и на опозициски активисти, а меѓу нив и на покојниот црногорски новинар Душко Јовановиќ.

4 Printing Anonymous Letters to the Editor Puts Public Trust in Newspapers at Risk, Southwest Region News Service, 06.06.2007
<http://southwestregionnewsservice.blogspot.mk/2007/06/printing-anonymous-letters-to-editor.html>

5 Кодекс новинара Србије, Совет за штампу
<http://www.savetzastampu.rs/cirilica/kodeks-novinara-srbije>

6 Brajušković čuti o lažnom svjedočenju: Ovako mi vraća što sam mu pomogao, www.vijesti.me, 09.12.2013
<http://www.vijesti.me/vijesti/brajuškovic-cuti-o-laznom-svjedocenju-ovako-mi-vraca-sto-sam-mu-pomogao-165086>

„Медиумскиот Совет за саморегулација го смета за непрофесионално објавувањето на анонимно писмо и третирање на истото како доказен материјал за тврдењата во текстот, дотолку повеќе што лицата се обвинуваат за тешко кривично дело, а притоа им се наведува целото име и презиме“, стои во соопштението на Советот.

Во медиумите во Република Македонија главно опстојува една недефинирана ситуација во која, декларативно, сите се залагаат за необјавување на анонимни содржини било од етички било од практични причини (можност да бидат обвинети за клеветата). Сепак, анонимни писма многу често осамнуваат на страниците на печатените и во електронските медиуми во земјата. Но, каде завршува потребата да се соопшти една вистина без притоа информаторот да сноси последици за својата храброст, а каде почнува манипулацијата со вистината од комотната позиција на анонимен пишуваач? И што кога единствениот мотив за објавување анонимно писмо е дискредитација на политички или бизнис-противник, конкурент?

Дискредитација на политичките противници

На 27 ноември 2013 година, веб-страницата „Тинк“(think.mk) објави анонимно писмо на граѓанин, во кое се дискредитира градоначалникот на Општина Куманово⁷, Зоран Дамјановски, кој инаку ѝ припаѓа на опозицијата. Писмото го обвинува Дамјановски дека ја саботирал акцијата на Владата на РМ за садење на дрвја така што „ги заборавил учениците кои чекале превоз“ пред своите училишта за да учествуваат во пошумувањето, односно не биле испратени доволен број автобуси за да ги прифатат учениците. Анонимниот автор се прашува „Дали е ова

уште еден контрапроект на опозицијата?“ И коментира: „Срамота!“ Демант за тврдењето дека кумановскиот градоначалник ја бојкотира акцијата за садење дрва се појави на еден друг портал, каде е објавена фото-репортажа за садењето дрвја на локалитетот Архангел Михаил, Кумановско, во кое учествуваше и Дамјановски. Сепак, соодветен демант не се појави и на порталот каде беше објавено анонимното писмо против Дамјановски, ниту, пак, медиумот се потруди да ја доистражи темата од анонимното писмо (дали Дамјановски ја бојкотираше акцијата, чија вина е недоволниот број автобуси за превоз на учениците тој ден и слично).

Дека објавувањето анонимни писма со дискредитирачки содржини само формално се ограничува, а всушност доста интензивно се практикува во медиумите во Република Македонија, покажуваат неколку флагрантни примери на таквата практика, кои осамнаа во различни медиуми за релативно кус временски период. Меѓу нив посебно место зазема анонимното писмо од вработен во компанијата „Фершпед“⁸, упатено на 24 ноември, 2016 година, преку страниците на дневниот весник „Дневник“ до директорот на таа компанија, Штерјо Наков, кој речиси две децении важеше за „недопирлива“ фигура на македонската транзициска бизнис-сцена. Писмото на анонимниот вработен изобилува со инсајдерски информации за начинот на кој Наков со негови најблиски соработници раководел со „Фершпед“ и како тоа лошо влијаело врз работењето на фирмата. Расплетот во „Фершпед“ непосредно по објавувањето на ова писмо (најблиската соработничка на Наков, Кираца Трајковска, го пријави во полиција зашто била спречена да влезе во просториите на фирмата, а потоа јавно, преку соопштение ги повика вработените да го спречат понатамошното незаконско и штетно раководење на Наков и

7 Скандал: Кумановскиот градоначалник го саботираше настанот Денот на дрво, www.think.mk, 27.11.2013 <http://think.mk/2013/11/27/skandal-kumanovskiot-gradonachalnik-go-sabotirashe-nastanot-denot-na-drvo/>

8 Отворено писмо до Претседателот на Надзорниот одбор на „Фершпед“ АД, Дневник, 24.11.2016 <http://www.dnevnik.mk/?ItemID=4E706A335AC55D4387944A2E7AD143DA>

на неговиот син со „Фершпед“) кој следуваше една недела подоцна, несомнено покажа дека објавувањето на писмото, како и кршењето на непипаното правило анонимки да не се објавуваат, воопшто не биле случајни потези.

Објавувањето на анонимни писма во медиумите како метод за пресметка со личности кои не се поддржувани од нив медиумите се користат како форма на притисок

Типичен пример за анонимно писмо, кое, се чини, сè почесто добива простор во домашните медиуми, најчесто портали со таблоидни содржини, е анонимното писмо на порталот „Мактел“ на вработен во Општина Охрид дека вработувањето на помошник-началничката за урбанизам на Општината било покритие за нејзината љубовна врска со шефот на кабинетот на градоначалникот! Текстот, инаку, е опремен тамам како за еден таблоид: пред насловот, вообичаено, стои наизнаката „скандал“, „скандалозно“, „шокантно“, а самиот наслов секогаш донесува експлицитно тврдење, во нескриена форма: „СКАНДАЛ: Раководител во Општина Охрид си ја вработил љубовницата и по цел ден се сексаат затворени у канцеларија!“ (Содржината е веќе недостапна, н.з.) Заедничко за сите овие примери е тоа што анонимките објавени во медиумите обично се занимаваат со „ликот и делото“ на личност на која не ѝ е особено наклонет медиумот, поточно, тие како по правило дискредитираат личности од спротивниот табор – опозиционерите се на „тапет“ во медиуми со ставови блиски до власта и, обратно, претставници на локалната или централна власт се тема во анонимните писма што се објавуваат во проопозициони медиуми (писмото за Штерјо Наков од „Фершпед“, кој веќе подолго време не е во „милост“ кај актуелната владејачка гарнитура, објавено во „Дневник“, анонимката за локален функционер во Охрид објавена на портал близок до опозицијата). Заеднички

елемент им е тоа што не се занимаваат со детектирање на некој општествено значаен проблем, туку попрво се занимаваат со приватните животи на личностите кои се предмет на анонимките. Затоа и нема многу примери во кои анонимниот допис до редакцијата ќе иницира истражување на темата за која станува збор, односно професионален пристап на темата, доколку тоа таа навистина го заслужува. „Ние, како уредници, порано често сме добивале анонимни писма во кои било наведено кој и колку крадел во некоја фирма. Но, ние никогаш не ги објавувавме тие писма бидејќи тие не беа потпишани, па според тоа никој не бил подготвен за наведеното да одговара. Затоа и ги фрлавме во кошници за отпадоци. Таблоидите станаа како канти за отпадоци, но нарателите на анонимните писма се многу поважни. Тоа не го прават самите новинари, тоа го „пакуваат“ политичари, тајни служби едни против други“, вели Миломир Мариќ, некогашен уредник на белградскиот неделник „Дуга“, во неговиот најблескав период, за истражувањето на „Европската журналистичка ојсерваџорија“, под наслов „Како пропадна српското новинарство“. Објавувањето на анонимни писма во медиумите како метод за пресметка со личности кои не се поддржувани од тие медиуми се користи како форма на притисок. Во такви случаи, медиумот е ставен во функција на одредена агенда, нечиј конкретен политички или бизнис-интереси, а на рубриката „Писма на читателите“ одземена ѝ е функцијата на отворен демократски форум, што и била првобитната намена. Ниту Новинарскиот кодекс на Здружението на професионални новинари на Македонија ниту, пак, Прирачникот за етика на новинарството на ЗНМ не го уредуваат начинот на кој медиумите во Република Македонија би требало да се однесуваат кон анонимните писма на читателите, туку тоа им е оставено на уредувачките политики на самите медиуми. Недостигот од експлицитна етичка препорака само ѝ погодува на оваа сива зона во македонските медиуми, во која далеку полесно им се отстапува простор на анонимни писма со дискредитирачка содржина.

страница 80-93

ПОГЛАВЈЕ 04

Член 5 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој ќе ги почитува законите во државата, но нема да објави или сокрие ништо што е во сигурносниот интерес.

БЕЛЕШКИ ЗА ПОПУЛИЗМОТ: ПИВО-ФЕСТОТ КАКО ПОПУЛИСТИЧКА ПОЛИТИЧКА РЕАЛНОСТ

Пишува: Сашо Орданоски



*Кај популистичката
политика токму
поимот на јавноста
темелно се рedefинира,
со укинување
на модерната
карактеристика
на јавноста како
рационален дискурс во
јавниот простор. Со
тоа се рedefинира и
улогата на медиумите
во демократијата.*

Кај популистичката политика токму поимот на **јавноста** темелно се рedefинира, со укинување на модерната карактеристика на јавноста како рационален дискурс во јавниот простор. Со тоа се рedefинира и улогата на медиумите во демократијата. Медиумите, во сферата на политиката, ја губат својата примарна *информативна* улога и престануваат да бидат место каде што се води рационална дебата за темите од јавен интерес (нешто што е нормативен елемент на партиципативниот демократски модел) и стануваат комуникациски средства за емотивна *хомогенизација* на ставовите во јавноста и нејзина политичка *мобилизација* врз популистичката агенда. На тој начин, неопходниот општествен консензус не се постигнува преку трансформација на поединечните гледишта на граѓаните низ посветена и рационална дебата за различните политички опции на понуда, туку низ еден

процес на „навивачка“ хомогенизација на анонимизирани поединци, поредени зад немилосрдната пропаганда на популистичкиот бран насочен против „непријателите“ на народот. Преземајќи го комуникацискиот концепт на „теледемократија“ од либералната демократија – каде масовниот медиум, низ можност за брзо, општествено-вертикално и систематизирано разменување на идеи, се користи за ефикасно агрегирање на поединечните преференции во колективни ставови и притисок за водење одговорно и отчетно владеење – популизмот општествениот конфликт го нуди како примарен резултат на медиумската кампања,

без можност за компромис, договор или суштинско уважување на одреден малцински интерес во општеството.

Всушност, со интензивна употреба на алатките на медиумската и на политичката пропаганда, се работи за систематско градење на одредена *виртуелна* реалност, којашто има задача да ја камуфлира, дефокусира и да ја замени реалноста на политичките и на општествените собитија во општеството со целите на популистичката политика. Медиумите се во центарот на операцијата за зачувување на компактната на популистичката приказна, која не смее да покаже никаква персонално-политичка или тематска пукнатина, бидејќи и најмалото неконтролирано истекување на реални информации – на пример, за криминалот и за корупцијата во врвот на власта, за „несоодветните“ навики или постапки на лидерот, за неуспешноста на големите популистички проекти во здравството или образованието и сл. – може да го доведе во прашање целиот популистички наратив.

Популистичка интерпретација на реалноста

Ваквата замена на реалноста со популистичката *интерпретација* на реалноста добро ја илустрира познатиот бугарски политиколог Иван Крaстев, анализирајќи ги активностите на „политичките технолози“ – вештите пропагандисти и политички асистенти – на Путиновиот режим во Русија: „Уметноста на политичките технолози лежи во замената на *политичкото* претставување на вредности, интереси и идеи, коишто се во срцето на либералната демократија, со *медиумско* претставување на непостоечката политичка реалност, којашто е суштината на менаџираната демократија“.

Успешноста на тој „жежок спој“ меѓу политиката и народот се контролира со чести, а понекогаш и дневни, истражувања и анкети за движењето на јавното мислење по бројни

конкретни прашања, па политиката дневно се коригира и – со помош на разните алатки на вештините за односите со јавноста, какви што се *синувањата* и други пропагандни техники – политиката се *предвидува* во зависност од желбите на мнозинството. Исклучива цел на политичкото водство станува стекнувањето поддршка од што поширок круг од јавноста, наместо унапредувањето на стратегиските интереси поврзани со развојот на општествата – што во амери-

**„Уметноста на
политичките технолози
лежи во замената
на политичкото
претставување на
вредности, интереси и идеи,
коишто се во срцето на
либералната демократија,
со медиумско претставување
на непостоечката
политичка реалност,
којашто е суштината
на менаџираната
демократија“
– Иван Крaстев**

канската политичка реалност се нарекува “Leadership by Polls, not by Goals!” (Владеење според рејтинзите, а не целите!).

Во ваквиот модел на владеење, во политиката се укинува спроведувањето на *долгорочни цели* и се владее со задоволување на дневни *интереси на целни групи*, сè додека тие го сумираат интересот на гласачкото мнозинство и го градат моментно посакуваниот политички консензус. Тоа е и една од суштинските причини зошто популизмот не може да го (пост)модернизира општеството, бидејќи неопходните реформи за општествена модернизација пропаѓаат пред

интересот на мнозинството за зачувување на своите освоени општествени позиции

Со помош на разни алатки на вештините за односите со јавноста, какви што се синувањата и други проаѓандни техники – холикиката се предвидува во зависност од желбите на мнозинството.

во микросветовите на секојдневниот живот. Желбата за статус кво ја „бетонира“ општествената неопходност за развој, во недостиг од политичка храброст што би се спротивставила на инерцијата на масата. Затоа, во политичките системи каде што владеат популистите, сите важни реформи – од оние на здравствениот, пензискиот или образовниот систем, до оние во спортските или уметничките сфери – пропаѓаат еднакво свечено (и скапо!) како што и се промовираат во јавноста.

Успехот на власта се преточува во успех на медиумскиот бизнис

Бизнис-интересите на медиумските газди, особено на мали пазари и во мали држави, стануваат неделиви од потребата да се биде близок со власта. Успехот на власта се преточува во успех на медиумскиот бизнис, а тие стануваат сè покрупни финансиски операции, со силно изразени корпоративни структури и со краткорочни високи профити, на сметка на професионалните новинарски стандарди и на јавниот интерес. Оваа равенка станува очевидна во двете насоки на „пазарниот“ модел на политиката и на

медиумите – интересот за заемен успех ги одржува на „пазарот“ и политичарите и медиумските сопственици, патем правејќи го политичкиот процес толку скап, што за политичките партии и за другите актери на сцената е речиси невозможно да го водат во границите на законски пропишаните финансиски лимити.

Маѓепсаниот круг е затворен: за медиумите да имаат што повеќе публика, мораат да го задоволуваат медиокритетскиот вкус на народот, што се преточува во недогледна низа од медиумски содржини чиешто креативно и интелектуално ниво – а, со тоа, и политичко ниво – е во „мртва трка“ со просечноста на народните маси. Народот сака забава. Затоа политиката сè повеќе произведува забавни содржини за народот, коишто медиумите потоа ќе ги продаваат како забава за народот. Колку „пиво-фести“, „пиволенди“, појдоци на мост, пифтијади, чорбијади, пастрмајлијади, локумијади, маскаради и карневали, денови на праските, медот, јаболката и на џириринките, фестивали на плоштади, „бели ноќи“ итн. се произведени во Македонија во последните шест-седум години? Колку Гинисови рекорди на свиткани пити

Бизнис-интересите на медиумските газди, особено на мали пазари и во мали држави, стануваат неделиви од потребата да се биде близок со власта.

и сарми, зготвени чорби и долги ора се соборени? Дури и информативните програми и печатени прилози се свртени кон зголемување на медиумските рејтинзи, со бескрајни „црни хроники“, разновидни политички скандали и со естрадни афери. Политиката станува шелейхолика, а демократијата – шелекраија. Извонреден терен за процут на популистичката политичка платформа.

ЈАВНОСТ ВО ТАЈНАТА ИСТРАГА

Пишува: Саше Димовски



Истрагата, по „дифолт“ е дел од судската постапка која е тајна. Независно дали досега неа ја водеше истражниот судија или, според новиот Закон за кривична постапка од декември 2013 година, јавниот обвинител. Но, ни по стариот, ни по новиот закон, не значи дека тајноста во истрагата е сид преку кој не може да допре парче светлина, наречена јавност во истрагата или во кривичната постапка, воопшто.

Тргувајќи од соопштението на Јавното обвинителство, кое сугерираше да не се објавуваат материјали од истрагата што би можеле да бидат предмет на истата, а со тоа казниви по закон, ќе направиме напор накратко да ги наметнеме прашањата за кои постои недвосмислено голем интерес кај јавноста и прашањата што можат да се обработуваат медиумски и во ниту еден сегмент да не ја нарушат тајноста на истрагата. Со новата поставеност на обвинителството, сега јавниот обвинител ја води истрагата, а тој, со голема веројатност, во конкретниот случај кој полицијата го нарече „Пуч“, бил вклучен од самиот почеток, односно некаде

Видно од законскиот шексџ, новинариџе ниџу се сџранки, ниџу разџледувааџи сџиси во џредмеџоџ, џа да се обврзаџи на џајна.

шест месеци наназад. Ако јавниот обвинител (од кого се очекува да соопшти дали наредил посебни истражни мерки или популарното следење, снимање, набљудување) бил вклучен во оваа фаза, тој имал можност и време да ги прибере доказите кои сега се предмет или ќе бидат предмет на истрага. Оттука, не постои никаков оправдан страв дека медиумите со нивното објавување би ја нарушиле истрагата. Доколку беше на сила стариот закон, кога судијата водеше истрага и собираше докази, ајде и да се разбере обвинителскиот страв, но, сега тоа е многу изменето и законски обвинителот морал да ги собере доказите и со нив да побара од судијата на претходна постапка само да

определи притвор, како што и беше сторено за време на викендот.

Новинарите не се странки во истрага за да чуваат тајни

Законот е повеќе од прецизен дека при определувањето на притворот судијата мора да го запознае обвинетиот со доказите што ги има против него и да му даде право да се

Новинариџе, а љреку нив и јавноста, имаат леѓиџимно љправо да бараат одговори за љостававеноста на безбедносниот сисџем и за цивилна контрола над исџиоџи, за одговорноста на тајнаџта љолиџија или на Аѓенџијаџа за разузнавање.

изјасни за нив пред да одлучи дали ќе определи мерка притвор на една од трите основни: опасност да го повтори делото, бегство или влијание на сведоци.

Со предлогот за притвор, како крајна мерка, јавниот обвинител морал претходно да ги заврши и другите дејства: сослушување сведоци, да ги добие транскриптите од посебните истражни мерки (ПИМ), ако ги има, неопходните вештачења и другите писмени докази. Доколку ова не било сторено во периодот пред поднесување на барањето за притвор, а МВР и, во случајов, „оштетениот“, премиерот, по чија пријава се поведува постапката, јавно излегоа и изнесоа детали од средбите и од пријавата, забраната за изнесување детали предвидена во членовите 289 и 299 од ЗКП може да се однесуваат на нив, на странките во постапката, но не и на медиумите.

Член 289 од ЗКП: Тајност на предистражната постапка

Сите дејства преземени во предистражната постапка од страна на јавниот обвинител или полиџијаџа се сметаат за тајна.

Член 299: Тајност на истражната постапка

(1) Доколку тоа го бараат интересите на кривичната постапка, потребата да се зачува тајна или да се заштити личниот и семејниот живот на оштетениот или осомничениот, јавниот обвинител ќе му нареди на лицето кое го сослушува, кое присуствува на истражното дејство или ги разгледува списите, да ги чува како тајна определени податоци и ќе го предупреди за последиците од оддавањето на тајната.

(2) Наредбата од став 1 на овој член посебно се внесува во записникот, односно се забележува во списите што се разгледуваат, со своерачен потпис на лицето кое е предупредено за должноста на чување тајна.

Забрана за изнесување детали од истрага, заснована на овие членови, и досега сме имале и таа ја донесувале истражните судии во форма на решение, со кое ги задолжуваат странките, адвокатите, обвинетите, вештите лица да не изнесуваат детали за случајот. Такви забрани имаше во случаите „Шпион“, „Монструм“, „Ликвидација“ и во други поголеми случаи во кои беа обвинети повеќе луѓе. Видно од законскиот текст, новинарите ниту се странки, ниту разгледуваат списи во предметот, па да се обврзат на тајна.

Забраната на која се повикува обвинителството може да се однесува само на конкретни детали и докази кои се собрани во истрагата и се наоѓаат во предметот, односно им се достапни на странките. Често, оваа забрана беше носена и на главен претрес, на кој се изведуваа посебните истражни мерки, па нивната содржина до објавување на пресудата остануваше тајна.

Но, ако се следи ставот на Јавното обвинителство дека за четвртообвинетиот во случајот делото останало во обид (не се оства-

рила заканата), истрагата нема да се занимава со содржината на материјалите што биле предмет на уценување, бидејќи тие не се употребени, туку ќе ја цени намерата.

Прашањата и јавниот интерес се легитимна цел

Следствено на ова, ако направиме споредба со кривичните дела „загрозување на сигурноста“, „убиство во обид“ или слични кои не се реализирале, судот ја цени сериозноста на заканата упатена кон лицето, а ирелевантно е со што би била извршена (дали ако некој му рече „ќе те убијам“ е сериозен во заканата, а не дали тоа ќе го стори со голи раце, нож или друго средство).

Затоа, независно од текот на истрагата што ја води обвинителството, веќе шест месеци или само една недела, сеедно, новинарите имаат легитимен интерес да бараат одговори на многу прашања, а меѓу нив и за тоа:

- Кој снима, следи, прислушува или на друг начин ја нарушува приватноста на граѓаните, загарантирана со домашните закони, Уставот и со меѓународните конвенции;
- Ако премиерот тврди дека дел од материјалите се точни (претпоставката следени разговори, нели), граѓаните имаат право во јавна и транспарентна судска постапка да се утврди кој и во колкав обем и за која цел ги повредил нивните права и да бараат надомест од државата. За ова има и позитивна судска практика преку пресудата на Меѓународниот суд за човекови права во Стразбур, кој пресуди во корист на прислушувани македонски новинари во аферата „Големото уво“ од 2001 година;
- Новинарите, а преку нив и јавноста, имаат легитимно право да бараат одговори за поставеноста на безбедносниот систем и за цивилна контрола над истиот, за одговорноста на тајната полиција или на Агенцијата за разузнавање, барајќи

комисиите во Собранието на Република Македонија за надзор над работата на УБК и на Агенцијата за разузнавање да отворат расправа за овој случај и да се запознаат со материјалите собрани со следење на комуникациите (независно дали тоа го сториле поединци, домашни или странски служби);

- Легитимни се прашањата за употреба на опремата за следење и за прислушување што беше набавена за безбедносните служби, како и прашањата кој може да поседува опрема за креирање документи.
- Ако го земеме за споредба прислушувањето во аферата „Големото уво“ од 2001 година, која има допирни точки со сегашните личности (јавен обвинител во истрага тогаш беше Марко Зврлевски, сегашниот јавен обвинител на Македонија, а обвинението против Доста Димовска и Александар Цветков го потпиша Гордана Гешкоска, сега јавен обвинител на Скопје),

Ако е јасно дека медиумите ниту следеле, ниту прислушувале, тие имаат целосно право, но и одговорност, содржината да ѝ ја направат достапна на јавноста, ако таа содржина оtkрива злоупотреба на власта.

тогаш медиумите не само што ги објавија деталите од материјалите добиени со прислушувањето, туку и самите се јавија како сведоци – оштетени во истрагата, а пододна како тужители во граѓанската постапка каде што бараа надомест на штета.

Ако тогаш сè им било достапно на медиумите, која е разликата со овој случај и од каде му е мотивот на Обвинителството да повика да не се објавуваат материјали, најавувајќи и кривично дело.

Ако е јасно дека медиумите ниту следеле, ниту прислушувале, тие имаат целосно право, но и одговорност, содржината да ѝ ја направат достапна на јавноста, ако таа содржина открива злоупотреба на власта, на

Тајноста на истрагањата дефинирана во закон не значи и ситиот за сити информации.

моќта или позицијата, упатува на криминал или корупција или нарушување на уставниот поредок, како што вели полицијата со поднесување на пријавата.

По системот на непосредност и на директност, ако јавноста ја слуша едната страна на приказната, преку содржината на пријавата и деталите во неа, која е опасноста да се слушне и вториот дел од приказната, што е содржината на материјалите, особено на тие за кои и самиот „оштетен“ изјави дека дел се точни, дел делумно точни, а дел се невестинити.

Како се чуваат доказите прибавени со ПИМ

Сериозен предизвик за медиумите е да дојдат до содржината на точните информации (а кои служеле за уцена во обид). Ако во име на „вистината“ се појави и снимка од средба во премиерскиот кабинет, тогаш легитимен е интересот на новинарите и на медиумите да трагаат и по тие информации, кој снима, кој има пристап до снимките од Владата,

дали и во кој случај се користи системот и кој и како ги чува овие снимки.

Дополнителни прашања за кои новинарите можат и треба да се интересираат во оваа фаза на постапката, а поврзано за овој и за сите случаи каде што се користат посебни истражни мерки, се што се случува со нив, како ги чува полицијата, како ги чуваат јавниот обвинител и судот, што се случува и кој ги издвојува разговорите кои немаат допирна точка со предметот, а биле опфатени со посебни истражни мерки преку непосредно или посредно слушање и на трети лица.

Најсериозно е прашањето што се случува со посебните истражни мерки кога јавниот обвинител носи наредба за следење на непознат сторител, а потоа за познат, но по истекот на рокот не се обезбедуваат докази и постапката се запира. На кој начин се уништуваат овие докази, кој ги уништува и во која постапка (законот ја дефинира постапката, но како функционира тоа практично) и дали јавниот обвинител, според постојниот закон, ги известува лицата дека против нив имало посебни истражни мерки или се водела истрага, но истата е запрена. Затоа, без доза сензационализам, со внимателно проверување на содржината на материјалите до кои ќе дојдат, новинарите имаат право и обврска да истражуваат и да информираат. Да не заборавиме дека поединци се ослободуваат од кривично гонење доколку и како службени лица откријат документи кои посочуваат корупција и ли злоупотреба на службената положба.

Јавниот обвинител, пак, е должен да обезбеди информации кои нема да ја загорзат истрагата, а, во исто време, ќе го задоволат јавниот интерес за вака сензитивни случаи. Оттука, Јавното обвинителство мора да најде начин да го направи неопходниот баланс помеѓу јавниот интерес, потребите на постапката и презумцијата на невиност на обвинетите. Тој баланс не се остварува со закани, туку со навремено и со правилно информирање. Тајноста на истрагата дефинирана во закон не значи и стоп за сите информации.

МЕДИУМИТЕ ВО СЛУЖБА НА ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС, А НЕ НА ПАРТИИТЕ

Пишува: Џенис Сулимани



Организирањето и дејствувањето на политичките партии претставува една движечка сила на демократските процеси. Партиите се разликуваат една од друга преку идеологијата што ја бранат, а нивната цел е власта – институционалната сила – за да владеат со политичките процеси кои се однесуваат на општиот интерес. Зборот партија (политичка) доаѓа од латинскиот збор парс – што значи „дел“ и од зборот „партие“ – што значи поделба. Оттука, можеме да кажеме дека една политичка партија не е само еден дел од јавниот интерес или од општествената целина.

Медиумот има цел да даде една слика за партијскиот и политичкиот колорит. На овој начин, медиумот ѝ ја овозможува на јавноста реалната слика врз политичкиите околности, партијскиите обиди и резултатите.

Затоа, медиумите не треба да се фокусираат само на една политичка партија бидејќи целта на медиумот е јавниот интерес како целина, а не само дел од него. Медиумот има цел да даде една слика за партискиот и политичкиот колорит. На овој начин, ме-

диумот ѝ ја овозможува на јавноста реалната слика врз политичките околности, партиските обиди и резултатите. Еден ваков пристап би ѝ дал додатна вредност на демократијата и би создал простор за самите

Разни медиуми се веќе обоени политички, пропагирајќи за еден „парс“ (читај: парцијален/групен/клански интерес) на општеството, отфрлувајќи, притоа, еден друг дел како непостоечки или нерелевантен.

граѓани, соодветно информирани, да одлучат за партиските и за идеолошките бои.

Во Македонија, разни медиуми се веќе обоени политички, пропагирајќи за еден „парс“ (читај: парцијален/групен/клански интерес) на општеството, отфрлувајќи, притоа, еден друг дел како непостоечки или нерелевантен. Политичките дебати се најдобриот начин за да се заврши прашањето што го поставив во оваа лекција. Дебатата, како една од областите каде што можат да се „судрат“ идеите на разните партии за политичките концепти и реализирањето на политика, во интерес на јавноста е да се пренесе преку медиумите на транспарентен и непристрасен начин.

Во продолжение ќе прикажам неколку негативни примери на пренесување или емитирање на политичките дебати во медиуми, каде наместо да се известува за дебата, во целост се даваат вести само од една партиска линија. Вака, наместо медиумот да ја врши услугата кон општеството, давајќи целосни информации и во интерес на јавноста, тој му служи само на еден „парс“ од целината.

„Медити има еден одговор за Ибрахими од Беса

Во меѓувреме, потпретседателот на ДУИ, Изет Медити, имал еден одговор за претставникот на движењето Беса, Зеќирија Ибрахими, кој на тркалезната маса одржана денеска во Скопје му поставил едно прашање на Медити. „До мојот пријател Зека, имам еден одговор: Кога критикувате од утро до вечер и ние трпиме, трпете и вие една мала критика кон вас“.

Новинарот не треба да си даде себеси привилегија да биде диригиран од партиски убедувања кога ја врши новинарската функција. И, во ниту еден момент не смее да стави акцент само врз едната страна, игорирајќи ја другата страна што учествува токму во истата дебата.

„Зеќирија Ибрахими го надмудри Изет Медити?!

Во една дебата, организирана вчера од Албинфо.цх, каде дискутираа албанските партии, аналитичари и истражувачи од земјава, од Швајцарија и од Косово, во

Новинарот не треба да си даде себеси привилегија да биде диригиран од партиски убедувања кога ја врши новинарската функција.

неговиот збор потпретседателот на ДУИ, Изет Медити, без да биде во тек со дискусијата, го обвини движењето Беса дека стопанисува со два медиуми.“

Пристрасноста кон една партија нема врска со новинарството. „Новинарот треба да обезбеди професионално растојание од политичките субјекти“, советува Етичкиот кодекс на новинарите.

Карактеристика на демократијата е големиот број на политички партии, различни-те концепти што излегуваат на виделина за развојот на општеството, како и објективниот пристап на медиумите кон различни-

**Политичкиите
партии, имајќи ја
предвид силата
на медиумското
влијание, често
се обидуваат да
ги привлечат
материјално
соствениците
на медиумите.**

те ставови за правењето политика. Затоа, улогата на медиумот е важна и помага во развојот на демократијата. Меѓутоа, ова се случува само во момент кога се пристапува кон сите партии како компонентен дел од целината, и не делејќи ги и изолирајќи ги според личното убедување или други начини. Читателот треба да добие реална слика за сите политички концепти што ги разликуваат партиите и на крај, преку својата волја, да го одбере концептот што нему му се допаѓа. Но, уште еднаш ќе истакнам, само во моментот кога медиумот ги нуди објективно сите партиски идеологии. Секој друг пристап се смета за недемократски и со тенденција да се засилат системите на едномисленоста.

„НЕЗИРИ, ДО РАМАДАНИ: Зошто никогаш не дадовте објаснување за Бит Пазар?! Шефот на централниот изборен штаб на ДУИ, Беким Незири, рекол дека во историјата на Албанците во плурализмот континуирано имало такви случаи како што беше кумановскиот или „Монструм“, (и кога владееле други албански партии), што

како прашање беше поставено од страна на поранешниот пратеник на ПДП, Исмет Рамадани, сега политички аналитичар.“

Еден друг пристап или начин за да се „прикова“ другата партија или идеологија, го фаворизира или му дава значајност на „напаѓачот“, но не и на нападнатата страна.

„Исмет Рамадани го „прикова“ Беким Незири

Познатиот албански аналитичар во Македонија, Исмет Рамадани, во дебатата во „Клик плус“ на „ТВ 21“, насочил остри критики кон албанската партија на власт, односно кон претставникот на оваа партија, Беким Незири, пренесува новинската агенција ИНА.“

Политичките партии, имајќи ја предвид силата на медиумското влијание, често се обидуваат да ги привлечат материјално сопствениците на медиумите. Оваа тенденција, доколку има целосен успех, ќе доведе до

**Новинариите
треба да бидат
„илаџеници“
само на
јавниот
интерес, а не на
политичките
партии.**

тоа медиумите и новинарите да бидат слуги само на еден дел од општеството, а не слуги на општиот јавен интерес – што е клучна мисија на новинарството.

На крај, новинарите треба да бидат „платеници“ само на јавниот интерес, а не на политичките партии. Медиумот треба да ја одгледува и да ја зајакнува демократијата и да не пропагира само за една партија, дејство што води кон недемократски и авторитарни системи.

Студија на случај: ДАЛИ СНИМКАТА НА КОЈА СЕ ГЛЕДА КАКО Е ПРЕГАЗЕН МАЛИОТ АЛМИР Е ОД ЈАВЕН ИНТЕРЕС?

Пишува: Ана Анастасовска



Порталот на албански јазик „Телеграфи“ минатата сабота објави вознемирувачка снимка од безбедносни камери на која се гледа прегазувањето на четиригодишниот Алмир и на неговите родители од Куманово. Видеозаписот го презедоа голем дел од електронските медиуми¹, а некои од нив го пренесоа на сензационалистички начин за да соберат што е можно повеќе допаѓања и коментари, што предизвика и остри реакции во медиумската сфера. Дали видеоснимката требаше да биде пренесена или не? Ова е дилемата што се отвори откако социјалните мрежи почнаа да „горат“ од снимката. Порталот „Телеграфи“ ден потоа го отстрани видеозаписот од официјалниот канал на „Јутјуб“.

1 Вознемирувачко видео за Алмир, www.time.mk, 04.07.2016
<http://www.time.mk/?q=search=news&order=dec&startdate=05.06.2016&enddate=06.07.2016&page=1>

Откако громоморната снимка осамна на веб-страниците на речиси сите медиуми, дел од новинарските работници се јавија со реакции и со апели за таа да биде отстранета и повлечена поради разгорувањето на меѓуетнички тензии кои можеа да се насетат од коментариите на социјалните мрежи².

Сензационалното објавување на снимката е спротивно на Кодексот на новинарите

Сензационалистичкото известување во јавноста нема предност над професионалното и етичкото известување.

ситење на туѓа болка или, пак, сработувате за Груѓо и за Али да останат уште 10 години на власт?! Чиј јавен интерес браните и која ви е етичката ограда и оправдување за објавување на громоморната снимка?! Откријте нешто што не знаевме, освен дека луѓето се сверови?! Во име на граѓаните и заштита на јавниот интерес секако дека не работите! Дајте ми етичка норма која ве оправдува! Кажете ми ја човечката норма која вас ќе ве оправда дома! Кај ви е умот?! Иimate ли ум?!“, напиша Трајковска.

Со реакција се јави и Советот за етика во медиумите на Македонија³ (СЕММ), укажувајќи дека преземањето и објавувањето на таквата содржина внесува дополнителна вознемиреност и гнев кај јавноста околу инцидентот и последиците од него. Од СЕММ се децидни дека сензационалистичкото известување во јавноста нема предност над професионалното и етичкото известување, во кое е потребно да се води сметка и за последиците од трагедијата за семејството.

„Објавувањето на видеоснимката е и во спротивност со член 8 од Кодексот на новинарите, според кој „начинот на информирање во случаи на семејни трагедии мора да биде ослободен од сензационализми“. И покрај тоа што ваквото известување кај некои од медиумите би можело да се оправда со потребата од задоволување на јавниот интерес и разбирање на тежината на инцидентот, укажуваме дека новинарите и уредниците треба да ја почитуваат и приватноста на личноста, што е во согласност со член 7 од Кодексот на новинарите на Македонија“, се наведува во соопштението од СЕММ.

Професорката Жанета Трајковска од Високата школа за новинарство и за односи со јавноста, преку својот фејсбук-профил ги праша новинарите што ја објавија снимката, кое им е оправдувањето за таквиот потег.

„Кој е јавниот интерес тука?! Дополнително разгорување на страстите, поттикнување етничка нетрпеливост, повеќе кликови за вашиот портал,

Јавниот интерес не е она за што е заинтересирана јавноста, она што сака да го дознае и објави и не значи задоволување на нејзината љубовителност, нишу, пак, може да се оправда како морален критериум за нечие скандалозно однесување.

2 Телевизија „Сител“ на „Фејсбук“
<https://www.facebook.com/tvsitel.mk/posts/10154201615520535>

3 Соопштение до медиумите, 04.07.2016
<http://semm.mk/2015-05-23-11-45-15/225-2016-07-04-14-14-30>

Оттаму апелираа до медиумите да водат сметка за целта и за последиците од своето известување, како и за публиката што ќе дојде во допир со вознемирувачката содржина:

„Освен тоа, им укажуваме на уредниците дека имаат одговорност и за тоа што со објавувањето на таквиот материјал овозможуваат и негова понатамошна поширока дистрибуција и пристап до него од ранливи категории граѓани и од малолетни лица, што би можело да предизвика дополнителна вознемирениост и последици од таквото известување“.

Јавноста има право да знае

Уредникот на „Слободен печат“ и раководител на порталот „Плусинфо“, Бранко Героски, одлучил дента, кога се појавила снимката, да не ја објави на неговиот портал. Но, еден ден подоцна, заклучил дека јавноста има право да го види видеозаписот.

„Дента кога снимката, на која се гледа како возилото на убиецот го прегазува семејството Алиу, при што малиот Алмир го губи животот, се појави по порталите, „Плусинфо“ не ја објави. Снимката е вознемирувачка, таа ја зголемува болката на најблиските на Алмир и може да поттикне одмазднички чувства кај луѓето. Тоа

беше причината поради која на денот на најавениот и одржан протест не сакавме да долеваме масло на огнот. Но, колку и да е вознемирувачка, јавноста има право да ја види оваа стравична снимка од Куманово, која сведочи за едно навистина сверско убиство, на акт што тешко може да се објасни, а камоли да се оправда“, посочува Героски.

Тој вели дека секој снимката ја објавил на свој начин, онака како што проценил дека треба.

Правото на јавноста да знае не може да биде изговор да се сирка во нечиј приватен живот.

„Има медиуми кои постапија поинаку. Некои снимката ја објавија во сензационалистички манир, други ја објавија, па ја повлекоа, трети одлучија јавноста да ја поштедат од ова сведоштво за едно трагично безумие. Не спориме со ничија одлука. Секој со своите аргументи. Со нужната доза внимателност, што го наметна еднодневното ембарго, нашата одлука е недвосмислена – победи врвното начело на новинарската етика, јавноста има право да знае“, дециден е Героски.

Што вели Кодексот на новинарите

Кодексот на новинари⁴ во членот 7 јасно пропишува дека:

Новинарот е должен да ги почитува личната болка и жалост.

Понатаму, пак, во членот 8 стои:

Начинот на информирање во случаи на несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски постапки мора да биде ослободен од сензационализми. Овие правила подетално се објаснети во Прирачникот за етика во новинарството⁵ публи-

4 Кодекс на новинари, ЗНМ
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

5 Прирачник за јавниот интерес во новинарството, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, 2016 <http://respublica.edu.mk/attach/Priracnik-mk-alb.pdf>

куван од Здружението на новинари. Имено, во делот посветен на Кодексот на новинарите – упатства и препораки, на 18. страница е нагласено дека:

Правото на јавноста да биде информирана не може да биде оправдување на потребата од сензација.

На страницата 19, пак, пишува:

Извештаите треба да водат сметка за семејството на жртвата, да не се зголемува нивната болка, но и да не придонесе кон нивно „жигосување“.

Што е јавен интерес во медиумите

Дали објавувањето на снимката од грозоморниот настан во Куманово во кој беше прегазен малиот Алмир е јавен интерес? Точно е дека јавниот интерес не е дефиниран во ниту еден закон кој ги регулира медиумите. Прирачникот за јавниот интерес во новинарството⁶ го дефинира како „она што е од интерес или од корист за најголемиот број луѓе во општеството“. Но, како што се наведува во Прирачникот, проблем е што новинарите често не прават разлика меѓу она што ја интересира јавноста (публиката) и она што е од интерес на јавноста, односно од корист на општеството.

Нејроверените информации и анонимните снимки не можат едноставно да се објавуваат во името на заштитата на јавниот морал.

„Јавниот интерес не е она за што е заинтересирана јавноста, она што сака да го дознае публиката и не значи задоволување на нејзината љубопитност, ниту, пак, може да се оправда како морален критериум за нечие скандалозно однесување. Правото на јавноста да знае не може да биде изговор да се сирка во нечиј приватен живот. Непроверените информации и анонимните снимки не можат едноставно да се објавуваат во името на заштитата на јавниот морал“, се наведува во Прирачникот.

При утврдување на јавниот интерес, новинарите мора да почитуваат 10 основни принципи:

1. Доверба и заштитата на јавниот интерес;
2. Точност и вистинитост;
3. Нејрисливост;
4. Транспарентност;
5. Олчечност;
6. Интегрирание и уредувачка независност;
7. Правичност;
8. Штеда и навреда;
9. Приватност;
10. Заштитата на децата и на младите лица.

6 Прирачник за јавниот интерес во новинарството, Висока школа за новинарство и за односи со јавноста, Институт за комуникациски студии, 2016
<http://respublica.edu.mk/attach/Priracnik-mk-alb.pdf>

страница 96-102

ПОГЛАВЈЕ 05

Член 6 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој не смее да го користи медиумот за објавување или прикривање информации за сиекнување лична корист.

Митот, корупцијата и изнудувањето се несвојливи со новинарската професија.

Не смее да се дозволи рекламирањето и другите комерцијални мотиви да влијаат врз слободата на информирањето.

Треба да постои разграничување меѓу рекламирањето и новинарскиот шек со илустрацијата.

КАКО „ПИ-АРОТ“ ЌЕ ВИ ПРОДАДЕ БЕСПЛАТНА ВЕСТ?

Пишува: Љубомир Костовски



На Балканот голем дел од сѐрашезиѝе за односи со јавноста не смислуваат многу „тешки сѐрашеѝи“, туку одат и едноставно ги кукуваат медиумите.

Додека постарите македонски новинари во текот на своите кариери наидуваа на строгите партиски комитети и нивните извршни органи, помладите генерации во своите животи ги имаат стратезите за односи со јавноста наместо комитетлиите. Навидум меѓу овие две категории нема никаква сличност, но и двете историски појави, постарата и поновата, имаат една задача – да „продадат“ бесплатна информација на медиумот, со голема сигурност дека истата ќе влезе во неизменета форма, истиот или во некој од следните денови!

Дефиницијата што го поврзува модерниот стратег за односи со јавноста со информацијата која нема да биде платена, а е објавена, е суштинската за оваа старо-нова релација меѓу моќта (на некоја политичка средина или на економските тајкуни) и прес-работниците. Истата најдобро ја објаснуваат настапите и предавањата на Игор Авжнер¹, едно од познатите имиња во оваа сфера. Тој самиот предава на некои

факултети токму на теоријата на „продавањето вести“, потоа работи како менаџер на агенцијата „Нју фокус комуникајшн“ од Белград, која покривала работа и на големи политички фигури, како српскиот министер за финансии Динкиќ или Мирољуб Лабус, потоа политички активности (Инвестициониот план на Србија, нешто како Investment in Macedonia), бил „врбуван“ за големи компании („Национална штедионица“, „ППБ банк“, „Форд“) и слично.

– Не постои содржина која медиумите нема бесплатно да ја пренесат ако им смислите нешто доволно умно да бидете атрактивни за нив. Единствен проблем е сето тоа да биде доволно умно за да биде атрактивно за медиумите. Не е доволно да ги познавате новинарите или уредниците, туку треба да имате имагинација, што во професијата, која на Балканот е нова, главно не е случај – вели тој во интервју за „Политика“ („Теророт на пи-аровите“, 9 февруари).

1 Резултати од пребарувањето за Игор Авжнер на „Гугл“

<https://www.google.com/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espy=2&ie=UTF-8#q=Igor+Av%C5%BEnner>

Купување пристап до медиумите

Оттаму, на Балканот голем дел од стратегиите за односи со јавноста не смислуваат многу „тешки стратегии“, туку одат и едноставно ги купуваат медиумите и тоа по три основи. Најнапред, да кажеме дека тоа секако е надвор од дефиницијата за функцијата на стратегот за односи со јавноста, како што рековме, ама - да не бараме влакно во јајцето! Едниот од методите, особено присутни и во македонската средина, е класично купување повластен пристап во медиумите. Во земјава тоа го прават, пред сè, поголемите компании кои секоја прес-конференција ја претвораат во „работен појадок“. Во поканата на новинарите им се нагласува местото на кое тоа „дружење“ ќе се случи. На официјалните веб-страници (да речеме, во дневниот билтен на МИА) стои дека се работи за прес-конференција, но ако како место на настанот стои некој ресторан, е тука работата е јасна. Колку за новинарите почетници, да објасниме: содржината, фактите

Ако младиот новинар мисли дека од таа закуска може да извлече некаква критичка сен-тенца, нека биде сигурен дека некаде, на некое повисоко ниво и неговиот уредник можеби веќе бил почестен или, пак, тој смета дека добрите текстови ќе прераснат во пристап до нови рекламни пораки! Ако некој дава подарок, ќе има и за жиро-сметките на медиумите. (За оваа тема – подароците во новинарството, во нашиот Кодекс на ЗНМ² има само една реченица, па затоа ги препорачуваме поширните дефиниции во публикациите „Поклон или мито?“³ и „Водич за новинаре“⁴.) Ако на таквите средби има и подарок, секако симболичен, како што споменавме, новинарот секако ќе биде сигурен кога на средбата ќе види и доста свои колеги кои не го следат секторот (!), ама, сепак, зафатиле место, па тој наш колега (или колешка) треба да биде сигурен дека во канцеларијата ќе има и „страничен притисок“, суфлери, во насока да не се прави токму тој „толку умен“.

Можеби најстар метод и многу тешко да биде одржлив на долг рок е негувањето на специјални врски со новинариите или, се разбира, со некои од нив.

Ќе ги чуete меѓу два залаци, ќе ви биде потешко да прашувате премногу, а домаќинот, некој министер или директор на фирма, ќе замине бргу заради „неодложни обврски“, оставајќи друштво да ви прават пониските по хиерархија, кои „не се надлежни да соопштат“. Уживајте во појадокот!

„Размена на услуги“ на брифинзи

Во земјава најмалку еден министер (од секторот – економија) почна со неделно, попладневно дружење на новинарите (по 2008 година, да нема забуна, сè до крајот на 2010 година), откако реши да се препушти на агенција за односи со јавноста која го осмисли неговиот настап. Министерот не беше омилен во коалицијата, без оглед на подршката во неговата партија и тој се обиде на малку подиректен начин да ги освојува медиумите. Таа форма беше најдена во брифирањето во секако важниот сектор, од кој обично не излегуваат многу информации.

2 Кодекс на новинарите, ЗНМ
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

3 Poklon ili mito?, www.kulturaposlovanja.rs, 07.12.2012
<http://kulturaposlovanja.rs/poklon-ili-mito/>

4 Водич за новинаре, www.archive-rs.com
http://archive-rs.com/rs/u/upravusi.rs/2015-05-04_5839825_76/Prikupljanje_informacija_U_pravu_si_Online/

Брифингот претпоставува размена на услуги – јас вам доверлива вест, вие мене молчење или разбирање за мојата ситуација. Тоа е најтешката позиција на новинарот, бидејќи е спротивна на неговата основна функција, а таа е она што тој ќе го дознае и да го пренесе на јавноста, која очекува да дознае секој ден некоја новост! И – како порака за помладите колеги – очекувајте дека на таа „тајна вечера“ секогаш ќе има еден, двајца или тројца „јуди“, кои многу бргу ќе покажат дека немаат патент на устата и дека „од наши извори“ ќе објават сè или многу од тоа што било соопштено во наводна доверба.

Ова дружење беше прекинато откако односитите на двата коалициони партнери во владата достигнаа точка на заладување, а министерот доби „прв потпретседател на владата“, кој му дишеше во вратот и знаеше ненадејно да се појави на овие брифирања, кога доверливоста паѓаше во вода, а дружењето се претвораше во – фијаско во однос на целта на министерот, секако. Сепак, уживајте во вечерата! Платена е!

Нема сомнеж дека прашањето на директно купување на влијание во медиумите кај нас оди поинаку, преку владините фондови или преку рекламните агенции, што на крајот му доаѓа исто, бидејќи обезбедува „заузднување“ на медиумот озгора, од кај сопственикот или главниот уредник, со што новинарот повеќе наликува на „курир“ или личност која треба да ја однесе веста до редакцијата и да ја објави во „изворна форма“.

Ова е најскапиот начин на купување на вниманието на медиумот, иако површно изгледа наједноставен.

Специјални врски

Можеби најстар метод и многу тешко да биде одржлив на долг рок е негувањето на специјални врски со новинарите или, се разбира, со некои од нив. Дел од тие наши колеги не ги кријат тие односи и неофицијално знаат на

редакциските колегии да речат „вчера ми призна претседателот“ или „министерот гласал против овој предлог на седница на владата, ама...“, што е резултат на стари и блиски релации меѓу две блиски сфери на јавниот живот, нешто како „Каин и Авел од добрите библиски времиња“. Судирот, секако, следува по еден период, но таа посебност е добре дојдена и за политичарот и за „почестениот“. Македонскиот „изум“ е злоупотреба на функцијата, особено кога се работи за – најчесто – институција која лиферира поголем број информации, често и дневно и без кои е тешко да се „полнат“ медиумите. Еден од тие извори е МВР, каде портпаролот својот „посебен однос“ го гради врз основа на тоа што ќе знае да ги селектира „непријателските медиуми“, односно, да речеме прес-конференциите или важните новости ќе ги закажува со СМС-пораки. За тоа кажува доста и текстот „СМС-порака до Јанкулоска“⁵. Поважните медиуми, кои полесно купуваат

Некој добива ексклузивна историја, а некој ѝаа ја нема, ѝа ќе добие „жолт“ или „црвен картон“ на редакцискиот состанок.

вести, ќе дознаат во колку часот треба да ги наместат камерите пред Основен суд 1 (каде е сместен истражниот суд), на која врата ќе влезе приведениот (има и предна и гаражна) и слично. Некој добива ексклузивна историја, а некој таа ја нема, па ќе добие „жолт“ или „црвен картон“ на редакцискиот состанок. Таа историја на предвидливите судбини на колегите заживеа дури и покрај фактот што ова секогаш значеше и кршење на презумцијата на невиноста од една страна, а од друга страна секогаш беше дел од т.н. доверлив однос меѓу стратегот за односи со јавноста и медиумот.

5 СМС-порака до Јанкулоска, Утрински весник, 18.07.2008
<http://utrinski.mk/?ItemID=A85015A2C941FD4C9E73BA0CF429D63C>

ДАЛИ ЦЕНТРИТЕ НА МОЌ ЈА ПРЕЗЕДОА УЛОГАТА НА ЦК?

Пишува: Владо Ѓорчев



Од сите области на комуникацијата најтешко е да се дефинираат односите со јавноста. Институтот за односи со јавност¹ (The Institute of Public Relations) ја дефинира вака:

„Односите со јавноста се дисциплина чија цел е да го сочува угледот, да воспоставува разбирање и поддршка на мислењето и на однесувањето во јавноста. Односите со јавноста се планирани активности кои даваат резултати, а посебно дејствуваат на воспоставување добри односи и меѓусебно разбирање на организацијата и на нејзината јавност“.

Односите со јавноста во суштина подразбираат управување со угледот и воспоставување солидна комуникација помеѓу клиентите и консументите. Најголемата моќ на односите со јавноста се наоѓа во образованието на јавноста, влијанието на ставовите и однесување-

Иако новинарството учи дека секој промотивен текст мора да биде јасно обележен како оглас, дојде време на власман на огромно количество на невероверни информации, на кои се препрекувани куќириџе чииштели, слушатели или гледачи.

то и воспоставување меѓусебно разбирање. Добрите односи со јавноста се невидлив елемент при формирањето на брендот и околината која го препознава. Односите со јавноста се од клучно значење при брендирањето, затоа што не можете да се потпрете само на огласувањето за да го остварите посакуваниот имиџ. Важно е информацијата да дојде до посакуваната јавност.

1 The Institute of Public Relations
<http://www.instituteforpr.org/>

Вака некако тоа функционира во светот. И таму точно се прави разлика на тоа што се односи со јавноста, а што новинарски текст. Но, дали тоа се случува и во Македонија? Или како тоа функционира кај нас? Секако дека

**Кај нас новинариџе,
всушност,
дејствуваат како
пишувачи на
адверторијали.**

ние сме лидери во новитети, па и спрегата меѓу стратезите за односи со јавноста и новинарството кај нас функционира на „малку“ поинаков начин. Кај нас новинарите, всушност, дејствуваат како пишувачи на адверторијали². Далеку сме од стратези за односи со јавноста, а исто толку далеку сме и од новинари. Значи, нешто хермафродитно, кое барем засега нема име во светската литература, но сепак лични на адверторијал само со измени и само македонски брендираны моменти.

Што е адверторијал?

Како поим самиот збор адверторијал повлекува зад себе прашања за новинарската етика и струка³. Тоа е платен напис во весник, прилог на телевизија или радио (во последно време и на портал⁴), кој е направен и напишан со новинарски стил, а содржината промовира некоја услуга, производ, идеја

или нешто што треба да биде продадено (или запаметено). Зборот адверторијал е комбинација од англискиот збор *advertising* (огласување) и од уредничкиот односно новинарскиот збор за уредување – *editorial*. Во правило, таквите написи мора (што кај нас не е случај⁵) да бидат видно издвоени од другите написи и да се истакнат како платен оглас. И според законот⁶ е забрането скриено рекламирање. Иако ова е јасно, и во еден дел од медиумите се постапува така, загрижува тоа што во последно време оваа форма добива нова димензија. Односно, таа станува задолжителна новинарска форма. Секако не во сите медиуми, но најмногу се запазува во медиумите кои се согласуваат со политиката на владата.

Иако новинарството учи дека секој промотивен текст мора да биде јасно обележен како оглас, дојде време на пласман на огромно количество на непроверени информации, на кои се препуштени кутрите читатели, слушатели или гледачи. Тие, всушност, треба да ја проценат вистинитоста и да ја изберат информацијата која вреди и која им е потребна. Агенциите за односи со јавноста или самите служби за односи со јавноста на институциите (пред сè државните/владините), кои, се разбира дека ни се неопходни, ќе си земат право да се обидат да се мешаат во уредувачката политика и да бараат објавување на одредени информации на начин на кој сметаат дека треба или на начин на кој ги испратиле во редакцијата. За волја на вистината, тоа воопшто не е тешко во последно време.

2 Merriam-Webster
<http://www.merriam-webster.com/dictionary/advertorial>

3 SPJ Code of Ethics
<http://www.spj.org/ethicscode.asp>

4 „Алкалоид“ го обнови Дневниот центар за дарување крв во Црвениот крст, www.telegraf.mk, 17.03.2014
<http://www.telegraf.mk/aktuelno/makedonija/ns-newsarticle-120471-alkaloid-go-obnovi-dnevniot-centar-za-daruvanje-krv-vo-crveniot-krst.nspk>

5 ВВП го зголемува пазарниот удел и бележи раст на договорните претплати, www.republika.mk, 13.08.2014
<http://republika.mk/299369>

6 Закон за заштита на потрошувачите, „Сл. Весник на Р. Македонија“, бр.38/04 од 17.06.2004
http://it.mk/wp-content/uploads/2012/09/Zastita_na_potrosuvacite.pdf

Дури и новинарите влегоа во категоријата мрзливи бирократи кои едвај чекаат да им стигне готов текст и без да го проверат, веднаш го ставаат на хартија или прават прилог на телевизија. Поради тоа, а секако и поради ред други причини, новинарството секојдневно паѓа по скалилата надолу, без шанси за брзо закрепнување.

Улогата на уредникот

Сигурно сте биле сведок на ситуација која одделението за односи со јавноста на некоја фирма или на некоја политичка партија пробува во некои медиуми да ја протури својата приказна. Наивно, ќе напишат новинарски текст, но во него ќе уфрлат и податоци за фирмата или за политичката партија или нивни ставови, така што мислат дека читателите тоа нема да го забележат. Проблемот, сепак, е во тоа што ретко кој успеал, пишувајќи за себе, да не ја помине границата меѓу самореклама и новинарски текст. Дека кај нас е измешана улогата на стратегот за односи со јавноста и на новинарот се

Новинариџе влегоа во каџеџоријата мрзливи бирократи кои едвај чекаат да им стигне џоттов џекст и без да џо џровераџ, веднаш џо стжаваат на хартија или џраваџ џрилог на џелевизија.

гледа од авион. Но, се поставува прашањето кој тоа треба или може да го спречи? Секако, ова најмногу зависи од главниот уредник, односно од сопственикот на медиумот, кој секогаш може или воопшто да не ја објави информацијата, доколку смета дека

е небитна, или, пак, да даде свој коментар. Сепак, тоа многу ретко се случува. Причини има повеќе:

- Страв;
- Финасиска моќ;
- Компензација;
- Закана.

Независното новинарство и како тоа дејствува во една земја е поинаку насекаде. Постојат големи разлики колку е новинар-

Малку медиуми џраваџ разлика џџо се односи со јавноста, а џџо новинарски џекст или џрилог.

ството слободно, но и колку јавноста е подготвена да плати за добро новинарство. Во западните демократии, најголем проблем е тоа што постојат малку луѓе што се подготвени да платат за добро новинарство. Сето тоа ја отежнува задачата на новинарите да ја контролираат власта. Поради тоа се нарушува и етиката во новинарството, која, се чини, одамна изгубила смисла. Иако за неа постојат точно одредени дефиниции, таа, сепак, се почитува од малку медиуми и новинари. Значи, малку медиуми прават разлика што се односи со јавноста, а што новинарски текст или прилог.

Време на одлука

Како да се избегне оваа ситуација и да се вратиме на корените, на изворното новинарство. За да се случи сето тоа, потребно е:

1. **Да се прекине со манипулација на вестите.** Власта се обидува да манипулира со медиумите. Методите за манипулација се суптилни и ги има многу⁷. Иако најчесто манипулацијата кај нас е доброволна, не е

7 News and Propaganda, The American Historical Association
<https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/what-is-propaganda/news-and-propaganda>

исклучено таа во некои медиуми да биде и присилна. И, секако, мора да дозволиме да кажеме дека оние кои се изманипулирани не се секогаш свесни за тоа.

2. Вистина. Клучно е да се пишува вистината и само вистината. Разбирливо е дека во новинарството вистината може да биде флексибилна, но новинарите треба да се потрудат барем да ја доловат реалноста на највисоко скалило. Тоа значи дека кога јавноста ќе почне да им верува на новинарите и нема за нив да зборува против на разни дебати, целта е постигната.

3. Јавен интерес⁸. Да се разграничи што навистина е јавен интерес. Сè почесто во последно време новинарите се соочуваат со проблемот одредени информации да не можат да ги добијат. Тука зборуваме за оние

Односите со јавноста на политичките партии станала вирус, кој е многу поинфективен дури и од еболатата и поштебен на подолг рок.

информации кои се од јавен интерес, а не за државни тајни. Најголем пример е легитимното прашање каде летува премиерот Никола Груевски. Тоа прашање под притисок доби одговор, но не на начин на којшто треба – преку официјално соопштение.

4. Приватност. И новинарите треба да направат граница каде почнува, а каде завршува приватноста на јавните личности. Непростојните детали од животот на јавните личности може да биде најчитана вест, но, сепак, колку и да е информацијата точна, тие имаат свои права.

5. И секако: Вкус. Има информации кои можат да ја шокираат чувствителноста

на публиката. Колку далеку може да оди една приказна поради чувствителноста на публиката заради коректно и целосно изнесување на вистината? Затоа треба добро да се помисли, најмногу од страна на уредништвото, пред да се објават информации кои се со лош вкус.

До каде дојдовме?

Во каква и каша-попара од новинарство да се наоѓаме, сепак, оваа ситуација мора да се реши. Но, мора да се каже дека откако стратегијата за односи со јавноста на политичките партии влезе во редакциските, односно новинарските текстови и прилози, професионализмот во новинарството почна да страда. Поради условите во Македонија, тоа можеби е така повеќе отколку во поразвиените демократии, но фактот е тој: наметнувањето на односите со јавноста го загадува новинарството. Притоа, тука се мисли на стратегиите за односи со јавноста на политичките партии, затоа што стратегиите за односи со јавноста на компаниите и на институциите, тие се веќе нужно зло.

Односите со јавноста на политичките партии станала вирус, кој е многу поинфективен дури и од еболата и поштетен на подолг рок. Односите со јавноста станала црна книга на новинарот и, се разбира, машина за хранење на незапирливата, ненаситна за приказни или ексклузивни стории јавност.

Стана тренд новинарите не само да ја прераскажат информацијата што ја добиле од некој гласноговорник, туку во емисијата, весникот или на порталот да ги покануваат и портпаролите кои ќе ја дополнат сликата. И, кој победува во оваа игра? Се разбира, политичарите. Но, тоа може и треба да се смени. Потребно е само поголема гласност, што од јавноста, што од новинарите. Зашто, сепак, без јавноста новинарот не постои.

⁸ Јавниот интерес и граѓанските организации, МЦМС, 2007
<http://www.mcms.org.mk/images/docs/2007/javniot-interes-i-graganskite-organizacii-2007.pdf>

страница 106-117

ПОГЛАВЈЕ 06

Член 7 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарот ќе ја почитува приватноста на личността, освен кога тоа е во сиротино со јавниот интерес.

Новинарот е должен да ги почитува личната болка и жалост.

ПОЛИТИЧАРИТЕ НАЈНАПРЕД НИ ЈА ПРОДАВААТ СВОЈАТА ПРИВАТНОСТ, А ПОТОА СИ ЈА БАРААТ НАЗАД

Пишува: Љубомир Костовски



Прашањето на границите на приватноста и на личниот интегритет во медиумите е веројатно стара тема, иако таа, и покрај многу истражувања, не е секогаш лесна да се користи како дефиниран поим за да се одредат појасно границите кои медиумските работници можат да ги преминат. Во македонски услови, тоа е особен проблем, бидејќи, ако добро се перцепира судската практика, во наши услови новинарите секогаш се виновни кога пишуваат за политичарите, од едноставна причина што се поаѓа од фактот дека тие – пред сè оние од власта – се повредени (нивната чест, углед и слично), независно од тоа што се работи за категорија на јавни личности, значи за персони кои, во принцип, во демократско општество треба

*Личните права,
вклучувајќи
го правото на
приватност, се цел на
јавната заштита на
податоци и евиденција
во врска со нечиј
приватен живот.*

да бидат најмалку чувствителни за оценки за нивната работа и однесување, која, исто така, е дел од политичкиот занает.

Како илустрација на оваа тема, границите на приватноста кај јавните личности, може да се земат примери од регионалното секојдневие (за да се видат разликите во реакциите!) и од тоа од најнов датум.

Гледано формално-правно, „приватноста на луѓето се однесува на област која не е

во јавната сфера, каде нема активности во име на бизниси, на владеењето или слично, а тоа се однесува на самиот себеси“. Терминот „*privacy*“ датира од 1890-тите. Дефиницијата е на судиите Луис Брандис и Самуил Ворен, објавена како „Правото на приватност“ (*The right to privacy*) во „Харвард лоу ривју“ (*Harvard Law Review*¹, година 4, број 5), определени како „индивидуално право да се биде оставен на мир“ (*Individual's right to be let alone, vugi uog odrignuica Privacy* на „Википедија“).

Теоретичарката Драгица Попеску² вели дека низ историјата личните вредности, какви што се животот, слободата, името, честа и угледот, се сметало дека се интегрален дел на личноста и таму теоретски се наоѓаат основите тие да не бидат заштитени со посебни права, како што постои кај заштита на личниот имот, бидејќи постои нераскинлива врска на приватноста со човекот како социјално суштество. Сепак, личната сопственост, како објекти на личните права се заштитени во граѓанското право, каде личните права се посебна гранка на современото граѓанското право, кое предвидува заштита на личниот имот, а тука е и фактот дека одредени аспекти на личноста се заштитени со Уставот или со нормите на кривично или некое друго право. Личните права, вклучувајќи го правото на приватност, се цел на јавната заштита на податоци и евиденција во врска со нечиј приватен живот.

Афера „Снежана Милкова“

Но, да минеме на конкретни ситуации од праксата каква што беше аферата „Снежана Милкова“, за која е интерес покажа и Советот на честа на ЗНМ. Накусо, еден новинар

на „Фејсбук“ отворил лажен профил (дамски), од каде му пуштал пораки на искушување на пратеник од владејачката партија. Пратеникот, наводно, реагирал на пораките,

**Прашањето на
границите на
приватноста и на
личниот интегритет
во медиумите е
веројатно стара тема,
иако така, и покрај
многу истражувања,
не е секогаш лесна
да се користи како
дефиниран поим
за да се одредат
појасно границите
кои медиумските
работници можат да
ги преминат.**

користејќи го својот мобилен апарат. Хипотетички, резултат на тоа е можна промена на неговата слика во јавноста – истиот е член на демохристијанска партија која се залага за поконзервативни вредности. Сè се случува во светлината на гласањето за уставни измени, со кои се востолува како единствено призната брачната заедница меѓу маж и жена (дури и како вонбрачна) и слично. Реакцијата на пратеникот, според неговиот демант, е дека неговиот мобилен апарат во мигот кога имало одговори на провокациите, наводно му бил украден во

1 The right to privacy, Harvard Law Review, Vol. IV, December 15, 1890, No. 5
<http://faculty.uml.edu/sgallagher/Brandeisprivacy.htm>

2 Pravo privatnosti, Pravni Informator, časopis za savremene pravnike
<http://www.informator.rs/pravo-privatnosti.html>

траење од два часа и оттаму тој нема одговорност за користењето на апаратот, а истовремено и обвинува за злоупотреба на неговиот личен идентитет.

Во случајот се интересни некои моменти. На пример, дали новинарот можел да користи лажен идентитет за да дојде до некои сознанија или информации. Потоа, дали тие

**Прашањето на
заштитата на
приватноста
е нешто што
се менува
секојдневно, пред
сè, заради најредок
на техниката и на
комуникациите.**

информации имаат релевантна содржина за да бидат пласирани во јавноста, бидејќи во спротивно тие предизвикуваат последици (во семејството, меѓу сопартијците...), а се, сепак, од дискрециона природа. Битен е и контекстот и времето кога тоа се случува за да се допре до релеватноста на пораката (сознанието) кое го даваат. Потоа дали, ако имаш фејсбук-профил, каде си истакнал некои податоци за себе, не си веќе со поместени граници на приватноста на кои самиот си се согласил (дури и да не си јавна личност!).

Афера „Пеѓа Грбин“

Да земеме уште еден пример, во овој контекст, со поинаква реакција од политичарот. Пеѓа Грбин е пратеник на СДП во хрватскиот парламент, кој цела ноќ во Пула имал „пијан перформанс“. Тој е снимен од мобилен те-

лефон – речиси целиот тој „настап“, во кој има сè, па дури и пеење на профашистички песни на Томсон, неспојливи со имиџот на социјалдемократ. Неговата реакција е – јавно извинување. Ниту збор за тоа дека некој му ја загрозил приватноста, иако веселбата била приватна?! „Јас сум пијана будала!“ – вели тој и бара прошка од сите познати, од неговите гласачи и слично³. Во ТВ-дебатата по повод овој настан, учествуваа Мирела Шпањол-Марковиќ, советничка за јавно комуницирање, и Томислав Клаушки, колумнист на „24 Часа“.

Клаушки вели дека „политичарите нам ни ја продаваат целата своја личност и немаат работно време – тоа им трае цели 24 часа, нон-стоп“. Тој додава дека политичарите самите ги поместиле границите на својата приватност – не внесуваат во дневната соба, не повикуваат на веселби и слично кога треба да им се доближат на избирачите. Тие сакаат да остават слика за себе кај гласачите – одат на берба на вино, потоа пијат вино кое е направено од таа берба и тешко е да се говори за нечија приватност. Овој колумнист, имено, смета дека е точна онаа теорија по која секој кој отворил свој фејсбук-профил веќе ја изгубил својата приватност!

Мирела Шпањол-Марковиќ, пак, смета дека хрватскиот политичар дури направил вистински погодок кога се извинил и кога рекол дека најмногу жали што во таква светлина го виделе неговата мајка и баба (!). Анкетите покажуваат дека кај гласачкото тело (јавноста) овојпат рејтингот дури и му се зголемил! Не е битно што сте направиле како политичар, туку што потоа сте сториле и како сте го објасниле тоа, коментира таа.

Оваа аналитичарка споменува многу други случаи каде политичарите одбегнувале извинување, а практично оделе про-

3 Imaju li političari pravo na privatnost, 24 sata TV, 30.01.2014
<https://www.youtube.com/watch?v=UtSwmcYthDU>

тив ставовите кои партијата ги застапува во својот приватен живот и си направиле противуслуга! Таа споменува пример со министерот Бањол, кој поддржал закон што отежнува вонтелесното оплодување на мајката, ама самиот потоа (како брачен партнер) користел таква постапка! Тоа се смета за поништување на политичката веродостојност.

Сакаш приватност? Внимавај 24/7!

Кај секс-скандалите, смета Шпањол-Марковиќ (низ француските примери со премиерите во поново време), нема јавен интерес освен ако љубовниците на јавните личности од сето тоа потоа извлекле некаква корист (добиле работа, тендер...). Љубовта не е забранета, дури и полигамната.

Според колумнистот Клаушки, да се вратиме на него, приватна работа е тоа каде премиерот Милановиќ оди на одмор и со кого. Но, ако го минал одморот со гувернерот на Народната банка во викендица на некој тајкун, е тоа е веќе работа за која јавноста треба да знае и дека (соодветно на ова, така може да се сфати) новинарите не нарушуваат ничија приватност, ако тоа ѝ го откријат на јавноста.

И Шпањол-Марковиќ вели дека границата на приватноста е јасна кај летувањето – ако се користи државно возило или авион, тоа не е дозволиво и мора да се извести (кога ќе се дознае) јавноста. Ако оди во работно време во летувалиште и таму се капе, тоа не е дозволиво или ако оди во приватен хотел, а не плати сметка, тоа секако не е дозволено. Така е паднат од функција еден германски претседател!

Значи, ако е вратиме на случајот што го споменавме од нашата стварност, излегува дека е отворена опцијата новинарот и да користи таков (лажен) профил, доколку

има индиции дека на тој начин би ја прикажал во поинаква светлина личноста на политичарот кој ни се продал еднаш како загрижен, конзервативен политичар и кога се во прашање сексуалните односи и релации, како во тој случај. Освен кај споменатиот предлог за измени на Уставот во однос на прашањето на бракот, истиот политичар, само како илустрација, деновиве е иницијатор за отворање на еден црковен (религиски) објект што го профилира неговиот имиџ во јавноста.

Судот на честа на ЗНМ треба да е свесен дека се работи за многу сложен проблем и не смее туку-така да се залетува во дневно-политички просудувања, задушувајќи ги истражувачките мотиви кај членството. Прашањето на заштитата на приватноста е нешто што се менува секојдневно, пред сè, заради напредок на техниката и на комуникациите. Но, кај политичарите е јасно – и соочен со вистински и со лажен профил, јавната личност, значи и пратеникот, треба

**Кај политичариите
е јасно – и соочен
со вистински
и со лажен
профил, јавната
личност, значи
и ирањеникој,
треба да реагира
еднакво!**

да реагира еднакво! Тие повици или се игнорираат или одбиваат! Друго е прашањето дали одговорите дадени на провокациите на новинарот се негови или не, што е предмет на просудување на јавноста, односно на документирање на недостапноста на изворот за комуникација до политичарот во одредено време.

ПРЕЗЕМАЊЕ ОД „ФЕЈСБУК“ ЗА ЈАВНА ОБЈАВА БЕЗ СОГЛАСНОСТ Е НЕЗАКОНСКО

Пишува: Елена Стојановска



*Новинариџе џреба
да џраваџ разлика
џо меџу важностџа
на информациџџе
што џи објавувааџ
за јавниџе личностџи
кои извршувааџ
џолиџичка или јавна
функција и џодаџоциџе
на нивниџе членови од
семејсџвоџо.*

Разгледувајќи го конкретното однесување на медиумите што ја објавија и ја споделија оваа вест од аспект на принципите за почитување на приватноста, неизбежно е истото да се анализира од неколку агли.

Пред сѐ, потребно е да се направи проценка на тоа кои лични податоци се објавени, во кој обем и колку нивното објавување ја поддржува суштината на информацијата. Во согласност со Законот за заштита на личните податоци, личен податок е секоја информација што се однесува на идентификувано физичко лице или лице што може да се идентификува врз основа на едно или повеќе обележја специфични за неговиот физички, физиолошки, ментален, економски, културен или социјален идентитет. Во конкретниот случај, објавената фотографија, името и презимето, локацијата како и поврзувањето со родителот, кој е јавна личност, претставуваат лични податоци. Новинарите треба да прават разлика помеѓу важноста на информациите што ги објавуваат

за јавните личности кои извршуваат политичка или јавна функција и податоците на нивните членови од семејството. Заштитата на личните податоци на ќерката на Заев и заштитата на неговата приватност како јавна личност се дијаметрално различни. Условот за почитување на приватноста е автоматски редуциран за онолку колку што самото лице е навлезено во јавниот живот или има контакт со други заштитени интереси. Секако, веднаш се поставува прашањето колку еден медиум треба да заштити веќе објавени податоци. Кога станува збор за објавување фотографии на „Фејсбук“, секој корисник со самото објавување на фотографиите на „Фејсбук“ се смета дека ја дал својата согласност тие да бидат јавно објавени на интернет и не може да очекува ап-

солутна приватност. Сепак, согласноста на корисникот да објави негови фотографии на приватен профил, без разлика на тоа на колку други корисници таа ќе им биде достапна, не значи и негова согласност за тие да бидат преобјавувани на други



Дискусијата за заштита на приватноста е дотолку поважна ако се земе предвид дека станува збор за податоци за малолетно лице. Личните податоци на малолетни лица не смеат да бидат објавени без соодветна заштита, односно замаглување на ликот и употреба на иницијали. Малолетните лица се лица со ограничена деловна способност, а со самото тоа тие не можат сами да се согласат дали одредена информација за нив ќе биде јавна или не. Согласност за објавување лични податоци за малолетни лица мора да биде побарана од нивните родители, старатели или законски застапници, но дури и кога истата ќе биде добиена, мора да се води сметка за идните импликации од објавувањето на личните податоци на малолетното лице. Дека медиумот не водел сметка за заштита на личноста на ќерката на Заев се гледа и во двете објавени фотографии, кои очигледно се преземи и необработени, на едната е напишано целото име и презиме, а прекриен

веб-страници или медиуми, во контекст што е компромитирачки по која било основа за поединецот, па оттаму секое преобјавување фотографии без согласност на субјектот сопственик на личните податоци ќе се смета за незаконско.



е ликот, додека на другата е анонимизирано само името.

Во корист на досега констатираното, предвид треба да се земе и законското ограничување на обработката на чувствителните лични податоци. Според Законот за заштита на личните податоци, сите лични податоци не уживаат еднаква заштита. Постои и категорија на посебни, чувствителни лични податоци, кои имаат и посебна заштита, а тоа се лични податоци кои го откриваат расното или етничко потекло, **политичко**, верско, филозофско или друго уверување, членството во синдикална организација и податоци што се однесуваат на здравјето на луѓето, вклучувајќи ги и генетските податоци, **биометриски податоци** (во овој случај фотографијата е биометриски податок) или податоци кои се однесуваат на сексуалниот живот. Концептот на „битност на информацијата“ е особено важен во овој случај. Секое споменување на чувствителни податоци треба да се избегнува.

УПОТРЕБАТА НА ФОТОГРАФИИ ОД ЈАВНИ ПРОТЕСТИ – КОНТЕКСТОТ Е НАЈВАЖЕН

Пишува: Елена Стојановска



Фотографии од јавните илустрации – контекстот е најважен.
Фото: Ванчо Цамбаски/flickr

Известувањата за протестите низ фотографии, кои секојдневно ги следиме, отвораат и едно прашање кое ги засегнува сите што учествуваат на овие јавни собири – дали фотографиите направени за време на јавен собир, на јавна површина, можат да се објавуваат од медиумите и, уште поважно, во кој контекст тие можат да бидат објавени.

Фотографии направени од фоторепортери

Кога станува збор за фотографирање од фоторепортери, кое се врши за време на

Контекстот на објавување на фотографии е клучен за да може да се оцени дали во одреден момент објавувањето на некоја фотографија би значело повреда на приватноста на лицата што се наоѓаат на таа фотографија.

одржување јавни настани (натпревари, манифестации, јавни собири), кои се одржуваат на јавни површини (спортски објекти, плоштади, паркови, улици), објавувањето фотографии од учесниците на настанот од страна на медиумот може да се врши само за цели за кои тие биле направени, односно за известување за текот на настанот.

Контекстот на објавување на фотографиите е клучен за да може да се оцени дали

Секој што учествува на јавен собир кој се одржува на јавна површина, со самото што одлучил да излезе и да присуствува на собирот, одлучил и да биде виден од страна на онаа јавност која е присутна на самото место на одржување на собирот, но истовремено треба да биде свесен дека секој јавен собир на јавно место е предмет на интерес и на медиумите.

во одреден момент објавувањето на некоја фотографија би значело повреда на приватноста на лицата што се наоѓаат на таа фотографија. За да може, пак, да се оцени контекстот на објавување на одредени фотографии, мора да се земе предвид природата на самиот јавен собир. Тргувајќи од основните принципи за заштита на приватноста, основни критериуми кои треба да се задоволат се – очекуваната приватност и согласноста на лицата кои учествуваат на јавниот собир. Секој што учествува на јавен собир, кој, пак, секако се одржува на јавна површина, со самото тоа што одлучил да излезе и да присуствува на собирот, одлучил и да биде виден од страна на онаа јавност која е присутна на самото место на одржување на собирот, но истовремено треба да биде свесен дека секој јавен собир на јавно место е предмет на интерес и на медиумите. Она на што не се согласил учесникот на јавен собир е неговото присуство на јавниот собир да биде јавно објавено во контекст кој би

бил компромитирачки за неговата личност. Имајќи го ова предвид, медиумите при известувањето од јавните собири мора да внимаваат кога објавуваат фотографии на кои јасно се распознаваат ликовите на учесниците на собирот. Овие фотографии не треба да бидат објавени во контекст на политички определби, претпоставки и на непроверени тврдења кои би можеле да сугерираат дека некој од фотографијата е поврзан или одговорен за нешто за што се пишува во веста.

Фотографии преземени од социјалните мрежи

Објавувањето фотографии на социјалните мрежи, особено на „Фејсбук“ и на „Инстаграм“, ја следи истата логика за согласност како и онаа за присуството на јавните собири. Со самото објавување на фотографија од учество на јавен собир, лицето што ја објавува фотографијата се согласува дека истата ќе ѝ биде достапна на интернет-јавноста, односно ќе можат да ја видат најмалку неговите, т.е. нејзините пријатели и следачи на социјалната мрежа каде што е објавена. Меѓутоа, оваа согласност не значи и автоматско согласување таа фотографија да

Она на што не се согласил учесникот на јавен собир е неговото присуство на јавниот собир да биде јавно објавено во контекст кој би бил компромитирачки за неговата личност.

биде преземена и преобјавена од медиумите. Иако најголемиот дел од одговорноста за јавното објавување на фотографиите на социјалните мрежи е на самиот корисник, секое преземање на фотографија од интернет без согласност и нејзино објавување во ме-

диумите во контекст кој е компромитирачки за лицата на фотографијата би се сметало за спротивно на начелата за заштита на приватноста.

Фотографии од јавни личности и од „обични граѓани“

Иако горенаведените принципи важат генерално, разлика треба да се направи помеѓу фотографиите на кои се наоѓаат јавни (по која било основа) личности и фотографиите на кои се наоѓаат граѓани, учесници на јавните собири кои не ѝ се познати на јавноста, односно кои не се занимаваат со јавни професии. Јавните личности, без разлика на тоа со која јавна професија се занимаваат, со самото тоа што одбрале јавна професија, се согласиле дека степенот на приватност што го уживаат ќе биде понизок од оној кој го имаат другите граѓани кои не се јавни личности. Понискиот степен на приватност

од контекстот за кој првично биле направени. Доколку на некоја фотографија одредена јавна личност е во друштво со други лица

Иако најголемиот дел од одговорноста за јавното објавување на фотографии на социјалните мрежи е на самиот корисник, секое преземање на фотографија од интернет без согласност и нејзино објавување во медиумите во контекст кој е комерцијалски за лицата на фотографијата се смета за нарушување на приватноста.

Со самото објавување на фотографија од учество на јавен собир, лицето што ја објавува фотографијата се согласува дека истата ќе ѝ биде достапна на интернет-јавноста, односно ќе можат да ја видат најмалку неговите, т.е. нејзините пријатели и следачи на социјалната мрежа каде што е објавена.

значи и поголем интерес за нивните постапки и поведение, па оттука и фотографиите кои за нив се објавуваат често се со оправдан јавен интерес. Секако, тоа не значи дека треба да бидат злоупотребени надвор

кои не ѝ се познати на јавноста и не се занимаваат со јавна професија, пред објавувањето, медиумот треба да процени која мерка на заштита ќе ја употреби за да не направи непотребно откривање на идентитетот на лицата што не се од суштинско значење за информацијата.

Во согласност со принципите за заштита на приватноста, обемот на објавените лични податоци треба да одговара на целта што треба да се постигне со таа објавена информација. Иако постојат одредени исклучоци за обработката на личните податоци што се врши единствено за професионалното новинарство во согласност со етичките правила на оваа професија, истите треба да се применливи само во случај ако јавниот интерес преовладува над приватниот интерес на субјектот на лични податоци.

Освен законските одредби, кои наложуваат поставување рамнотежа помеѓу јавниот и приватниот интерес од страна на медиумот, треба да се земе предвид дека секој од нас треба да направи рамнотежа помеѓу степенот на очекувана приватност.

Студија на случај: ДОДАДЕНАТА ВРЕДНОСТ НА ПОВРЕДЕНАТА ПРИВАТНОСТ

Пишува: Елена Стојановска



„ПОЗНАТИ ИДЕНТИТЕТИТЕ НА УАПСЕНИТЕ: Дошол од Струга да крши во Скопје по нарачка на Заев – плаче зошто го уапсиле!“¹ Ова е наслов кој на прв поглед можеби ветува интересен „информативен“ текст, но под насловот, текст практично и не постои. Сè што може да се прочита под насловот се лични податоци на лица приведени за време на одржување на протести и информација врз основа на кој закон тие биле приведени.

1 ПОЗНАТИ ИДЕНТИТЕТИТЕ НА УАПСЕНИТЕ: Дошол од Струга да крши во Скопје по нарачка на Заев – плаче зошто го уапсиле!, www.infomax.mk, 27.06.2016
<http://infomax.mk/wp/познати-идентитетите-на-уапсените-до/>

Име и презиме, датум на раѓање (ден, месец, година), адреса на живеење (улица, број и место) и фотографии се личните податоци кои се објавени како вест, без притоа да биде дадено образложение зашто се објавени во целост. Можеби е важно да се посочи поведението на младите луѓе, од каде тие доаѓаат, но важно ли е на кој датум се тие родени или, пак, на која адреса живеат?!

Доколку се следи основниот принцип на правичност во медиумско известување, кој се однесува на заштитата на приватноста на лицата за кои се известува, медиумот мора да ѓрѓне од битоноста на информацијата.

Начинот на објавување на оваа „вест“ остава простор за претпоставка дека единствена цел на објавувањето била нарушување на угледот, јавен линч на лицата чии податоци се објавени и заплашување на другите учесници на протестот. Информацијата за тоа врз основа на кои закони и членови од законите биле приведени лицата се објавени, но без притоа да бидат појаснети, што дополнително укажува на фактот дека единствената „вредност“ на оваа објава се разоткриените лични податоци на лицата. Порталот очигледно презел информации од дневниот билтен на МВР² во кој стои:

„На 28 јуни 2016 година во времето од 19.40 до 21.40 часот во Скопје во организација на граѓанско здружение „Протестирам“, околу 1.500 граѓани одржале протест, со движење од СЈО низ централното градско подрачје. По завршување на протестот во 21.40 часот приведени биле: К.С. (27) од Скопје по чл.27 од ЗППЈРМ и по чл.15 од Законот за лични карти, К.Ж. (33) од Струга, по чл.15 од Законот за лични карти, а бил повикан и П.Б. (30) од Скопје по чл.27 од ЗППЈРМ.“

Како што може да се забележи, во дневниот билтен на МВР објавени се иницијали, возраст и место (град) на живеење на лицата, што е доволно за анонимизација на лицата, до која задолжително треба да се придржуваат и медиумите кога известуваат.

Наместо да се потруди да ги појасни основите за приведувањето на лица за време на протести, времето го посветил на барање на целосните лични податоци на лицата. Порталот се насочил на тоа да биде оваа вест читана и актуелна за неговата публика, но притоа заборавил да мисли на последиците од објавувањето на сите лични податоци. Контекстот во кој се објавени податоците и нивниот обем го отвораат и прашањето што можат овие лица да очекуваат по оваа објава: честитка за роденден на домашна адреса или можеби закани за нив или нивните семејства?

**Секое
сиоменување на
чувствителни
податоци треба
да се избеѓнува.**

2 Извадок од дневните настани за 28.06.2016, Министерство за внатрешни работи на Р. Македонија
<http://mvr.gov.mk/dneven-bilten/435>

Доколку се следи основниот принцип на правичност во медиумско известување, кој се однесува на заштита на приватноста на лицата за кои се известува, медиумот мора да тргне од битноста на информацијата. Во конкретниот случај, суштествена би била едукативната димензија, односно, обврската на медиумот преку информација да ги едуцира граѓаните дека во согласност со Законот за прекршоците против јавниот ред и мир (ЗППЈРМ)³, секој кој го оневозможува користењето или оштетува јавни згради, јавни чешми, извори, плажи, паркови, шеталишта или други јавни објекти и инсталации или истите ги загадува со материи и со отпадоци со кои се загадува животната средина и природата ќе му се изрече глоба во износ од 100 до 400 евра во денарска противвредност (член 27).

Објавувањето на идентитетот на лицата кои биле приведени, нивните датуми на раѓање, целосните адреси и фотографиите е преобемно во однос на битноста на информацијата до тој степен што веста ја губи тежината на вест. Оваа објава е нарушување на приватноста на овие три лица, не само заради обемот на лични податоци кои се објавени, туку и заради контекстот во кој се објавени тие податоци. Самиот наслов ги поврзува овие лица со лидер на политичка партија, со што веднаш се претпоставува и нивната политичка определба.

Јавниот интерес за акциите на полицијата е голем и оправдан, но, во секој случај, медиумите мора да обезбедат соодветно анонимизирање на лицата кои се директно инволвирани во истите.

Според Законот за заштита на личните податоци, постои и категорија на посебни, чувствителни лични податоци кои имаат и посебна заштита, а тоа се лични податоци кои го откриваат расното или етничко потекло, **политичко**, верско, филозофско или друго уверување, членството во синдикална организација и податоци што се однесуваат на здравјето на луѓето, вклучувајќи ги и генетските податоци, биометриски податоци или податоци кои се однесуваат на сексуалниот живот. Концептот на „битност на информацијата“ е особено важен во овој случај. Секое споменување на чувствителни податоци треба да се избегнува, особено ако се земе предвид дека со Законот за заштита на личните податоци е забранета обработка на посебните категории на лични податоци, освен во исклучителни случаи определени со закон.

Аргумент кој секогаш ја разгорува дебатата е задоволувањето на јавниот интерес. Објавувањето податоци за лица против кои се води судска, управна или прекршочна постапка е спротивно од Законот за заштита на личните податоци, особено ако се земе предвид и непочитувањето на начелото за презумција на невиност. Јавниот интерес за акциите на полицијата е голем и оправдан, но, во секој случај, медиумите мора да обезбедат соодветно анонимизирање на лицата кои се директно инволвирани во постапките.

³ Законот за прекршоците против јавниот ред и мир, „Службен весник на РМ“, бр. 66 од 31.05.2007
<http://www.mvr.gov.mk/Upload/Documents/zakon%20za%20prekrsocite%20protiv%20javen%20red%20i%20mir.pdf>

страница 120-148

ПОГЛАВЈЕ 07

Член 8 од Кодексот на новинарите на Македонија

Начиној на информирање во случаи на несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски истрайки мора да биде ослободен од сензационализми.

Во судскиот истрайки треба да се почитува принципот на претумпција на невиност, да се известува за сите инволвирани страни во спорот и да не се суѓерира претсуда.

НЕСРЕЌАТА НА НЕСРЕЌИТЕ

Пишува: Саше Димовски



Photo by: M. M. Reporters

<https://www.flickr.com/photos/22083712@N05/4761926575>

ФОТО: Крв на сите страни – ужасна глетка на местото каде загинаа петте млади скопјани

ВИДЕО: Од луксузното БМВ не остана ништо – страшни кадри од сообраќајката кај Рампа

ФОТО: Крв на сидовите – пет момчиња загинаа во центарот на Скопје

**Наслови од медиумите*

Несреќите не избираат ни време ни место. Ниту, пак, кој новинар би можел да се затекне на местото на несреќата или кој прв ќе ја објави информацијата. Затоа, сите новинари мора да знаат што можат да објават

Доколку во шекој на извештувањата ви се йровлекла некоја грешка, йојрудете се да ја исйравиете со штоа што ќе ја објавиете официјалната информација, за штоа која е йричина за несреќата.

како видеозапис или фотографија, од овие, најчесто, трагични настани.

Несреќите и прашањата поврзани со нив не се ексклузивитет само за новинарите од црните хроники, туку за секој новинар и уредник, особено за новинарите кои се дежурни во време на викенди и за празници, кога по непишано правило, бројот на несреќи е зголемен, а новинарските екипи намалени. Во таков сооднос, кога секој новинар буквално „покрива“ сè што ќе се случи на дежурство,

неколку совети на оваа тема можат да бидат многу корисни.

Препорачливо е сите новинари, доколку имаат услови редакциите за тоа, да поминат одредена обука за справување со кризни ситуации, независно во која рубрика работат: дали е политичка, културна, црна хроника или спорт.

Во итни ситуации, кој било новинар може да се случи да покрива кризни ситуации

Следниве примери покажуваат дека веста ќе ја објави новинар кој ќе се најде на местото на случувањето, независно од секторската поделеност во редакцијата: во 1995 година на трети октомври, екипа на Македонската телевизија, која се наоѓала во Музејот на Град Скопје (од културна редакција) ги направила првите снимки од атентатот врз претседателот Киро Глигоров.

Во 2004 година, за загинавањето на претседателот Борис Трајковски, извештаите од Мостар ги испрати новинарка на државната агенција МИА, која, како известувач што покрива економски теми, беше на конференција во БИХ.

Но, тоа што треба да го знаат сите новинари, независно која им е главната преокупација во рамки на редакцијата е дека:

Начинот на информирање во случаи на несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски постапки, мора да биде ослободен од сензационализми (Член 8 од Кодексот на новинариџе на Македонија)¹.

Но, дали е така?

Напливот на новите медиуми, пред сè, веб-порталите и електронските медиуми, како и принципот на копирање на веста пласирана на некој конкурентски медиум, со комплетната опрема – од наслов до фотографија, доведе до еден загрижувачки

тренд: се преземаат и се пренесуваат фотографии и видеоснимки чија содржина не може да биде објавена таква каква што е снимена или фотографирана.

Насловите со кои почнува оваа новинарска лекција покажуваат дека написите не само

**Несреќиџе не избираат
ни време ни место.
Ниту, пак, кој новинар би
можел да се зашекне на
местото на несреќата
или кој прв ќе ја објави
информацијата. Затоа,
сите новинари мора да
знаат што можат да
објават како видеозапис
или фотографија, од
овие, најчесто, трагични
настани.**

што не се ослободени од сензационализам, туку уште во самите наслови на читателот му се нуди „додаток“ видеозапис или фотографии кои треба да ја илустрираат страшната сообраќајна несреќа.

Местото на шокантните информации

Не размислувајќи дека е доволно шокантна и самата вест, покрај евентуалните фотографии, новинарите во овие примери користат и дообјаснувања дека имало „крв на сите страни“, како и тоа дека „сообраќајката е страшна“. Дополнително се нудат и фотографии од тоа што останало од возилото, во кое загинале сите патници.

Но, она што најмногу загрижува е оваа реченица објавена на веб-порталите, веднаш по

¹ Кодекс на новинарите, Здружение на новинарите на Македонија
http://znm.org.mk/?page_id=1412

дознавањето дека се случила сообраќајна несреќа, во центарот на Скопје:

„Поради лошата слика, полицијата не дозволува фотографирање на самото место на несреќата“.

Што сакал новинарот да ни пренесе со оваа реченица? Дали ако полицијата им дозволе-ла фотографирање на местото на несреќа-та, и покрај „лошата слика“ во медиумот ќе беа пласирани фотографии од загинати-те во несреќата? Тие, патем, биле до толку згмечени во автомобилот, што за нивното извлекување била повикана противпожар-ната единица, а извлекувањето траело по-долго време.

Токму тука е најголемата одговорност на новинарите и на медиумите. Како да на-прават правилен избор на фотографии и на видеоматеријали, каде што, и покрај целото брзање да се објави веста, мора внимателно да се направи селекција, за да не се шокира

**Насловијте со кои
йочнува оваа новинарска
лекција йокажуваат
дека најиситне не само
што не се ослободени од
сензационализам, туку
ушће во самијте наслови
на чиишто му се нуди
„догашок“ видеозапис или
фотографии кои треба да ја
илустрираат сирашната
сообраќајна несреќа.**

публиката која седната пред телевизор или на интернет ќе дојде во контакт со шокант-ни, вознемирувачки фотографии. Во кон-кретниот случај, полицијата не дозволила фотографирање, но медиумите можат да се

затекнат на места на несреќи уште пред да дојде увидната екипа, па затоа материјалот што ќе го снимат или фотографираат треба

**Прејорачливо е ситне
новинари, доколку имаат
услови редакцијите за
штоа, да йоминат одредена
обука за сиравање со
кризни ситуации.**

да го користат во таква форма на која нема да се гледаат мртви тела, крв или делови од тела, што ќе ја вознемират публиката.

Советот за радиодифузија (Агенција за ау-дио и аудиовизуелни медиумски услуги, од 26.12.2013 г.)² врши надзор над електрон-ските медиуми кои се должни пред емиту-вањето да ја означат категоризацијата на материјалот, додека печатените медиуми и веб-порталите немаат надзор, што ги прави уште поодговорни при објавувањето фотографии.

Често, за илустрација на вестите се корис-тат фотографии преземени од интернет на кои се прикажани крвав нож или скршено стакло од автомобил на кое се гледа крв, со што, иако фотографиите не се однесуваат на конкретниот настан, повторно побудува-ат негативни коментари кај консументите. Секако, го нагласуваат и прашањето за етич-ките норми и однесувањето на медиумите.

**Кој се затекне на местото –
тој известува**

Несреќите можат да бидат природни или елементарни непогоди: земјотреси, поп-лави, лизгања на земјишта, но и предизви-кани од човек: разни сообраќајни несреќи, убиства, пожари. Бидејќи не можат да се предвидат, да се планираат или да се од-

2 Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Службен весник, бр.184, 26.12.2013 година
http://avmu.mk/images/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf

ложи информацијата за нив, за медиумите постои сериозна опасност да бидат фатени неподготвени и на тој начин, во брзањето да направат сериозни грешки.

Прво, во таква ситуација, никој не знае кој новинар може да се затекне на местото на случувањето или која екипа прва ќе отиде да ја регистрира несреќата. Не само во македонски услови, туку тоа се случува насекаде – веста да ја пласира оној кој се затекнал на местото на несреќата или оној кој прв пристигнал, а подоцна за настанот да пишува или да известува новинар што работи во рубриката „Црна хроника“ или има поминато одредена обука за известување во такви случаи.

Затоа, известувањето во случаи на несреќи од кој било вид, се сериозен професионален тест за сите новинари и уредници, кои треба да направат брза и вистинска проценка што да објават како фотографија или снимка, а со тоа да не ги повредат етичките правила и да не ја вознемират публиката. Секако, тоа би било особено опасно ако не се означат дека се емитуваат вознемирувачки видеоснимки или фотографии несоодветни за малолетна публика или за луѓе кои имаат здравствени проблеми.

Во ерата на компјутеризација и пристап до интернет и до социјалните мрежи, сериозно се наметнува прашањето како да се заштити публиката која може да дојде веднаш во контакт со вознемирувачки фотографии, на кои е прикажана крв, тешки сообраќајни несреќи, видеоснимки од пожари, поплави, земјотреси, фотографии на мртви или тешко ранети лица.

Цитираниот новинарски кодекс предвидува и дека новинарите се „должни да ги почитуваат личната болка и жалост, па не се препорачува во прв момент да објавуваат целосен идентитет на жртвите, во ситуација кога семејствата на настраданите сè уште не се официјално известени“.

Не е мал бројот на примери каде што семејствата од медиумите дознале дека настрадал нивни близок или на телевизија го

препознале возилото на блиски роднини кое учествувало во сообраќајна несреќа.

Затоа, новинарот ќе ја почитува приватноста на личноста, освен кога тоа е во спротивност со јавниот интерес, пишува

Најголема одговорност на новинариите и на медиумите е како да најраваат правилен избор на фотографии и на видеоматеријали, каде што, и покрај целото брзање да се објави веста, мора внимателно да се најрава селекција, за да не се шокира публиката со шокантни, вознемирувачки фотографии.

во Кодексот на новинарите. Идентитет на жртви, добиен на лице место од увидни екипи, истражни органи или други учесници во преткривичната постапка, би можеле да се објават како исклучок од претходното правило само доколку се работи за јавни личности или државни функционери, каде што постои огромен јавен интерес, а јавноста очекува точни и навремени информации.

Како се постапува при известување од кризна ситуација

Затоа, кога ќе ја добиете информацијата за несреќа, прво што треба да направите е:

- Веднаш упатете се на местото на настанот;
- Побарајте редакцијата или одредени колеги за вас да проверуваат податоци во полиција, брза помош, противпожарна

служба за каква несреќа се работи, за да имате претстава што можете да затекнете на местото на несреќата;

- Бидете психички подготвени да видите и најморбидни сцени, но кога ќе го пишуваат извештајот не смеете тоа што вие сте го виделе и од кое сте останале скаменет, да им го пренесете на консументите во прв момент со паничење, плачење или неконтролирано движење. Особено не смеете да гестикулирате и да ги оддавате вашите емоции ако имате телевизииско вклучување во живо, преку линк;
- Мора да изберете соодветни зборови кои ќе ја опишуваат грозната, морничавата и мрачна сцена на која сте налетале;
- Ако сте телевизиски новинар, одберете снимките да говорат место вас, а вие не оптоварувајте го извештајот со непотребни квалификации за тоа колку било страшно или дека насекаде има крв или делови од човечки тела;
- Потрудете се да обезбедите изјави од очевидци;
- Во прв момент не шпекулирајте со можните причини за настанување на несреќата (возеле пребрзо или биле под дејство на алкохол) бидејќи на тој начин го прекршувате правото на презумција на невиност;
- Не давајте квалификации за здравствената состојба на предизвикувачот на несреќата (на пример: соседите тврдат дека потпалувачот имал душевно растројство и се лекувал во Бардовци);
- Потрудете се да стапите во контакт со лицата кои го вршат увидот, полиција, истражен судија и јавен обвинител и од нив извлечете колку што можете повеќе информации за настанот;
- Секогаш почитувајте ги наредбите на тимот кој врши обезбедување на местото на настанот. Бидете внимателни и не влегувајте во зоната каде што се случила

несреќата, бидејќи може да уништите важни докази;

- Увидните екипи немаат право да ве спречат во вршење на вашата функција, но имаат право да го ограничат пристапот до местото и да определат снимањето или фотографирањето да се одвива од пристојна далечина.

Доколку во текот на известувањата ви се провлекла некоја грешка, потрудете се да ја исправите со тоа што ќе ја објавите официјалната информација, за тоа која е причина за несреќата. Дали за сообраќајката причина е преголемата брзина или можеби

**Несреќите и прашањата
врзани за нив не се
ексклузивни само за
новинарите од црни
хроники, туку за секој
новинар и уредник, особено за
новинарите кои се дежурни
во време на викенди и за
празници, кога то немишлено
правило, бројот на несреќи
е зголемен, а новинарските
екипи намалени.**

дефект на автомобилот или дали извесниот пожар бил подметнат или настанал како последица на неисправна инсталација.

Притоа, во известувањата од несреќи, никогаш не користете термини, „ексклузивно“ или „дознаваме“, бидејќи тука се крие најголемата замка да згрешите. За несреќите не објавувајте нешто што сте го дознале неофицијално доколку немате начин да го проверите барем од уште еден извор.

На ваков начин, ако се придржувате до етичките правила, ќе ја одбегнете замката да направите грешка известувајќи за несреќите.

Студија на случај: НОВИНАРСТВО ВО ПИЖАМИ

Пишува: Зоран Бојаровски

14.10.2013, 16:28

КОБНИОТ ПАТ ОД КАПИШТЕЦ ДО КИСЕЛА ВОДА



Другарите на загиналите момчиња продолжуваат со изразите на сочувство на нивните профили на „Фејсбук“

Горан Адамовски

Блиските на петтемина млади скопјани кои ноќта спроти петокот загинаа во сообраќајна несреќа кај Рампа и вчера беа на гробишта. Солзите не

Оваа рецензија има цел да укаже на тоа како една умерена и одмерена новинарска сторија, со наслов „Кобниот пат од Капиштец до Кисела Вода“¹ во еден наш печатен медиум (објавена и на електронското издание на медиумот), се претвора во сензационалистичка објава во друг интернет-медиум и, соодветно, да потсети на погубноста од феноменот „копи-пејст“ новинарство, кое го преплави македонскиот интернет-простор, како и на уште една – можеби и поважна работа – дополнителната траума на жртвите и на најблиските на жртвите од новинските написи кога се известува за трагични настани.

1 „Кобниот пат од Капиштец до Кисела Вода“, Утрински весник, 14.10.2013
<http://utrinski.mk/?ItemID=DCC8AEA56B10114B8CBEB1C719FC2C97>

Оригинален напис: Младоженецот се спасил во последен момент – нови детали за сообраќајката кај Рампа²

Датум и време на објавување: 15.10.2013

Датум на рецензирање: 17.10.2013

Рецензент: Зоран Бојаровски

Кога станува збор за вистинитост, новинарските текстови што известуваат за трагични настани предизвикани од неочекувани причини, природни катастрофи, сообраќајни несреќи и слични, во првиот момент мора да бидат пишувани со голема воздржаност. Мора да се потпираат на неоспорни факти што новинарот ги видел на самото место или што ги собрал од извори кои се непосредни сведоци. Сето друго е шпекулација, сè додека официјалната истрага и овластените експерти не ги соопштаат нивните сознанија. Во вакви случаи, каква што е трагичната сообраќајна несреќа за која пишува текстот што го рецензираме, е крајно штетно од повеќе аспекти. За тие штети читајте во заклучоците од оваа рецензија. Со оглед на тоа што текстот е „копи-пејст“, изворот на информации е изворниот текст, но проблемот во текстот е што несоодветното контекстуализирање на изворите ги прави да бидат во служба на сензационализмот. Авторот не се потрудил да направи чекор повеќе од она што го добил „на тацна“ од преземената сторија.

Ако зборуваме за содржајност, ќе заклучиме дека овој текст нема содржајност затоа што нема ништо ново, посеопфатно и само ги прецвакува на сензационалистички начин од-

делните елементи од оригиналниот текст за од нив да направи „читана“ сторија. Овде мораме да напоменеме дека оригиналниот текст, под наслов „Кобниот пат од Капиштец до Кисела Вода“, ги нема овие проблеми затоа што тој умерено и одмерено се навратил на трагичниот настан, почнувајќи ја својата приказна со трагичната и траорна атмосфера во која се нашле најблиските на починатите неколку дена по несреќата. Во продолжение авторот на оригиналниот текст ја одмотува приказната наназад и прави реконструкција на настаните во кобната ноќ и на патеката по која се движел автомобилот. Завршува со сосема неутрална и одмерена констатација дека нивниот пријател, со кој заедно ја прославувале неговата претстојна свадба, заминал со друг автомобил. Во преземената сторија направена е инверзија и од неутралниот

**Кога станува збор
за вистинитост,
новинарските текстови
што известуваат за
трагични настани
предизвикани од
неочекувани причини,
природни катастрофи,
сообраќајни несреќи и
слични, во првиот момент
мора да бидат пишувани со
голема воздржаност.**

и сосема соодветен крај на оригиналот и сензационалистички е изведен наслов и почеток на текст „... идниот младоженец во последен момент и побегнал на смртта...“ кој дополнително и уште еднаш создава болка кај пријателите и кај најблиските.

Администраторите на текстот што го рецензираме биле доволно доблесни да не коментираат, но она што го предизвикал нивниот текст така како што го „уредиле“, предизви-

2 Младоженецот се спасил во последен момент – нови детали за сообраќајката кај Рампа, Прес 24, 15.10.2013
<http://press24.mk/mladozhenecot-se-spasil-vo-posleden-moment-novi-detali-za-soobrakjajkata-kaj-rampa>

кал коментари на посетителите на веб-страницата, кои, секако, заслужуваат да се осврнеме на нив. Некој ќе рече дека тие се надвор од новинарскиот текст, но тоа не е доволно за да се откажеме од вреднувањето зашто се предизвикани од текстот и затоа што со тоа стануваат составен дел од текстот. За нив важат дел од истите правила на уредување на новинарските текстови и на другите содржини на еден интернет-портал. Но, овој портал ниту има јавно објавени правила според кои се објавуваат коментарите на веб-страницата ниту, пак, очигледно, нема или не сака да има контрола на коментарите што се преземаат од „Фејсбук“. Поради тоа, конкретно за текстот што го рецензираме, објавени се коментари кои „полемизираат“ со еден од родителите на момче што загина во несреќата и тој родител е изложен на крајно нехумани и под секое достоинство коментари. Тоа администраторот на оваа веб-страница не смеел да го дозволи.

Колку за споредба, коментарите на изворниот текст, кој, како што рековме, е сосема умерен и води грижа за емоциите што би можел да ги создаде, предизвикал исто така умерени коментари.

Како да се нарече е „копи-пејст“ текст, освен плагијат. Кога се презема нешто од некој друг новинарски текст, се презема само **нешто**, а не сè. Тоа се прави за да се засили некоја констатација или да се дополни сопствениот текст со информација која некој друг медиум успеал да ја добие. Сè понагласената практика во македонскиот интернетски медиумски простор да се „преземаат“ новинарски текстови станува погубна практика на уредниците или, подобро, на администраторите во пижами.

Насловот е сензационалистички и неетичен зашто дополнително ги трауматизира оние што се најпогодени од трагичниот настан.

Фотографиите се преземени, како и целиот текст.

Ова е уште еден пример на „копи-пејст“ или новинарството во пижами и уште една можност да укажеме на констатациите за овој феномен што беа објавени како лекција под наслов „Погубноста на копи-пејст новинарството“³ на колегата Теофил Блажевски. Меѓу другото, во таа своја лекција Блажевски вели:

„Копи-пејст 'новинарството' во Македонија, покрај другите причини, во основа се должи на извитоперената улога на интернет-порталите кои ... се трудат да емитуваат што поголем број вести на интернет, а за да остварат што поголем број „импресии“ и „кликови“, по што се нудат кај рекламните агенции, барајќи огласувачи и остварување на комерцијална добивка. Притоа, многу често, препишувачкото, во овој случај копи-пејст „новинарството“, наместо да ја остварува својата основна улога – вистинито информирање, тоа дезинформира или се служи со нецелосно и погрешно информирање“.

Известувањето за трагични настани мора да се илустрира на неоспорни факти што новинарот ги видел на самото место или што ги собрал од извори кои се непосредни сведоци. Сето друго е спекулација, сè додека официјалната истрага и овластените експерти не ги соопштаат нивните сознанија.

3 Погубноста на копи-пејст новинарството, Сервис за проверка на факти од медиумите, 26.09.2013
<http://mediumi.vistinomer.mk/pogubnosta-na-kopi-pejst-novinarstvoto/>

НОВИНАРИТЕ КОИ ИЗВЕСТУВААТ ОД СУДОВИТЕ И НИВНОТО ИГНОРИРАЊЕ НА ЗАКОНИТЕ

Пишува: Љубомир Костовски



Новинариџе кои дојрва ќе влезат во редакцијџе и ќе се посветат на црниџе хроники и известувањето од судовиџе, мора да внимаваат на сџе елементи кои се нејоволни по новинарството на овој терен, а кои секако ги има многу.

има латентност, а особено дојде до израз по апсењето и судењето на еден новинар (случај „Кежаровски“).

Што можеме да му забележиме на новинарското известување од судовите, објективно и независно од судирот на релација судии – новинари?

Најнапред, секако она што отсекогаш му се забележувало на новинарството: дека настојува да извлече добар наслов, да им понуди на читателите, слушателите и на гледачите концизна и некомпликувана слика за еден процес и дека притоа често закинува дел од вистината! Ако таква слика не ја добие од судот, секако, тој ќе се повика на другите учесници во постапката, па адвокатите, на пример, сè почесто се присутни со своите оценки за одредени судења или нивни сегменти, отколку портпаролите на судовите! Ама, проблем со адвокатските изјави е дека тие ќе си „тегнат“ кон своите аргументи и можат да ја злоупотребат јавноста.

Но, правниот јазик не е секогаш едноставен, судиите не се новинари и имаат свој стил и форма на која го отсликуваат процесот. Судиите најчесто забележуваат, во тој

Photo by: Richy! IMG_28811

<https://www.flickr.com/photos/richy/339339685>

„Напнатост меѓу судовите и новинарите секогаш ќе постои, некогаш случајно, некогаш намерно. Но, тоа е добро, бидејќи, токму заради таа напнатост ќе постои и меѓусебна контрола“, рече Бјорн Рецлаф, судија во Окружен суд во Берлин, кој допатувал на Балканот на меѓународната конференција „Правосудството и медиуми“, во организација на германската Фондација за меѓународна правна соработка (ИРЗ). Немаме информација дали некој од нашите судии, пред сè, портпаролите на судовите бил таму, но факт е дека тензијата меѓу нив, односно судската власт од една страна и медиумите од друга страна, навистина е заострена и дека излагањата таму би им биле од корист. Инаку, таквата лоша атмосфера е со постар датум, во таа појава

контекст, дека никогаш не само што не се цитира зошто едно лице е ослободено или осудено во една побуквална смисла, туку и дека не се споменува ниту членот и ставот од законот според кој се донела пресудата. Сигурно дека читателот има најчесто лични познавања од правото, па бара транскрипција во јазикот од новинарот, како и дека судиите не можат многу да отстапат од својот вокабулар, па новинарот е пред задача ем да ги задоволи уредничките стандарди за концизност, ем на процесот да му даде „да дише“, односно навистина да овозможи сите страни во процесот да дојдат до израз и да добијат еднаков третман.

Каква е врската меѓу коњските сили на автомобилот и членовите во законите

Внимателно читајќи ги извештаите во судовите во последно време, по наговор на еден судија, навистина се уверив дека во ниту еден напис во рубриката судска хроника не се спомена некој член или став од законот (законите)?! Тоа може да е заморно, ама, сепак, е дел од респектот и кон оние читатели кои имаат некаква правничка едукација: весниците ги читаат и адвокатите, судиите, обвинителите, нотарите... Нив ги има повеќе десетици илјади во земјава и тие претставуваат завидна консумерска група. Мојот познат судија, на забелешката дека тоа е здодевно, ми вели дека кога новинарите пишуваат за некој нов автомобил, не го опишуваат, иако го прават и тоа, се разбира, туку концизно пишуваат за коњските сили, бројот на цилиндрите и слично, иако најголем дел од читателите не знаат која е дефиницијата за коњска сила или не умеат да создадат слика за бројот на цилиндрите и нивната функција во моторот!

Еве, да земеме еден пример од порталот „Академик“, кој е ориентиран кон судството и кој не штеди простор кога се во прашање судски процеси од јавен интерес. Да го земеме случајот со судењето на новинарот Кежаровски¹, односно аферата „Ликвидација“ како пример.

Порталот навистина многу педантно и со изобилство факти сведочи за самиот процес. Уредно се наредени сите податоци што се од клучна важност – учесниците, детали за висината на казната, хиерархијата на обвинетите по значење, комплетна архива до претходните судски активности, по денови и дури по часови и минути... Вистински рудник на сознанија за процесот во кој новинарите му дадоа единствен простор само на колега Кежаровски, при што се изгуби од вид целиот процес во кој новинарот беше, сепак, четвртообвинет. И да го оставиме за момент Кежаровски како учесник во процесот, туку да видиме дали некаде се цитира некој член од законот? Не, дури и врз основа на пресудите и на нивната висина?!

Ова е секако важно, бидејќи дел од нашите колеги – пред сè членовите на МАН – рекоа дека пресудата била преостра (значи добро е што новинарот е осуден, тој не е невин, ама, сепак, судијката „засекла до даска“ во слободен превод). Веднаш на тоа се доби одговор дека Кежаровски е осуден по одреден член и дадена му е најниската можна казна според истиот! Ова потоа го користеше како „адут“ пред странците и премиерот Груевски!

Кога законот не чини, треба да се смени

Значи, имавме погрешна теза на одбраната на нашиот колега, намерно или не, која ја увиде пратеникот Павле Трајанов и побара измена на членот во Законот, според кој

1 „ЛИКВИДАЦИЈА“ ПРЕД АПЕЛАЦИЈА: Меѓународните новинарски здруженија бараат ослободување на Кежаровски, www.akademik.mk, 22.10.2014 <http://www.akademik.mk/likvidatsija-pred-apelatsija-megunarodni-novinarski-zdruzenija-baraat-osloboduvane-na-kezharovski-4/>

нема да постојат по таа основа така високи казни во иднина!

И да се вратиме на самиот процес. На барање на читателите, дури по завршување на постапката од аферата „Ликвидација“ во прв степен, магазинот во кој пишувам го отвори прашањето за разликата меѓу заштитен и загрозен сведок², што е еден од клучните елементи во тој процес!

Порталот „Академик“ тоа прашање го отвора во средината на ноември 2013 година³ и тоа по иницијативата на пратеникот Трајанов.

„Најнајтос̃ меѓу судови̃е и новинари̃е секогаш ќе ѝос̃ои, некогаш случајно, некогаш намерно. Но, ѝоа е добро, бидејќи, ѝокму заради ѝаа најнајтос̃и ќе ѝос̃ои и меѓусебна конѝрола“ - Бјорн Рецлаф, судија во Окружен суд во Берлин, на меѓународна̃а конференција „Правосудс̃иво̃то и медиуми̃е“.

Како и да е, разликата меѓу овие две кривично-правни категории дојде до Собранието, каде пред асамблеата требаше да ја објаснува таа разлика повиканиот адвокат Јован Јоанидис. Ова се должеше на фактот дека и покрај толку многу пишувања за оваа парница, никој во земјата не ја увиде

таа разлика, а ако веќе се виде дека има два споменати термини, разликата не им беше јасна на консументите на статиите. И на пратениците, секако.

И одново, медиумите што известуваа од ова „сведочење“, на тој дел од изјавата на адвокатот не ѝ отстапија простор, иако толку многу се пишува и се известува за случајот „Ликвидација“!

Колку е важно да се следи еден процес во целина и да се има простор за сите актери, говори и сосема свежиот момент од аферата „Ликвидација“. Имено, пред ослободување од притвор во затворот „Скопје“ е првообвинетиот – судијата Иле Танев, од кого обвинителството влече конци во целата оваа афера. Се чини дека тој мина во целиот процес незаслужено незабележително, а дека интересот на јавноста може да го „заработи“ дури по неговото веројатно пуштање дома, во друга форма на притвор, сè до правосилноста на пресудата. И сега, медиумите на својот публикум ќе мора да му го кажуваат сето она што го пропуштиле во оние есенски месеци лани, кога се одвиваше судењето. „Заштедениот простор“ сега ќе се троши одново, по друг повод.

Оние новинари кои допрва ќе влезат во редакциите и ќе се посветат на црните хроники, каде влегува и известувањето од судовите, мора да внимаваат на сите елементи кои се неповолни по новинарството на овој терен, а кои секако ги има во поширок контекст многу. Но, секогаш да внимаваат и на изреката на англискиот судија Гордон Хјуарт (1923) дека новинарите се тие кои „ја даваа̃и разлика̃а меѓу она ѝи̃о значи да се с̃ироведуваа̃и закони̃е и она – како ѝи̃е се с̃ироведуваа̃и“. Но, тоа бара, секако, најнапред новинарите и самите да ги знаат законите.

2 „ЛИКВИДАЦИЈА“ ПРЕД АПЕЛАЦИЈА: Меѓународните новинарски здруженија бараат ослободување на Кежаровски, www.akademik.mk/likvidatsija-pred-apelatsija-megun-arodni-novinarski-zdruzenija-baraat-osloboduvane-na-kezharovski-4/

3 Павле Трајанов ги поднесе до Собрание измените на Законот за заштита на сведоци, [www.akademik.mk, 08.11.2013](http://www.akademik.mk/08.11.2013) <http://www.akademik.mk/pavle-trajanov-gi-podnese-do-sobranie-izmenite-na-zakonot-za-zashtita-na-svedotsi-4/>

„МРЗЛИВО И МАНИПУЛАТИВНО НОВИНАРСТВО“ – ИЗВЕСТУВАЊЕ ПРЕКУ ПОЛИЦИСКИ ИЗВЕШТАИ

Пишува: Теофил Блажевски



Photo by Cory Doctorow, Being interviewed by four radio journalists at once, Republica 2013, Berlin, Germany

Големо етичко и професионално прашање за современото новинарство генерално, а посебно и за новинарството во Македонија, е известувањето од настани кое се потпира исклучиво врз официјални извори, а особено кога станува збор за полицијата. Нашата јавност и новинарската заедница се соочи со ваков проблем во известувањето на медиумите од настаните во Ѓорче Петров, по убиството на 19-годишното момче. Некои од етичките норми веднаш беа прекршени од дел од медиумите, со тоа што во насловите и во извештаите експресно беа нагласувани фактите дека убиениот е етнички Македонец, а убиецот е етнички Албанец, со што се поткрепи говорот на омраза и се потпомогна ширењето на националната нетрпеливост. Но, една друга етичка и не само етичка норма, исплива на површина: однесувањето на медиумите во околности на масовни нереди и кога полицијата ги проширува овластувањата и спроведува своевидна цензура при известувањето.

Новинарството се сведува на „мрзливо“, кога не се известува од настан, туку се чека официјално толкување, а тоа, пак, може да доведе до манипулативно новинарство, со или без намера - сеедно.

Всушност, на површина исплива прашањето како (не) треба да се однесуваат медиумите при известување од настани каде има насилство и нереди, кои притоа (може да) се обременети и со меѓуетнички односи. Примерите од македонските интернет-изданија, кои се податливи за дискусија за ова прашање се бројни, но тука ќе се обидеме преку анализа на даден случај да го отвориме прашањето.

Без балансираност, вистинитоста е првиот паднат стандард

Текстот што го избравме како даден случај е пласиран од агенцијата „Нетпрес“ на 22.05.2014 г. под наслов: „ВИДЕО: Голем дел од демонстрантите во Ѓорче дојдени

од страна да прават нереди, утврди МВР“.¹ Сторијата е проблематична од аспект на исполнување на дел од основните стандарди, а во оценка на етичкиот дел е проблематична во насока на третманот на полициските информации од страна на новинарот и на редакцијата. Авторот без ограда ги пренесува како апсолутни вистини информациите од полицијата, а користи и неименувани и шпекулативни извори, без тоа да го нагласи, со што самиот се откажува од непристрасноста и од балансираноста. Со тоа ја проблематизира објективноста на понудената информација и дополнително ја обременува со коментаторски елементи. Вистинитоста во понудениот текст е доведена во прашање уште со првиот пасус:

„Додека едни од тага, револт излегоа на улица мирно да протестираат поради убиството на осумнаесетгодишниот Ангел Петковски, некои лица тој трагичен момент за жителите на скопско Ѓорче Петров се обидоа да го злоупотребат за да предизвикаат инциденти, да дојдат во судир со полицијата“.

Овој вовед во текстот, оваа глава на вест е коментаторска со описни елементи и со тврдење, кое за да биде веродостојно, се очекува да биде потврдено од авторот како очевидец – репортер на терен, кој тоа го видел со свои очи. Но, наместо тоа, веќе во следниот пасус, авторот се повикува на тврдење на полицијата.

„Дека одреден број учесници во протестот имаа токму вакви намери говорат полициските информации дека меѓу нив имало некои кои носеле молотови коктейли, шипки и разни предмети“.

За волја на вистината, авторот во еден момент користи и друг извор на информација – „неофицијални информации“ и „граѓани кои сакале да останат анонимни“.

„Граѓаните, кои сакаат да останат анонимни, сведочат за разговори и подготовки како да се издејствува судир со полицијата и дека тоа мора да биде направено“.

Ваков приод во конструкција на теза во текст е веќе толку исклиширан во македонското новинарство, што станува банално да се објаснува. Кодексот на новинарите на Македонија², други кодекси и етички правила, школи и факултети за новинарство, укажуваат дека анонимноста е дозволена како крајна форма, но, притоа, новинарот мора да го познава својот извор и да каже зошто изворот или изворите сакале да останат анонимни. Но, и покрај тоа, новинарот не е ослободен од обврската тврдењата на изворот или изворите да ги провери што е можно повеќе, т.е. во овој случај да направи обид да најде извор, нека биде и анонимен, од другата страна, т.е. од оние кои се обвинети од неговите први извори. Наместо тоа, во овој случај новинарот ги употребил своите анонимни извори само како поткрепа на изнесените тези во текстот и на поткрепа на тврдењето на официјалниот извор – полицијата. Оттаму, евентуалната недовербата на читателот кон „неофицијалните информации“ и кон „граѓаните кои сакале да останат анонимни“ е разумна и очекувана реакција.

Новинарско „делење лекции“ при известување

Она што, исто така, боде очи во овој текст од аспект на стандардите, е делењето лекции од страна на неименуваниот автор. На новинарот не му е забрането да изнесува свое мислење, став, морален суд. Но, тоа е недозволено ако се прави во новинарската форма вест, извештај. Веста, известувањето, подразбира редење на факти изнесени

1 „ВИДЕО: Голем дел од демонстрантите во Ѓорче дојдени од страна да прават нереди, утврди МВР“, www.netpress.mk, 22.05.2014 <http://netpress.com.mk/video-golem-del-od-demonstrantite-vo-gjorche-dojdeni-od-strana-da-pravat-neredi-utvrdi-mvr/>

2 Кодекс на новинарите, Здружение на новинарите на Македонија <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440>

од извори, по редослед што го избираат новинарот и уредникот. Кој агол ќе го фатат за да го опишат најсеопфатно можно настанот за кој известуваат, тоа е слободна проценка во зависност од професионалните вештини што ги поседуваат и во зависност од тоа дали се непристрасни при известувањето. Коментарот, анализата, колумната и некои други жанрови и поджанрови, се начините на кои новинарот, уредникот, редакцијата, можат да ги изнесат своите ставови.

Во случајот на овој текст, личните ставовите се мешаат со фактите, па авторот дошол во апсурдна ситуација да расправа со ставовите на политичките партии за дадениот настан и да им дели лекции како требало или не требало да постапуваат.

„И покрај ова, опозицијата застапа во одбрана на оние кои дивееја по улиците во Ѓорче, кои уништуваа автомобили, кршеа излози, оштетуваа туѓ приватен имот и предизвикаа страв и вознемиреност кај жителите на населбата“.

На крајот, новинарот изнесува уште еден личен став, со кој уште еднаш ја потврдува својата пристрасност:

„Сепак полицијата беше на висина на задачата, не дозволи протестите да излезат надвор од контрола, а демонстрантите да стигнат до некоја од блиските населби во кои живее албанско население“.

Авторот, кој во овој текст покажува нескриена пристрасност, можел да го постигне истиот ефект со само малку новинарска вештина, а притоа ќе си го зачувал професионалниот дигнитет. Можел да ги употреби зборовите: од полицијата велат дека таа била на висина на задачата или дури и да додаде – на висина на задачата, за разлика од првиот ден, кога многу дуќани на Албаници во Ѓорче беа запалени.

Дали и колку да се потпрете на полициска информација?

Користењето официјални извори при известување од настан е неопходно доколку новинарот има намера да постигне што поголема веродостојност. Сосема друго прашање е во која мера ќе бидат застапени официјалните извори. Дали со една реченица, дали со

Користењето официјални извори при известување од настан е неопходно доколку новинарот има намера да постигне што поголема веродостојност.

цела изјава, соопштение, итн. Но, доколку текстот се заснова само или генерално на официјалниот извор, во случајот полицијата, тогаш се проблематизира балансираност и објективноста.

Таков е примерот со известувањето и на неколку други македонски медиуми од настаните во Ѓорче Петров. Дел од печатените медиуми, како што е „Дневник“³ на пример, нашле начин како да ја избегнат оваа стапица, па во наднаслов, наслов и поднаслов, дури и во секој пасус, авторот нашол за сходно како да нагласи дека тоа се исклучиво полициски информации. Можеби еден од најдобрите примери за известување и за избегнување на стапицата, беше применето во „Утрински весник“⁴, додека телевизиите на национално ниво, особено оние кои голем дел од јавноста ги оценува како провладини, целосно потфрлија (на пример „Канал 5“⁵).

3 Каменувањето и уништувањето е недозволиво, Дневник, 21.05.2014
<http://dnevnik.mk/?itemID=93444706576B2F489964D7276112A679&arc=1>

4 Бесони ноќи во Ѓорче Петров, Утрински весник, 21.05.2014
<http://www.utrinski.mk/?ItemID=16D0CFAE21CC7B4BBB402DDF76485C55>

5 Политички диригирани протестите во Ѓорче Петров, Канал 5 ТВ, 22.05.2014
http://kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=40129

Дали и колку новинарот треба да се потпира на официјалните информации од полицијата? Треба да се има предвид дека полицијата, генерално, дејствува како институција која освен превенција применува и репресија. Секој што има овластување да примени и репресија, да употреби сила, секогаш може да се доведе на тенката линија на прекршување на основните човекови права и слободи. Дали некој е жртва на непотребна употреба на сила, дали полицијата можела и поинаку да дејствува, дали смеела (не)официјално да забранува снимање на ТВ-камерите или да брише снимки од новинари...? Сите овие прашања упатуваат на огромна претпазливост и на условено, ограничено користење на полициски информации во секоја пригода, но особено кога се известува од настани каде има нереди и каде полицијата употребува сила.

Во спротивност, новинарството се сведува на „мрзливо“, да не се известува од настанот, туку да се чека официјално толкување, а тоа, пак, може да доведе до манипулативно новинарство, со или без намера - сеедно.

Ова прашање, патем, не е само дилема и проблем на голем дел од македонското новинарство, туку и на новинарството и во најразвиените земји во смисла на медиумски слободи и одбрана на правото и обврската на слободно информирање на граѓаните.

На пример, професорот Даглас Меклеод од Школата за новинарство и масовни комуникации од Универзитетот на Висконсин – Медисон, смета дека потпирањето врз официјални извори при известување од протести носи опасност да се потцени другата страна: **„Одамна постојат докази дека мејнстрим-медиумите масовно се потпираат врз официјални извори (при известување од протести – н.з.). Употребата на официјални извори им носи често престиж на новинските извештаи... Но, кога официјалните претставници се доминан-**

тен извор на информации, тогаш извештаите добиваат тенденција да ја раскажат перспективата на силните, на власта и во исто време да се потцени перспективата на послабите (демонстрантите – н.з.) кои ја предизвикуваат власта“, констатира професорот во својата книга „Новинарско покривање и општествени протести“.⁶

„Морално самоубиство на медиумите“

Како пример ќе ги наведеме и случувањата во Велика Британија во масовните немири во 2011 година, кои избувнаа откако полицијата застрела црномуресто момче, за кое потоа **лажно тврдеше** дека било вооружено. Немирите почнати по овој инцидент во Тотенхем, прераснаа во масовни протести и во насилни демонстрации во повеќе градови во земјата, со огромно оштетување на јавни и на приватни добра и со огромна употреба на репресивниот апарат на државата во воспоставување на јавниот ред и мир. Неколку месеци подоцна беше организирана огромна конференција на која преку 150 учесници расправаа за известувањето на медиумите во Британија за време и по нередите. Еден од клучните говорници на конференцијата, професорот Гас Џонс од Институтот за образование при Универзитетот во Лондон, известувањето на повеќето медиуми го оцени „едноставно срамно“ и како „морално самоубиство“.

Во публикацијата произлезена од оваа конференција, пак, е цитиран тогашниот претседател на Британскиот новинарски синдикат (NUJ) Донача Де Лонг, чија оценка може да биде поучна и за постапувањето на новинарите во Македонија:

„Еден од најлошите моменти во известувањето по насилствата беше кога содржините на весниците доаѓаа директно од полицијата“.

6 News Coverage and Social Protest: How the Media's Protect Paradigm Exacerbates Social Conflict, Journal of Dispute Resolution, Vol. 2007, Issue 1
<http://scholarship.law.missouri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1529&context=jdr>

(НЕ)ЕТИЧКО ИЗВЕСТУВАЊЕ: ДАЛИ МЕДИУМИТЕ ВЛИЈААТ НА БРОЈОТ НА САМОУБИСТВА?

Пишува: Жарко Трајаноски



Photo by: Existential Media

<https://www.flickr.com/photos/26292456@N00/1282131777>

„Еден од факториите што некоја ранлива личност можат да ја наведат на самоубиство е и јубилицијата што на таквиот чин му се дава во медиумите“ (Прирачник за етика во новинарството)¹ Новинар(к)ите треба да бидат свесни дека известувањето за случаи на самоубиство е комплексна задача која може да отвори многу етички дилеми и предизвици. Медиумите честопати се критикувани дека со давањето преголем публицитет или со сензационалистичкиот пристап, придонесуваат за зголемување на бројот на самоубиства. Кон новинар(к)ите се упатуваат и други критики: дека при известувањето за самоубиствата не покажуваат сочувство и ја експлоатираат човечката трагедија, дека

Новинар(к)ите треба да бидат свесни дека известувањето за случаи на самоубиство е комплексна задача која може да отвори многу етички дилеми и предизвици.

ја вознемируваат јавноста, дека поттикнуваат стигма, дека неретко ја повредуваат приватноста и причинуваат дополнителна штета, итн.

Меѓутоа, ризиците за негативно влијание не треба до тој степен да ги обесхрабрат новинар(к)ите за да престанат да известуваат за сите случаи на самоубиство. Медиумите можат да предизвикаат и зголемување, но и намалување на бројот на самоубиства. Со познавање на стандардите, со професионален и одговорен однос, новинар(к)ите можат позитивно да придонесат преку охрабрување на потенцијалните жртви да побараат соодветна помош.

¹ Прирачник за етика во новинарството, ЗНМ, 2012
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>

Дали треба да се известува за секој случај на самоубиство?

Медиумите не треба да ги покриваат сите случаи на самоубиство, туку само некои. Според Прирачник за етиката во новинарството², „во светот е усвоена практика за самоубиствата генерално, а особено за анонимните луѓе речиси воопшто и не се пишува“.

Медиумите честопати се кријат дека со давањето преголем јублицитет или со сензационалистичкиот јурисдикт, иридонесуваат за зголемување на бројот на самоубиства.

Пред да почнат да известуваат за самоубиство, новинар(к)ите најдобро е да си ги постават следниве прашања:

- Дали жртвата е јавна личност?;
- Дали самоубиството се случило на јавно место?;
- Дали за самоубиството е веќе известувано?;
- Дали известувањето за чинот на самоубиство може да отвори одредено социјално прашање од јавен интерес?;
- Дали известувањето за самоубиство ќе придонесе за минимизирање на штетите?;
- Дали со известувањето за самоубиство може да се намали самоубиственото поведение?

Ако одговорите на повеќето прашања се негативни, тогаш новинар(к)ите треба сериозно да размислат дали воопшто треба да го покријат случајот на самоубиство, независно од гладта за информации од страна на публиката. Според некои експерти, кога станува збор за самоубиство на јавна личност или кога тоа се случува на јавно место, веројатно тогаш треба да се известува, но со сочувство за семејството и за пријателите на жртвата. Кога самоубиството се случува во приватноста на домот, потребата на јавноста да биде известена е помала, а одговорноста на медиумските работници кои известуваат за такви случаи е многу поголема, поради поголемиот ризик за повреда на достоинството на жртвата и нарушување на приватноста на семејството и на пријателите (Видете Louis Alvin Day, *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies*).

Дали медиумското покривање може да го зголеми или да го намали бројот на самоубиства?

Новинар(к)ите треба да бидат информирани дека постојат бројни научни студии кои укажуваат дека некои видови медиумско покривање можат да ја зголемат можноста за самоубиство кај ранливите индивидуи. Токму затоа, треба да бидат многу внимателни и одговорни и особено свесни за предупредувањата кои видови на известувања ги зголемуваат ризиците за дополнителни самоубиства. Имено, според „Препораките за известување за самоубиства“³: „Ризикот од дополнителни самоубиства се зголемува кога сторијата експлицитно го опишува методот на самоубивање, користи драматични или живописни на-

2 Ибид

3 Recommendations for Reporting on Suicide, The Dart Center for Journalism and Trauma, www.dartcenter.org, June 17, 2011
http://dartcenter.org/content/recommendations-for-reporting-on-suicide#.UgtR15I_udA

слова или слики, а постојаното/детално покривање ја сензационализира или ја возвеличува таа смрт“.

Кон новинар(к)иите се укажуваат и групи критики: дека при известувањето за самоубиствата не покажуваат сочувство и ја експлоатираат човечката трагедија, дека ја вознемируваат јавноста, дека поттикнуваат стигма, дека неретко ја повредуваат приватноста и причинуваат дојолнишелна штета, итн.

На пример, по детално опишаното самоубиство на голманот на германската фудбалска репрезентација, експертите укажуваат⁴ дека имало „значително зачестени самоубиства на млади мажи во таа возрасна група кои животот си го одзеле на ист начин“. Меѓутоа, со внимателно и одговорно покривање, новинар(к)ите можат да придонесат за менување на митовите и на предрасудите кај јавноста, за справување со стигмата, за обесхрабрување на потенцијалните имитатори и за охрабрување на ранливите индивидуи да побараат помош. За позитивните

ефекти од медиумското известување сведочат и експертите. Епидемиологот Медлин Гулд укажува⁵ дека стапката на самоубиства во метро во Виена опаднала за 75 отсто откако во 1987 г. медиумите добиле препораки или да престанат да известуваат за самоубиства во метро или, пак, да известуваат за нив многу поодговорно.

Дали треба да се известува за причините за самоубиство?

Едно од контроверзните прашања што предизвикуваат етички дебати е дали (и како) треба да се известува за причините за самоубиство. Според Прирачник за етиката во новинарството⁶:

„Наведување на социјалните причини, како што е невработеноста, проблеми со

Ризициите за негативно влијание не треба до тој степен да ги обесхрабрат новинар(к)иите за да престанат да известуваат за сите случаи на самоубиство.

училиштето или крај на романтична врска, може да биде разбрано како порака до сите кои имаат слични проблеми дека самоубиството е едно од можните решенија“.

4 Светски ден на превенција од самоубиства, DW на македонски, 10.09.2012
<http://dw.com/p/165vB>

5 Covering Suicide: New Science, New Guidelines, The Dart Center for Journalism and Trauma, www.dartcenter.org, June 23, 2011
http://dartcenter.org/content/suicide-as-public-health-story-qa-with-madelyn-gould#Ugqr9ZI_udA

6 Прирачник за етика во новинарството, ЗНМ, 2012
<http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>

Други експерти за новинарска етика сметаат дека причината за смртта не треба да се објавува (освен кај јавни личности) и дека треба да се испочитува желбата на семејството за тоа кои информации ќе бидат објавени.

**Медиумите
можеат да
изведат и
зголемување, но
и намалување
на бројот на
самоубиства.**

Но, има и експерти кои сметаат дека новинар(к)ите би требало да истражат кои фактори поттикнале на самоубиство – економски, социјални или други фактори (како, на пример, малтретирање на хомосексуален студент). Во секој случај, првичните известувања треба да се држат до познати факти, а „новинарите треба да избегнуваат шпекулирање за причините за самоубиството и да избегнуваат да фантазираат за тоа што можело да има во умот на личноста во тој момент“.⁷

Новинарите треба да бидат свесни и за укажувањата на клучни авторитети за превенција на самоубиство, дека до самоубиство најчесто не доведува еден поттикнувачки настан, туку комплексна низа на настани и на околности.

Следствено, новинар(к)ите треба да бидат особено внимателни кога објавуваат информации од полициски извори кои посочуваат причина за самоубиството. Новинар(к)ите треба постојано да ја имаат на ум аксиомата „Самоубиството е проблем на јавното здравство“ и дека релевантни изво-

ри се здравствените експерти, а не вработените во МВР.

Дали новинар(к)ите треба да се вклучат во борбата за превенција од самоубиства?

Според повеќе експерти за етичко новинарство, кога новинар(к)ите известуваат за самоубиство, треба да бидат објавувани и информации каде можат да се обратат за помош луѓето кои размислуваат за самоубиство. Но, има и размислувања дека во своите известувања новинарите не би требало да играат улога на активисти за превенција на самоубиство, затоа што со тоа би го напуштиле принципот на неутралност.

Сепак, етичка должност на новинар(к)ите е ем да објавуваат информации од јавен интерес, ем да ја минимизираат штетата додека

**Со познавање на
стандардите, со
професионален и одговорен
однос, новинар(к)ите
можеат позитивно
да придонесат преку
охрабрување на
популацијата жртви да
обараат соодветна помош.**

известуваат. Со објавувањето на националната СОС-линија за превенција на самоубиства, секогаш кога известуваат на тема самоубиство, новинар(к)ите ќе објават информација од јавен интерес, а истовремено можат да ја минимизираат и евентуалната штетата од нивното известување.

⁷ Covering Suicide: New Science, New Guidelines, The Dart Center for Journalism and Trauma, www.dartcenter.org, June 23, 2011
<http://dartcenter.org/content/suicide-as-public-health-story-qa-with-madelyn-gould#.Ugqr9ZI udA>

ЗА САМОУБИСТВА НЕ СЕ ИНФОРМИРА

Пишува: Тамара Чаусидис



Photo by: Sergio Russo, Reporter 3
<https://www.flickr.com/photos/xcbiker/4344518766/>

Во потрагата по вестите „што се продаваат“, денеска никој не е поштеден. За јавните личности тоа е цената што мора да се согласат да ја платат. Медиумите често се повикуваат на јавниот интерес, на правото на јавноста да знае и тоа е навистина така. Нема амнестирање, нема поштеда за оние кои се решиле да дејствуваат под будното око на јавноста, но што е со обичните анонимни луѓе? Смееме ли навистина нивната интима да ја третираме како „вест“ и да ја „истуриме“ нивната трагедија пред очите на гледачите, слушателите, читателите, без и малку задршка, скрупули и во крајна линија без и малку човечност?

Секогаш е стравно кога човек умира, можеби уште пострашно или барем побунувачки е и кога тој сам ќе посегне по сопствениот живот. Тоа е информација која стаписува, вест која буди сериозни прашања, но тие прашања се лични и не се решаваат во јавниот аудиум

Секогаш е страшно кога човек умира, можеби уште пострашно или барем побунувачки е и кога тој сам ќе посегне по сопствениот живот. Тоа е информација која стаписува, вест која буди сериозни прашања, но тие прашања се лични и не се решаваат во јавниот аудиум.

Информациите го зголемуваат бројот на самоубиства

Поврзаноста меѓу самоубиството и медиумите е одамна препознаена и докажана – секоја информација за самоубиство ги поттикнува оние кои „се на работ“ на нова



Спечување самоубиства – телефон за итни ситуации и кризно советување. Фото: [jasonsisk](#), на мостот Голден Гејџ во Сан Франциско, 2002

трагедија. Имено, истражувањата покажаа дека еден од факторите кои некоја ранлива личност можат да ја наведат на самоубиство е и публицитетот што на таквиот чин му се дава во медиумите. Најризична група се токму младите и адолесцентите.

На пример: по медиумските извештаи за самоубиство со самозапалување во 1972 во Велика Британија, следната година се регистрирани 60 самоубиства со самозапалување. Во 1980-тите германската телевизија

детално извести за самоубиството на едно 19-годишно момче кое се фрли под воз. Во следните 70 дена регистриран е зголемен број на самоубиства извршени на ист начин. Но, внимателност и дискреција во третирањето на самоубиствата како тема не се налага само заради превенцијата на самоубиството, туку и за да се одбегне дополнително трауматизирање на жртвите.

Да не заборавиме – во самоубиството никогаш нема само една жртва! Жртва е самоубиецот, но жртви се и оние што остануваат: родителите, роднините, пријателите и сите кои на некој начин биле поврзани со жртвата и кои ќе мораат да живеат со тој страшен настан до крајот на својот живот.

Затоа, во светот е усвоена практика за самоубиствата, генерално, а особено на луѓе што не се јавни личности, речиси воопшто и да не се пишува. Ако тоа, сепак, се прави – темата се третира со изразено сочувство и со дискреција, медиумот не смее да го објави полниот идентитет, а уште помалку фотографија на жртвата.

Но, за жал, овие правила како да не важат за нас, иако членовите 7 и 8 од Етичкиот кодекс налагаат новинарите да ја зачуваат приватноста на личноста и да не известуваат со сензационализам во случаи на самоубиство, бидејќи станува збор за семејна трагедија. Овие правила или сме ги заборавиле или намерно ги премолчуваме во комуникацијата со помладите колеги, но не е точно дека никогаш не сме ги знаеле. Секој новинар што бил на терен и се соочил со семејна трагедија знае колку е тешко да сведочиш за неа, па, сепак, решаваме да ги игнорираме сигналите дека „одиме предалеку“.

Цел еден живот за две минути сензација

За самоубиствата во македонските медиуми редовно се информира, жртвите се сликаат покриени (а понекогаш и не) на тревниците од зградите од кои скокнале, се бараат „мотивите“, што е особено дегутантно. Им се

суди и неретко им се пресудува на некои од членовите на семејството, на родителите, на сопругата, на роднините – сето тоа само за еден прилог од две-три минути, текст од десетина реда. Цел еден живот, една трагична приказна дадена во рацете на новинар да ја исцрта и да ја сведе на изјави на соседите, на чаршиски муабети и на шпекулации, на слики на скршеното тело за да се задоволат неколку минути од нашето внимание.

Оттаму, крајно време е како професија јавно да се запрашаме: Дали со објавување на информацијата за самоубиство ние навистина

Секоја информација за самоубиство ги информира оние кои „се на работ“ на нова трагедија

го задоволуваме јавниот интерес или, пак, јавната љубопитност, ниските страсти и потребата од сензација? За жал, нема ништо сензационално во самоубиството – тоа е длабоко трагичен чин, можеби најтрагичен начин за завршување на нечиј живот.

Сите знаеме и секој новинар со сигурност ќе ви каже дека не му е целта да ја зголеми трагедијата за која информира, но таа сигурност ја нема во одговорот на прашањето дали успеваме во тоа.

Серија анализи за односот на медиумите кон проблемот на самоубиство:

1. (Не)етичко известување: Дали медиумите влијаат на бројот на самоубиства?¹
2. Како (не) треба да се известува за самоубиство: Воздржете се од сензационализам!²
3. Како (не) треба да се известува за самоубиство: Препораки и примери³

Новинарски рецензии на медиумски продукти во кои се споменува самоубиство:

- Рецензија: Четврто самоубиство од „докторската зграда“ во Битола⁴
- Рецензија: Тинејџерка се самоуби поради Фејсбук⁵
- Рецензија: Познат идентитетот на малолетничката која се самоуби во Ѓорче Петров⁶
- Рецензија: Се самоуби татко на три деца⁷
- Рецензија: Студентка си го одзема животот пред Филозофскиот факултет⁸
- Рецензија: Полицаец спречил самоубиство на девојче во Делчево⁹
- Рецензија: По расправија со сопругата се самоубил газда на ресторанот „Буре“¹⁰
- Рецензија: Кочанка се отру со етиол – Ја избркале од бурекилницата во која работела¹¹

1 <http://proverkanafakti.mk/neetichko-izvestuvanje-dali-mediumite-vlijaat-na-brojot-na-samoubistva/>

2 <http://proverkanafakti.mk/kako-ne-treba-da-se-izvestuva-za-samoubistvo-vozdrzhete-se-od-senzacionalizam/>

3 <http://proverkanafakti.mk/kako-ne-treba-da-se-izvestuva-za-samoubistvo-preporaki-i-primeri/>

4 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-chetvrto-samoubistvo-od-doktorskata-zgrada-vo-bitola/>

5 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-tinejdzherka-se-samoubi-poradi-fejsbuk/>

6 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-poznat-identitetot-na-maloletnichkata-koja-se-samoubi-vo-gjorche-petrov/>

7 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-se-samoubi-tatko-na-tri-deca/>

8 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-studentka-si-go-odzema-zhivotot-pred-filozofskiot-fakultet/>

9 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-policaec-sprechil-samoubistvo-na-devojche-vo-delchevo/>

10 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-po-raspravija-so-soprugata-se-samoubil-gazda-na-restoranot-bure/>

11 <http://proverkanafakti.mk/recenzija-kochanka-se-otru-so-etiol-ja-izbrkale-od-burekdzhilnicata-vo-koja-rabotela/>

ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА ПРИРОДНИТЕ КАТАСТРОФИ – КАКО ТРЕБА ДА СЕ ПРАВИ?

Пишува: Фатлуме Дервиши



Photo by: Thomas8047, Newspaper critic
<https://www.flickr.com/photos/93482748@N02/17102891498>

Повеќе од две недели медиумите известува за штетите и за последиците од поплавите во скопската околија во август 2016 година, за кои граѓаните од најпогодените подрачја изјавија дека не паметат дека некогаш се соочиле со слична катастрофа. Коментирајќи ја потребата за истражувања на причините на катастрофата што се случи во Скопје, во оваа фаза, кога уште нема ништо конкретно во оваа насока, ќе реферираме првин како кон природна катастрофа.

Освен за оштетените, нивните блиски и за државните институции, ова беше еден предизвик и за новинарите. Постојат некои правила, неколку напишани, а и други сугестии

Освен што треба да се биде професионалец, новинарот треба да биде и човечен, воздржан и, нормално, да води сметка за себеси, бидејќи на терен каде што само што се случила една катастрофа, има потенцијална опасност и за безбедноста на самиот новинар.

од новинари што поминале вакви искуства, како да се постапува во вакви случаи. Освен што треба да се биде професионалец, новинарот треба да биде и човечен, воздржан и, нормално, да води сметка за себеси, бидејќи на терен каде што само што се случила една катастрофа, има потенцијална опасност и за безбедноста на самиот новинар.

Кога се случува една природна катастрофа, поплави, земјотрес, цунами итн., обично медиумот известувањето за катастрофата го

Не треба да се создаде паника во јавноста. Тоа не му помага никому.

остварува во две фази: првата е таа на вонредните изданија (breaking news – вонредни вести), веднаш по катастрофата, кога луѓето сè уште се соочуваат со првите последици од катастрофата, додека втората фаза е фазата на вообичаеното информирање по нормализација на ситуацијата, со опширни објаснувања од повеќето аспекти на феноменот и на последиците.

Поголем предизвик е првата фаза.

Вонредни вести

Освен со уништена инфраструктура што го отежнува слободното движење за инспекција на зоната, новинарот се соочува и со други непријатни ситуации кои се однесуваат на емоционалната состојба на оштетените. Комуникацијата со нив може да биде тешка, но новинарот треба да има разбирање. Тие доживеале трауми, материјална штета или и загуба на најблиските.

За време на првите известувања, често нема официјални податоци за ранети, исчезнати или бројка на можни жртви. Нема ни информации за големината на материјалната штета. Сè што може да направи новинарот за јавноста што го следи е да го опише теренот, да ги каже деталите што ги гледа, звуците, па дури и мирисот што го чувствува и да каже што се прави за да им се помогне на оштетените. Во зависност од условите во кои се наоѓа погодената зона (бидејќи шансите се големи да биде оштетена и електричната мрежа), доколку оштетените се

дел од јавноста и може да ги следат вестите, новинарот треба да ги извести како да останат безбедни и доколку имаат потреба, и да ги упати каде можат да се обратат за помош. Не треба да се создаде паника во јавноста. Тоа не му помага никому.

Доколку новинарот има информации, важно е да го опише можното сценарио како може да се случило сето тоа, од што е предизвикано и како дошло до оштетување на населбите. Но, и во овие случаи, не треба да се забораваат основните начела на професијата, не треба да се прават обвиненија и да се именуваат виновници сè додека нема силни докази што ги подржуваат овие тврдења.

Жителите се неопходен извор на информација за тоа како се случил настанот. Тие може сами со своја уста да кажат дали имат идеја кој бил причинител на катастрофата и да зборуваат за нивната состојба по

Новинарот треба да внимава за време на неговата работа на терен да не им пречи на работниците шимови што дејствуваат за да ја превенираат катастрофата или, пак, за да ги сиречат последиците од неа.

катастрофата. Но, секогаш треба да се има предвид тешката психолошка состојба во која се наоѓаат погодените за време на разговорот. Жителот кој се интервјуира од новинарот може да биде повреден или да изгубил некој близок, затоа новинарот треба да биде многу чувствителен и да има разбирање и да го третира соговорникот со поголемо внимание.

ЕТИЧКИ КОДЕКС:

Кога известуваат за настани што предизвикале лични трагедии, болка и шок – новинарите, фоторепортерите и камермани-те треба да покажат сочувство, дискреција и претпазливост.

Новинарот треба да внимава за време на неговата работа на терен да не им пречи на работните тимови што дејствуваат за да ја превенираат катастрофата или, пак, за да ги спречат последиците од неа.

Идентификација на жртвите

Сè додека состојбата на местото на катастрофата продолжува да биде хаотична, просторот неисчистен и неинспектиран од властите, не се препорачува новинарот да спомне

*При работата на терен
џо катасрофата,
џој собира докази и
сведочења од жителите
кои може да џомоѓнаџ во
истражувањето, за да види
дали одговорните власти
можеле да превенираат
една ваква катасрофа и
не го направиле џоа.*

имиња на жртви, дури и ако тие имиња се потврдуваат од жителите на зоната. Има големи шанси во таа состојба жителите да разбрале погрешно. Од друга страна, и да е вистина, можно е неговите блиски сè уште да не дознале. Новинарот секогаш се бори за ексклузивност, но не и во овој случај. Над сензацијата стои сочувството, приватноста и достоинството на семејството на жртвата.

ЕТИЧКИ КОДЕКС:

При известувањето треба да води сметка за семејството на жртвата, да не им се зго-

леми болката, но и да не се помогне нивна „анатемизација“.

Имињата на жртвите доаѓаат до израз за јавноста тогаш кога се официјално потврдени од Министерството за внатрешни работи.

ЕТИЧКИ КОДЕКС:

Имињата и фотографиите на исчезнатите може да се објават, но само во договор со семејството и со надлежните органи.

Во вакви ситуации, и новинарот работи во вонредни услови. Тогаш, важно е да се грижи и за себе:

- Да биде внимателен за да остане безбеден;
- Да понесе храна;
- Да носи соодветна облека.

Истражување

По завршување на првата фаза на информирањето за катастрофата и по враќање на нормалните изданија, новинарот може да се наврати на тоа што се случило за да го анализира во детали. Истражувањата треба да се направат во аспектот дали можело и како можело да се превенира катастрофата, дали била во ред инфраструктурата, што не функционирало и што можело да функционира подобро.

Независно што по некое време вниманието се преместува делумно и во други настани, новинарот одвреме-навреме се враќа во местото на настанот за да дознае како погодените луѓе се трудат да се вратат во норма-ла и каква лекција би можела ова да биде во иднина. При работата на терен по катастрофата, тој собира докази и сведочења од жителите кои може да помогнат во истражувањето, за да види дали одговорните власти можеле да превенираат една ваква катастрофа и не го направиле тоа. Ова може да му служи на новинарот за јавно да побара сметка од нив во име на јавниот интерес, како и претходно да алармира за други случаи што претставуваат потенцијален ризик за една слична катастрофа.

ЛИНЧ ВО ЖИВО: МЕДИУМИТЕ И ПРЕЗУМЦИЈАТА НА НЕВИНОСТ

Пишува: Зоран Бојаровски



Photo by: Copyriot, Embedded journalism
<https://www.flickr.com/photos/22728558@N05/7155922307>

Полумрак е. Само што не осамнало... На местото на настанот се препознаваат сенките на полициските специјалци. Лицата им се покриени со маски. Заштитни елеци на градите. Оружјето е откочено. Се чека команда за почеток на акцијата. Треба да бидат уапсени лица осомничени за тежок криминал. Меѓу редовите на полицајците почнува да се чувствува нестрпливост. Команда сè уште нема. Секундите стануваат минути...

– Што се чека?
 – Ги чекаме од телевизијата...
 – Па, еве, има тука од телевизијата – возвраќа првиот.
 – Треба да дојде уште една – одговара старешината кој го слушнал разговорот.
 Верувате ли во автентичноста на оваа сцена? Една, за полицијата, важна акција, го чека доаѓањето на телевизиската екипа.
 Се разбира, секоја сличност со вистинити

Кога новинарскиите екипи ги мрзи да стигнат рано, пред зори, техничарите на одделенијата за крим-техника снимаат, а потоа снимките, кои инаку се доказен материјал, им се доставуваат на уредниците за да бидат сфаќувани „новинарски“ стории.

настани е сосема случајна, но тие постапки се сосема намерни. А дека беа практика, сведочевме ние самите како гледачи. Дека тие аранжмани и полицијата биле договорани меѓу високи полициски службеници и уредници или сопственици на медиуми, потврдија тајно сниманите телефонски разговори објавени во теленовелата „Бомба“. Овие аранжмани биле договорани во детали и со одбрани медиуми. Дали ќе продолжат да бидат практика – треба да се види.

Понекогаш, кога новинарските екипи ги мрзи да станат рано, пред зори, техничарите на одделенијата за крим-техника снимаат, а потоа снимките, кои инаку се доказен материјал, им се доставуваат на уредниците

за да бидат спакувани „новинарски“ стории. Од нашето поблиско минато се сеќаваме на спектакуларни акции на полицијата: медиумски експонираните апсења на поранешниот директор на „Мобимак“, Рубин Заревски, на угледниот доктор Дејан Докиќ; апсолутно непропорционалниот број на полициски сили кога се изврши инвазија на „А1-телевизија“; потоа следувахе серија од полициско-медиумски апсења во акциите „Змиско око“, „Ровер“, „Шпион“, „Расколник“, „Јустисија“, како и особено спектакуларните апсења на поранешниот министер за внатрешни работи и лидер на партијата Обединети за Македонија, Љубе Бошковски, и колегата, новинарот Томислав Кежаровски. Хелсиншкиот комитет за човекови права, како и многу други домашни и меѓународни

осомничените. Со ваквото постапување, воочлива е тенденцијата на извршната власт да влијае врз судската, со што се нарушува принципот на владеење на правото, беше истакнато во соопштението на Хелсиншкиот комитет на 10 октомври 2014 година.¹

Меѓу претпоставката за невиност и за вина

Како и секој медал, така и овој феномен на медиумско експонирање на осомничени, има две страни – лице и опачина. Лицето се **правата** на тие што ги апси полицијата, а опачината е **злоупотребата** на овластувањата на полицијата, медиумската сервилност и драмата, односно душевната болка на тие што се изложени на јавност.

Ах, тие човекови права! Што да се прави со нив? Колку полесна би ѝ била работата на полицијата кога не би постоеле. Па уште и претпоставката дека се невини додека не се докаже дека се виновни.

Дали борбата против криминалот може да биде оправдана доколку со неа се кршат човековите права?

Кога се водат принципиелни дебати околу овие прашања, веројатно никого посебно не треба да убедуваме дека човековите права се загарантирани: сите човекови права, секому, секаде и во секое време. Вклучувајќи го и правото на претпоставка за невиност. Сè додека не се докаже спротивното и додека не се донесе правосилна судска одлука. На овие принципи се темели целиот концепт за човековите права, на правичното судење и тие стандарди се вградени во уставните и во законските прописи и во Македонија.

Клучната алка во оваа приказна е полицијата, но и медиумите, кои кај нас, главно преку уредниците и сопствениците, се здружуваат заради создавање слики кои јавноста треба да ја насочат кон заклучок дека уапсените

Ситѐ сѐкѐакуларни и намерно медиумски ѝокриени аѝсења, со кои се ѝродолжија ѝпракѝикиѝе на МВР за јавно ѝриведување на осомничениѝе со медиумска експонираностѝ, влијаеја на ѝрезумѝијата на невиностѝ на осомничениѝе.

организации овие апсења ги ставија во сите извештаи за кршење на човековите права поради начинот на приведување. Сите тие беа спектакуларни и намерно медиумски покриени, со што се продолжија практиките на МВР за јавно приведување на осомничените со медиумска експонираност, што, секако, влијае на презумцијата на невиност на

1 Гласна најава за воведување на полициска држава!, Хелсиншки комитет за човекови права, 10. 10.2014 <http://mhc.org.mk/announcements/249#.WCd4JiOrLIV>

се виновни уште пред почетокот на судскиот процес. Според сите стандарди и конвенции за човековите права, нарушувањата на претпоставката за невиност е повреда на тие стандарди и конвенции, а асистентите во тие повреди – медиумите – се сојузници во кршењето на човековите права. Таквата нивна постапка не може да се амнестира со ништо. Ниту пред законот, ниту пред кодексот на професијата, ниту пред демократската јавност.

Бруталното медиумско експонирање е тортура

Спротивноста на постапката на медиумите со универзалните човекови права и со принципите на професијата, кога тие посредуваат во јавното стигматизирање и „осуда“ на осомничените, не завршува само тука. Како што можеме да заклучиме од примерите од нашето современо политичко битисување, медиумската пресуда може да биде многу сурова. Луѓето кои уште во оваа фаза се стигматизирани, обвинети, па дури и осудени, дури и тогаш кога добиваат ослободувачки пресуди, не можат да ја добијат целосната морална сатисфакција. Тоа е како да се обидуваме да го соберете песокот што на сите страни го разнесуваат медиумските стихии. Заради тоа концептот на човековите права инсистира дека тие се однесуваат на сите, вклучувајќи ги тие што се на удар за законот. Без исклучок.

Тоа, од друга страна, не значи дека медиумите не смеат да известуваат во сите фази на некоја полициска акција или судска постапка. Напротив. Сепак, постојат одредени препораки кои, наједноставно кажано, се опфатени во формулата: Не се спорни информациите, спорни се формулациите и постапките. И на полицијата, но и на медиумите – особено.

Полицијата не смее да објавува целосни лични податоци на личности кои се приведени

заради истражни постапки. Полицијата не смее да објавува нивни фотографии или видеозаписи. Полицијата се смее да изјави дека приведените сториле кривично дело.

**Ах, тие човекови
права! Што да
се прави со нив?
Колку љолесна би ѝ
била работата на
полициската кога
не би постоеле.
Па уште и
препоставката
дека се невини
додека не се докаже
дека се виновни.**

Доколку медиумите ги пренесат овие постапки и формулации, тогаш и тие ги прекршуваат законските и професионалните норми.

Зашто, ако полицијата и медиумите, во тој момент, во моментот на приведување, знаат и јавно тврдат дека некој е виновен, тогаш зошто постојат обвинителствата, судовите, законите и судските постапки?

Лондонската полиција не објавува ништо ако нема обвинение

Еве како работи лондонската полиција според еден новинарски запис со наслов „Лисици и фотографии за страв!“, објавен во „Нова Македонија“.

Лондонската полиција во своето работење избегнува да ги објавува идентитетот и фотографиите на осомничените, но сепак не ги спречува новинарите да си ја вршат својата должност пред судовите, бидејќи тоа се јавни места и снимањето е дозволено.

Лондонските полицајци често ги снимаат своите акции, но снимките што потоа се даваат на јавноста се со заматени ликови. Лисиците ги користат кога е неопходно.

**Клучнаџа алка
во оваа џриказна
е џолицџаџа, но
и медиумиџе, кои
кај нас, џлавно
џреку уредниџиџе и
соџсџвениџиџе, се
здружувааџи заради
создавање слики кои
јавноста џреба да ја
насочаџи кон заклучок
дека уаџсениџе
се виновни уџиџе
џред џочетџокоџи на
судскиоџи џроцес.**

Разликата меѓу нив и МВР е тоа што тие никогаш не организираат прес-конференции за нивните акции и приведувања.

„Што се однесува до нас, не именуваме никој што не е обвинет. Ако некој е уапсен за потребите на сослушување, името не се соопштува. Ако потоа биде пуштен без обвинение, името не се соопштува. Идентитетот се соопштува само кога личноста е обвинета. Обично ние не приложуваме фотографија од обвинетиот заедно со обвинението. Во практика, не би одржале прес-конференција, или, пак, не би помогнале при организирањето конференција за нечие апсење. Во некои случаи носиме камери при апсење, се снима акцијата, и ако снимката потоа биде емитувана, тоа обично се прави со пикселизирани,

скриени ликови. Има случаи на фотографирање при апсење и објавување на нивните фотографии, тоа не е невозможно, но од наша страна тоа се прави само ако бидат обвинети. При спроведување во суд, веројатно е дека обвинетиот ќе го фотографираат со полициска придружба. Ние не би повикале новинари на спроведувањето, но воедно не би ги ни избркале, односно не би поставиле ограден коридор околу судот за да спречиме фотографирање бидејќи за нас судот е јавно место. Што се однесува до лисиците, нивната употреба зависи од случај до случај. Обично во случаи на обична измама не ги користиме, но сепак зависи од поединците. Можно е и лица што се обвинети за ненасилно злосторство да се обидат да побегнат од рацете на полицијата. Мора да се процени ризикот и зависи од човек до човек“, велат од лондонската полиција Метрополитен.²

**Дали борбаџа
џроџив криминалоџи
може да биде
оџправдана доколку
со неа се кршаџи
човековиџе џрава?**

И уште едно прашање кое треба да си го имат уредниците и новинарите пред себе, секогаш кога од нив се бара да бидат дел од некоја полициска акција. Ако полицијата одлучува што и како треба да објавуваат медиумите, тогаш зошто ни се уредници и новинари?

Консултирани извори:

- The Dart Center for Journalism and Trauma (<http://dartcenter.org>)
- The Crime Report (<http://www.thecrimereport.org/>)

2 Лисици и фотографии за страв!, Нова Македонија, 05.11.2009
<http://www.izgubenonajdeno.mvr.gov.mk/ShowAnnouncements.aspx?ItemID=7760&mid=1289&tabId=235&tabindex=0>

страница 152-161

ПОГЛАВЈЕ 08

Член 9 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој не смее да интервјуира или фототира деца под 16 години без согласност од родителите или стварателите, освен ако тоа не е во согласност со правата на децата.

Истиот се однесува и за лица со посебни потреби, кои не се во состојба свесно да расудуваат.

ВНИМАВАЈ, ДЕТЕ!

Пишува: Саше Димовски



Photo by: City College Norwich

„Малата Александра не одела на училиште, по целото тело имала шуга и била валкана, а сега на мајката ѝ треба многу трпение и труд за детето да се врати во нормала, да се социјализира“.

Навидум, само пренесена информација од судска постапка, каде што по пријава на мајката се води кривична постапка против таткото на детето и неговите родители кои не дозволуваат контакт со детето и покрај постоење на судска одлука за утврдено старателство. Информацијата дека детето имало шуга и не било бањато со месеци е дополнета и со фотографија на малолетното девојче!

Но, во суштина, овој исказ кој го дала мајката во судница, а новинарите кои го следеле судењето го пренеле во целост не водејќи сметка за интересите на малолетното

При донесувањето на одлуката за давање одобрение за снимање и за фотодокумирање, ќе се води сметка за интересот и за довербата на јавноста, природата на случајот, интересот на постојателката, приватноста и за безбедноста на учесниците во постојателката, утврдуваат правните акти.

дете, отвора многу сериозно и суштинско прашање: како да се заштитат правата на децата во медиумите, дури и во случаи кога нивните родители од нив познати причини можат свесно или несвесно да ги повредат.

Ако во целата приказна, додека полицијата го барала девојчето, кое по бракоразводната парница не ѝ било дадено на мајката (семеен спор, каде што приватноста е загарантирана, а постапката е тајна), се оправдуваше со јавниот интерес, односно право на детето да живее во семејство, со свои родители и да биде социјализирано во општеството, како ќе го оправдаат медиумите податокот со изнесувањето на личните работи поврзани со девојчето, како што е неговата здравствена состојба, социјалната запуштеност и илустрацијата со негова фотографија под веста?! Фотографијата, добиена со посредство на нејзиниот родител, односно старател во периодот кога била во тек постапката за нејзиното пронаоѓање, може и да најде оправдување ако се гледа хуманиот аспект и повикот да биде лоцирано и вратено девојчето, но која е потребата од објавување дека „девојчето има шуга“ и веста повторно илустрирана со нејзина фотографија.

Приватниот интерес на прво место

Кодексот на новинари, утврдува дека „новинарот има право на слободен пристап до сите извори на информирање што се од јавен интерес“.

Но, и дека „новинарот ќе ја почитува приватноста на личноста, освен кога тоа е во спротивност со јавниот интерес“.

Може ли да се дефинира кој е јавниот интерес во случајов со објавување на овој податок за девојчето, наводно дека имало шуга и повреди по телото, како и други податоци кои биле изнесени во текот на судењето? Во овој случај, ниту може, ниту смее овие податоци да се затскријат зад наводен јавен интерес или дека тоа било соопштено од родителот на детето.

Покрај правото на пристап до информации од јавен интерес, кога се во прашање правата на малолетниците, медиумите и новина-

рите имаат посебна обврска да внимаваат што објавуваат и во кој контекст ќе бидат објавени податоци или фотографии кои можат да го идентификуваат малолетникот, независно дали станува збор за жртва, сведок или оштетен во постапката.

На новинарите мора да им биде познато дека: **не смеат да интервјуираат или фотографират деца под 16 години без согласност од родителите или старателите, освен ако тоа не е во согласност со правата на детето.**

Дали објавувањето на фотографиите на денот на судењето против таткото, бабата и дедото на детето може да се стави во

**Границата
и меѓу јавниот и
приватниот интерес
може да биде тенка
само во случаи кога
станува збор на
јавни функционери
и за носители во
законодавната и
извршната власт,
но тоа може да се
однесува само на нив,
но не и на малолетни
членови во нивно
семејство.**

права на детето или дека тоа е направено во согласност со родителите? Во конкретниот случај, согласноста се однесува на двајцата родители, бидејќи родителското право не е одземено.

Грешка, во конкретниот случај, направил и судот, кој морал одредени делови од постапката да ги затвори за јавност или ако веќе

судењето го направил достапно до јавноста, да ги предупреди присутните новинари одредени делови од исказот или сведочењето да не ги објавуваат во јавност токму поради заштита на правата на малолетникот.

Дали судот не го повредил Судскиот деловник?

На ова судот е обврзан и според Законот за малолетничка правда (за кој постои предлог да се промени во Закон за правата на децата), според Законот за кривична постапка и Судскиот деловник.

Чесџоџаџи сме сведоци и на обвинувања за злоупотреба на децата (џа дури и сексуална) од сџрана на родителите, џа ако се пренесуваат некриџички, може да нанесат ненадоместливи штети џо правата на децата.

При донесувањето на одлуката за давање одобрение за снимање и за фотографирање, ќе се води сметка за интересот и за довербата на јавноста, природата на случајот, интересот на постапката, приватноста и за безбедноста на учесниците во постапката, утврдуваат правните акти.

Снимањето и фотографирањето ќе се одвива под надзор на судијата, односно претседателот на советот на начин кој ќе обезбеди непречен тек на постапката, ред

во судницата и почитување на достоинството на судот.

Снимањето и фотографирањето во судот може да се прекине или да се ограничи: на барање на странките, а по одлука на судот, во кое било време; ако со одлука на судот е исклучена јавноста за дел од постапката или за одредено процесно дејство, поради постоење на законски причини; ако сведокот – оштетениот од кривичното дело го бара тоа, за времето додека трае неговото сведочење; ако судот најде дека некој учесник во постапката би можел да биде изложен на опасност, срам, настанување на штета или би можеле да настанат пречки во примената на законските мерки на принуда или ако поради природата на доказите што треба да се изведат тоа е задолжително (сослушување на заштитени сведоци, малолетници и др.) (член 358 од Судскиот деловник).

Пропустот на судот за заштита на правата на малолетникот не ги оправдува новинарите и медиумите да не внимаваат на законските ограничуваења кога станува збор за деца и за малолетници. Границата помеѓу јавниот и приватниот интерес може да биде тенка само во случаи кога станува збор на јавни функционери и за носители во законодавната и извршната власт, но тоа може да се однесува само на нив, но не и на малолетни членови во нивното семејство.

Во конкретниот кривично-правен настан од кој известуваа новинарите, присутен бил и тим од Центарот за социјална работа, чии членови се должни да интервенираат во ситуација кога ќе оценат дека се кршат правата на малолетникот, независно дали станува збор за семејство, институции, медиуми. Медиумите го пренесоа и следното сведочење кое се однесува на девојчето, од постапката која се водела во Центарот за социјална работа, а која е тајна и доверлива!

„Не ме давајте на нејзе оти таа сака да ме киднапира, рекла малата Александар“

дра кога ја видела прв пат својата мајка. Татјана Бошњаковска, мајката на малолетната Александра којашто беше грабнатата, пред судот раскажуваше каков бил првиот контакт со нејзината ќерка и како напредува сега“.

Малолетното девојче, кое беше топ-тема во повеќето медиуми во, сега оди на училиште. Можеме ли да претпоставиме какви ќе бидат реакциите на нејзините соученици, на нивните родители, на околината кои преку ваков, некритички однос на изнесување на информации дознаа дека, наводно, имала шуга, дека изгубила голем дел од градивото во прво одделение, па тоа ќе го надоместува со дополнителна настава. Како ќе гледаат кон ова девојче нејзините врсници во училиштето? Дали ќе си играат со неа и ќе ја дружат? Дали ќе се ресоцијализира побргу ако нејзината фотографија и понатаму служи како илустрација за веста поврзана со овој спор?

Повторна виктимизација на жртвите

Секако дека нема. Затоа, ваквите информации можат да направат или направија дополнителна жртва од малолетното девојче, кое во периодот било заедно со неговиот татко, баба и дедо, па не знаело ниту можело да знае за правните аспекти на спорот помеѓу мајката и таткото, но, сега, по нејзиното вклучување во образовниот процес и тоа како ќе знае, а на тоа постојано ќе ја потсетуваат нејзините соученици или околината, која имаше можност да ги прочита овие информации.

Пред новинарите има уште еден предизвик: пресудата не е правосилна, па истата се очекува да биде обжалена и за неа да расправа Апелациониот суд. Тогаш тие ќе мора да бидат многу повнимателни и да не ја користат фотографијата на малолетното девојче за

илустрација од судењето и одлуката на повисокиот суд.

Крајот на судската постапка, во која мајката бара да се укине притворот за таткото и дедото за девојчето да има семејство, доволно говори за сензитивноста на семејните спорови, на кои медиумите мора да им пристапуваат крајно претпазливо, со голема доза професионализам, ослободени од сензационалистички пристап, не навивајќи за ниту една од страните и не сугерирајќи пресуда.

Медиумиџе мора да ѓо вклучај алармот секогаш кога пишуваш за малолетници! Внимавај, деџе!

Постапките за одземање малолетник, неплаќање издршка или слични дела кои произлегуваат од семејните спорови, бракоразводните парници, мора да бидат внимателно анализирани пред да се објават, зашто тогаш родителите, заслени најчесто од омразата меѓу себе, се пресметуваат преку децата, а во нивнат а пресметка ги вклучуваат и медиумите. Честопати сме сведоци и на обвинувања за злоупотреба на децата (па дури и сексуална) од страна на родителите, па ако се пренесуваат некритички, може да нанесат ненадоместливи штети по правата на децата.

Во рамки на институцијата Народен правобранител постои одделение за заштита на правата на децата, кое може да реагира и во ситуации ако тие права им се повредени и преку медиумите, не навлегувајќи од какви побуди тоа е сторено.

Затоа, медиумите мора да го вклучат алармот секогаш кога пишуваат за малолетници! **Внимавај, дете!**

ЦРВЕНАТА ЛИНИЈА НА ПРИВАТНОСТА И ЈАВНИОТ ИНТЕРЕС

Пишува: Елена Стојановска



Photo by: DieselDemon, Watching the World
<https://www.flickr.com/photos/28096801@N05/6252699864>

Објавувањето на името и на презимето, фотографијата, роднинските врски, поврзувањето со политичка ориентација на осомничениот за полов напад врз малолетник, отвораат низа прашања и дилеми што ја подгреваат јавната дебата за оваа социјална појава, но во исто време ја преминуваат границата на почитување на приватноста (на жртвата која е малолетна и на сторите-

Објавувањето на името и на презимето, фотографијата, роднинските врски, поврзувањето со политичка ориентација на осомничениот, отвораат низа прашања и дилеми што ја подгреваат јавната дебата за оваа социјална појава, но во исто време ја преминуваат границата на почитување на приватноста.

лот во претходна постапка, во согласност со Законот за заштита на личните податоци¹⁾ и презумцијата на невиност во согласност со Кривичниот законик²⁾ на Република Македонија.

1 Законот за заштита на личните податоци
http://dzlp.mk/sites/default/files/u4/ZZLP_konsolidiran_tekst_2016.pdf

2 Кривичен закон
<http://www.pravda.gov.mk/documents/KRIVICEN%20ZAKONIK%20preisten%20%20tekst.pdf>

Откривање на идентитет – малолетни лица

Лични податоци на малолетни лица не смеат да бидат објавени без соодветна заштита,

Лични податоци на малолетни лица не смеат да бидат објавени без соодветна заштита, односно замаглување на ликот, дисторзија на гласот и употреба на иницијали.

односно замаглување на ликот, дисторзија на гласот и употреба на иницијали. Малолетните лица се лица со ограничена деловна способност, а со самото тоа тие не можат сами да се согласат дали одредена информација за нив ќе биде јавна или не. Согласноста за објавување лични податоци за малолетни лица мора да биде побарана од нивните родители, старатели или законски застапници, но дури и кога ќе се добие согласност, мора да се води сметка за идните импликации од објавувањето на личните податоци на малолетното лице.

Откривање идентитет – осомничени лица

Објавувањето податоци за лица против кои се води судска или управна постапка е спротивно од Законот за заштита на личните податоци, особено ако се земе предвид и непочитувањето на начелото за презумција на невиност. Јавниот интерес за истражните

акции и за судските процеси е голем и оправдан, но во секој случај медиумите мораат да обезбедат соодветно анонимизирање на лицата што се директно инволвирани во постапките кои се сè уште во тек.

„Фејсбук“ – извор на информации

Во првичните информации за настанот беа објавени локацијата и годините на старост на осомничениот за делото и на малолетната жртва. Откако на „Фејсбук“ семејството на жртвата почна да објавува информации за настанот, медиумите, сметајќи дека самото објавување на „Фејсбук“ значи и согласност за јавно достапна информација, почнаа да објавуваат детали меѓу кои и идентитетите на сторителот и на жртвата. Но, што заборавија медиумите кога „Фејсбук“ им стана извор на информации?

- Медиумите треба особено да внимаваат на приватноста на малолетните лица, жртви на полов напад. Тие не го губат правото на приватност само поради тоа

Малолетните лица се лица со ограничена деловна способност, а со самото тоа тие не можат сами да се согласат дали одредена информација за нив ќе биде јавна или не.

што нивните родители ѝ се познати на јавноста, ѝа со самото тоа се и повеќе следени од јавноста, или поради тоа што откривањето на злоглото само по себе е од голем јавен интерес;

- *Податоциите за малолетните лица жртви на њолов напад не треба да бидат објавувани дури и кога њостои ѡреѡсѡавена соѡласносѡ од нивниот родител, сѡарител или од друго возрастено лице од семејството.*³

Интернетот не заборава

Оправдана ли е јавноста на податоците во Регистерот⁴ за лица осудени за кривични

Соѡласносѡ за објавување лични ѡдатоци за малолетни лица мора да биде ѡбарана од нивните родители, сѡарители или законски застѡпници, но дури и кога ќе се добие соѡласносѡ, мора да се води сметка за идните имѡликации од објавувањето на личните ѡдатоци на малолетното лице.

дела за сексуална злоупотреба на малолетни лица и за педофилија како извор на информации?!

Ако добро се анализира Законот за посебен регистар за лица осудени за кривични дела за сексуална злоупотреба на малолетни

лица и за педофилија⁵, може да се заклучи дека целта на обработката на личните податоци е обезбедување заштита на децата од сексуална злоупотреба, педофилија и од трговија со малолетни лица преку достапност на информации за лицата што живеат во нивната околина, а кои се осудени за такви кривични дела.

Вака поставената цел не е во согласност со начелата на заштита на личните податоци од аспект на достапноста на информациите. Практиката во државите каде има ваков регистар е достапноста до него да биде ограничена, односно пристап до регистрите имаат градинки, училишта, домови за деца, интернати, родители кои ќе се обратат во полициска станица.

Обемот на податоци содржани во регистарот би бил соодветен доколку пристапот е ограничен. Во овој случај, кога регистарот е јавно достапен, потребно е намалување на обемот на лични податоци (иницијали, точен датум на раѓање, точна адреса на живеење). Во секој случај, тоа што овој регистар има статус на јавна база на податоци не значи дека тие податоци можат да бидат објавувани од медиумите.

Иако во меѓународната регулатива за заштита на приватноста е вметнат принципот⁶ на „право да бидеме заборавени на интернет“, отстранувањето на податоците кои се дел од вести и од прилози на медиумите е практично невозможно. Затоа, треба да се води сметка за тоа дали кога малолетната жртва ќе порасне, ќе смета дека јавно достапните информации и податоци за неа, објавени во име на јавниот интерес, ја повредуваат нејзината приватност и влијаат на нејзиниот живот.

3 OFCOM Broadcasting code

https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0021/27633/broadcastingcode2013.pdf

4 Посебен регистар за лица осудени со правосилна пресуда за кривични дела за сексуална злоупотреба на малолетни лица и педофилија, Министерство за труд и социјална политика, Службен весник на РМ, бр. 11 од 24.1.2012 година http://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/zakoni/poseben_registar_pedofili_osnoven.pdf

5 Ибид

6 “Right to be forgotten’ and online search engines ruling” (Press release). European Commission. 03.06.2014 http://ec.europa.eu/justice/newsroom/data-protection/news/140602_en.htm

ЕКСПЛИЦИТНИТЕ СОДРЖИНИ ВО МЕДИУМИТЕ И НИВНИОТ ЕФЕКТ ВРЗ ДЕЦАТА

Пишува: Агрон Врангала



Photo by: Cogito ergo imago, Great Moment In Journalism
<https://www.flickr.com/photos/37244380@N00/3367107195>

Секогаш се зборувало за влијанието на медиумите врз разни општествени категории, и покрај фактот дека дел од современите теоретичари не мислат дека е рационално да се занимаваат со ефектот на медиумите. Главната причина е дека „ефектите“ или влијанијата не доаѓаат од медиумите на ексклузивен начин, туку се последица на неколкуте „агенции“ за социјализација, како што може да бидат семејството, повозрасните браќа и сестри, училиштето, општеството и, на крај, медиумите. Како и да е, ефектите на медиумите се евидентни во општеството. Тие се засноваат на

Елементи што се сметаат како најштетни, особено за категоријата деца и тинејџери, се сценира со употреба на насилство, содржините што стимулираат зголемување на стравот, познати како хорор, сексуалните содржини, моменти на користење дрога, алкохол, тушун и други нешта штетни по здравјето.

активното учење, како основа за социјализација и за концентрирање на вниманието врз важноста на читањето на медиумот или медиумското пишување и читање (media literacy). Тоа што може да влијае позитивно во разликувањето на разните медиумски содржини е медиумската едукација. Вака, новите генерации ќе имаат можност да создаваат една појасна слика врз основа на тоа што им се прикажува во медиумите. Медиумската култура денес е една целина

од потребни способности за да се разликуваат реалноста од фантазијата и манипулациите во медиумската содржина.

Каде вечерале сестрите Кардашијан!?

Најчестите елементи што се сметаат како најштетни, особено за категоријата деца и тинејџери, се сцените со употреба на насилство, содржините што стимулираат

Еден феномен што се прошири многу во сите портали по светот, и без да недостига и во порталите од Македонија, е токму употребата на овие содржини за да се зголеми бројот на кликувања.

зголемување на стравот, поинаку познати како хорор, сексуалните содржини, моменти на користење дрога, алкохол, тутун и други нешта штетни по здравјето, и така натаму. Со појавување на интернетот, консумирањето на овие содржини се зголеми. Ова не значи дека тие не биле или не се присутни и кај весниците или списанијата, аудиоматеријалите, телевизијата, киното и други. Еден феномен што се прошири многу во сите портали по светот, и без да недостига и во порталите од Македонија, е токму употребата на овие содржини за да се зголеми бројот на кликувања.

Неконтролираното и неоправдано објавување на фотографиите на Ким Кардашијан, на пример, зборува за една перверзна ориентација на многу портали да ги провоцираат емоциите и страстите кај човекот. Во реалноста, сите ние знаеме дека нема никаква важност каде вечерале вечерва сестрите Кардашијан или со кого ја помина ноќта

Амбер Роуз. Таквите прототипи не недостигаат ни во албанскиот медиумски свет, како Шкендије Муја, Калаши или некоја друга славна личност за нашата публика. Доколку сте забележале, овие ликови честопати немаат ниту еден талент, и доколку ги немаат мазните физички атрибути (што е секогаш прашање на перцепција), тие никогаш не би ја постигнале таа слава што ја имаат денес. Но, зошто целиот овој интерес за да се употребат овие социјални феномени?! Многу едноставно: собирањето кликувања во недостиг од способност на медиумите да ѝ понудат нешто поважно за публиката.

Кога зборуваме за публиката под 18-годишна возраст, внимание! Фотографиите или видеозаписите со еротски нијанси што се објавуваат на информативните веб-страници се поопасни од самите порнографски веб-страници. Бидејќи, на крајот на краиштата, постојат програми и опции што овозможуваат блокирање на страниците за возрасни. Но, што да се прави со сличните содржини што се објавуваат на информативните портали? Пред сè, ова е прекршување на самите стандарди во самиот тој медиум, бидејќи првин се претставува како „информативен“, а потоа објавува вести кои е многу тешко да ги ставиш и во „розвата“ категорија!

„Една американска студија покажа дека 90 отсто од телевизиските програми поседу-

Медиумите собираат кликови во недостиг да ѝ понудат нешто поважно за публиката.

ваат сексуална содржина, додека 60-75 отсто од музичките видеоклипови имаат таква содржина. Ова не подразбира секогаш прикажување на сексуални сцени. Овде може да се вклучат и дискусиите со сексуална нијанса или визуелните еуфемизми, како и сексуалниот бихевиоризам.“¹

Медиумите и сексуалниот бихевиоризам

Вреди да се напомене дека таквите содржини не им овозможуваат на малолетните сексуална едукација. Напротив, силно влијаат во расипувањето на нивната едукација во оваа социјална област. Преку таквите прикажувања, младата публика мисли дека ова е тоа што му треба на човекот или дека

Фотографиите или видеозаписите со еротика што се објавуваат на информативните веб-страници се поопасни од самите порнографски веб-страници. Бидејќи, на крајот на краиштата, постојат програми и опции што овозможуваат блокирање на страниците за возрасни.

овие се моделите на жени на кои треба да им се восхитува. Значи, во фантазијата на машките се создава една целосно погрешна перцепција за спротивниот пол. Реалноста, пак, се разликува многу од виртуелноста, но постојаното наметнување на овие содржини влијае негативно во создавање на едно здраво мислење за реалноста. Овде се опфаќа и мешањето на чувствата, неисполнувањето на очекувањата, желбата да се остане поврзан со виртуелното и дистанцирање од реалноста, губењето самодоверба, социјалното депримирање и др.

Честопати, овие содржини се дефинираат како еротски или порнографски, иако овие два термини се разликуваат. „Еротика“, како термин, доаѓа од античкиот грчки јазик што подразбира ерос (љубов), рефе-

рирајќи на сексуално експлицитни содржини. Терминот „порнографија“, пак, исто така произлегува од грчкиот јазик, и се употребувал од писателите кога пишувале за проститутките. Овој термин го опфаќа насилството и акциите што ја деградираат и ја понижуваат жената.

Моралните аспекти

Сексуалните содржини спакувани на овој начин предизвикуваат пречки или социјални незадоволства, создавајќи на еден начин погрешно или нездраво знаење за сексот. Претераноста на овие содржини може да ги корумпира моралните вредности на луѓето. Сексуалните медиумски содржини, исто така, може да ги поттикнат луѓето да ги помешаат нивните социјални улоги.

Поради оваа причина, моралните, верските и одредбите создадени од државата, повикуваат на контрола и на менаџирање на овие содржини. Што повеќе се зголемува свеста за општата медиумска култура кај

Вреди да се напомене дека таквите содржини не им овозможуваат на малолетните сексуална едукација. Најројлив, силно влијаат во расипувањето на нивната едукација во оваа социјална област.

новите генерации, толку повеќе ќе се намали количеството на овие содржини во медиумите. Самите барања на публиката ќе станат поквалитетни и вака ќе ги натераат медиумите да мислат малку повеќе, особено во моментите кога објавуваат вести од типот „Руската манекенка не остава ништо на фантазијата“.

страница 164-182

ПОГЛАВЈЕ 09

Член 10 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој нема свесно да создава ниту преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омразата и нема да поттикнува на насилство и дискриминација во која било основа (национална, верска, расна, полова, социјална, јазична, сексуална ориентација, поличка...).

ХАЈКА ПРОТИВ УСТАВНОТО ПРАВО НА ПРОТЕСТ

Пишува: проф. д-р Мирјана Најчевска, експерт по човекови права



Фотографија: МЕТА

Во одреден број медиуми („Сител“, „Канал5“ ...) и во неколку новински агенции („Нетпрес“, „Куир“, „Република“...) се појавија наслови и текстови во кои се атакува врз дел од граѓанските активисти што учествуваат на демонстрациите на „Шарената револуција“ во 2016 година:

- Мега скандал: Шарените револуционери платени со огромни суми на пари да го „фарбаат“ народот;¹
- Шарена револуција за фарбање на народот и за перење пари;²
- Шарените револуционери си ги полнат џебовите со пари за да го „фарбаат“ народот;³
- НЕТПРЕС: Вртоглави суми пари за „шарените револуционери“;⁴
- Шарена револуција за фарбање на народот и за перење пари;⁵
- Порака до СДСМ: Се моли шарената револуција да не го фарба народот;⁶

Авторот не само што не се обидува да прикаже реална ситуација, туку очигледно намерно ја дезинформира јавноста со произволно измислени бројки, без временска рамка и, секако, без извори на податоци што би требало да ја потврди релевантноста на дадената информација.

1 <http://netpress.com.mk/mega-skandal-sarenite-revolucioneri-plateni-ogromni-sumi-na-pari-da-go-farbaat-narodot/>

2 <http://www.time.mk/c/640330ea4c/sarena-revolucija-za-farbanje-na-narodot-i-za-perenje-pari.html>

3 <http://republika.mk/599515>

4 <http://press24.mk/netpres-vrtoglavi-sumi-pari-za-sharenite-revolucioneri>

5 <http://vistina.mk/?p=357494>

6 <http://sitel.com.mk/poraka-do-sdsm-se-moli-sharenata-revolucija-da-ne-go-farba-narodot>

- ОБВНОВЕНО-Најгласните граѓанските активисти на шарената револуција дебело платени за да протестираат;⁷
- „Нетпрес“: И по 30.000 евра годишно, да се биде „револуционер“ – една од најдоходовните професии во Македонија⁸

На пример:

„Десетици имиња на најгласните граѓански активисти во протестите на СДСМ се наоѓаат на илалниот список на соросовите организации. Практично се работи за илалени и дежурни демонстрации кои својот граѓански активизам дебело го наплаќуваат.

Како што и во текот на вчерашниот ден објави Нетпрес, буквално ите добиваат илалта за да протестираат, а илалите не се проблем. Ситици илјади денари, а некаде и во милиони се бројат бруто износите што ги инкасираше активистите на шарената револуција илалени да го „фарбаат“ народот со своите шарени лаги“.

На прв поглед, станува збор за текстови кои се базираат на факти, со кои се информира јавноста за прашања од јавен интерес и се практикува слободата на изразување во согласност со членот 10 од Европската конвенција за човековите права и другите меѓународни документи (член 19 од Универзалната декларација, член 19 од Меѓународниот пакт за граѓанските и политичките права...).

„... Застапникот на ЛГБТ заедницата Љуми Бекири кој сега е дел од иницијативата протестирам, а ирејходно и од студентскиот иленум си земал илални дури илални соросови организации, од илалта соросова ФОРУМ ЦСИД илално илално од илално 4.260 денари, илално илално од Хелсиншкиот комитет на Пировска од илално 6.148 денари, како и од организацијата Цивил од илално 2.484 денари... Граѓанскиот активист Маријен Демири кој јавноста го илално илално на илално кај професорката Каракамишева, илално илално си ги

наплаќил своите активности и во 2014-та година од соросовата ЦСИД ФОРУМ имал илално од илално 3.398 денари... На илалниот список на соросовите организации е и Здравко Славевски од Левица кој заработил и илално за нарушување на јавен ред и мир и илално на државниот имот. Тој за своите активности си заработил илално 3.398 денари од соросовата ЦСИД Форум... Жената за која македонскиот народ е илално, и која искажуваше навреди кон македонските бранители во куманово, Мирјана Најчевска, своите услуги ги наплаќувала илално соросовата ФОРУМ ЦСИД од каде инкасираше 55 илјади денари, а илално миналата година земала и од Македонското здружение на млади илалници...“

Што е проблематично во овие написи?

Прво што паѓа в очи е логичката грешка „non sequitur“, заклучокот кој е изведен во текстот не произлегува од премисите кои се дадени. Имено, во текстот е изведен заклучок (авторот тврди) дека сите спомнати лица се платени за излегување на протести, односно, за организирање на протестите и за нивна поддршка.

„Ситици лица инкасираше различни суми на илални од чадорот на невладини организации на СДСМ, а за возврат ите се најгласните и дежурни протестанти и кријкувачи на влалта.“

Наспроти ова тврдење, авторот не нуди ниту еден доказ, односно податок дека спомнатите луѓе примиле пари за организирање на протестите. Очигледно, се работи за очајнички напор да се „дбарушка во мрачно“, па ако случајно нешто се набоде... Видливо е дури и дека не се работи за средства примени, на пример, во рамките на конкретни проекти за конкретни активности (на пример, обуки, изработка на анализи и истражувања, подготовка на прирачници и друг едукативен материјал и сл.). Во секој случај, она што дефинитивно нема е **податок** дека добиле пари за да организираат протест или да го предводат протестот.

7 <http://netpress.com.mk/obvnoveno-naiglasnite-graganskite-aktivisti-na-sarenata-revolucija-debelo-plate-ni-za-da-protestiraat/>

8 <http://netpress.com.mk/obvnoveno-naiglasnite-graganskite-aktivisti-na-sarenata-revolucija-debelo-plate-ni-za-da-protestiraat/>

Авторот не само што не се обидува да прикаже реална ситуација, туку очигледно намерно ја дезинформира јавноста со произволно измислени бројки, без временска рамка и, секако, без изворот на податоци што би требало да ја потврди релевантноста на дадената информација.

Од друга страна, авторот не ја посочува многу јасната врска меѓу барањата кои се поставени во рамките на демонстрациите и целокупната работа на здруженијата на граѓани

Одворениот медиумски атак врз одредена група луѓе поради нејзиното несогласување со власта и критиките уапсени кон власта, е сировивен како на меѓународните стандарди на етичкото новинарство, така и на меѓународните акти за заштита на човековите права.

со кои се поврзани спомнатите луѓе (заштита на човековите права), што секако зборува за конзистентноста на нивните убедувања и за подготвеноста да ги постават на дневен ред на најразличен начин.

Второ што паѓа в очи е намерата на авторот, а тоа е заштита на власта.

- ... ширејќи мези за наводно нейосноење на слобода, недостигајќи до демократија, со цел рушење на легитимно избрана влада.
- ... ише се најгласните и дежурни прошеши и критикувачи на власта.
- ... се сака да се загрози стабилноста на државата
- ... рушење на демократски избрана Влада

Од содржината на текстот произлегува дека не постојат никакви причини за критика на власта и за поставување барања за повеќе демократија и слобода и дека критиката е вештачки создадена и стимулирана. Бројните написи и наводните факти кои се пласираат во нив, се насочени кон лично дезавуирање на оние луѓе кои се перцепираат како најгласни критичари на власта.

Ваквиот начин на презентирање и ваквиот отворен медиумски атак врз одредена група луѓе поради нејзиното несогласување со власта и критиките упатени кон власта, е спротивен како на меѓународните стандарди на етичкото новинарство, така и на меѓународните акти за заштита на човековите права.

Според водичот за заштита на новинарството изработен од страна на Советот на Европа⁹, извршувањето на новинарската професија подразбира „... дејствување во добра верба за обезбедување навремена и сигурна информација...“. Меѓу другото, ова подразбира дека информацијата е потврдена и добиена од сигурен извор, дека е ставена во соодветниот контекст, дека се понудени точни податоци, дека е дадена можност за оспорување на податоците, дека се бара одговорност на оние кои се на власт, се поддржува размената на различни мислења, се поддржува контролата над власта, не се извртуваат фактите...

Во спомнатите написи отсутнуваат сите елементи на етичкото новинарство.

Според овој водич, во својата работа новинарите особено внимание треба да посветат на заштитата на човековите права и на експонирање пред јавноста на властите кога ги повредуваат овие права и изнесување пред јавноста на случаите на корупција и на злоупотреба на моќта.

Советот на Европа го формулирал овој водич, тргнувајќи од претходно воспоставена и прифатена рамка на етичко новинарство кое се развивало рака под рака со заштитата на човековите права во Европа и кое подразбира дека новинарите имаат

⁹ Council of Europe adopts guidelines to protect journalists, The Financial <http://www.finchannel.com/index.php/world/georgia/120-georgia/56851-council-of-europe-adopts-guidelines-to-protect-journalists>

интерес да го заштитат и да го промовираат највисокиот стандард на човековите права и, особено, правото на слободно изразување. Со хајката против оние кои се спротивставуваат на власта и кои ја критикуваат власта, спомнатите медиуми, всушност, го загрозуваат правото на слободно изразување и правото на собирање на луѓето, гарантирани со меѓународните документи.

Ова претставува директно кршење на суштината на меѓународното право, според кое, „ниџу една одредба на меѓународниџе акџи за зашџиџа на човековиџе џрава не може да се џолкува како џраво за која било држава, џруџа или лице да врџи која било дејност или да врџи каква било работџа насочена кон рушење на џраватџа и слободиџе џџо се содржани во нив“. Овие написи се и директно спротивни на Декларацијата за правата и одговорностите на индивидуите, групите и органите на општетсвото да ги промовираат и заштити универзално прифатените права и основни слободи на човекот¹⁰, според која, „Секој има џправо да се жали на џолиџиџиџе и акџивностџиџе на власџиџе коџа џи џовредуваатџ човековиџе џрава“, и

„Секој има џправо сам или со друџи да учесџвува во мирни акџивностџи насочени џроџив џовредџиџе на човековиџе џрава и основни слободи“. Целокупната логика на актите што се насочени кон обезбедување поголема заштита на новинарите и слобода на изразувањето, тргнуваат од позиција дека тие новинари се загрозени од државата, од структури во власта (кои или ги напаѓаат или, пак, ги казнуваат за она што го изнесуваат) заради вршењето на својата контролна функција и функција на заштитници на човековите права.

Се поставува прашањето дали треба да бидат заштитени новинарите или квазиновинарите кои се спротивставуваат на слободата на изразување, на различноста на мислењата и

целосно апстрахирајќи се од изнесените аргументи или од изнесување противаргументи – водат хајки против оние кои ја атакуваат власта? Дали воопшто може да ги третираме како „новинари“ и на нив да се применуваат актите кои се борат за слобода на изразувањето или, пак, треба да се третираат едноставно како органи на државата (кои се

Во својатџа работџа новинариџе особено внимание џреба да џосветџат на зашџиџатџа на човековиџе џрава и на ексџонирање џред јавностџа на власџиџе коџа џи џовредуваатџ овие џрава.

затскриваат зад називот медиум) чија цел е сузбивање на слободата за изразување?

Комисијата за човекови права на ОН, токму во контекст на држави каде и самата држава и нејзините експоненти (како што се, на пример, разни медиуми, квази-медиуми, пропагандни куќи, новински агенции и сл.) се масовни прекршувачи на човековите права, вклучувајќи го и правото на слободно изразување на сопственото мислење, ги усвојува Принципите против неказниџост¹¹ и, со тоа, ја предвидела и оваа ситуација. Во принципот 27, најдецидно се констатира дека тоа што подредениот постапувал по наредби – воопшто не го ослободува од одговорност, а особено не од кривична одговорност (а во случајов се работи се неколку кривични дела ...). Со истиот принцип се утврдува и одговорноста на претпоставениот (па дури и да е тоа самиот шеф на државата или шеф на Владата) ако подредениот тоа го направил самоиницијативно.

10 Declaration on the Right and Responsibility of Individuals, Groups and Organs of Society to Promote and Protect Universally Recognized Human Rights and Fundamental Freedoms, UN, 08.03.1999
<http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Defenders/Declaration/declaration.pdf>

11 Principles for the protection and promotion of human rights through action to combat impunity, UN, 2005
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=E/CN.4/2005/102/Add.1

ДА СЕ ОБЈАВИ ИЛИ НЕ?

Пишува: Биљана Илиќ



Photo by: Open Knowledge, IMGP4357

<https://www.flickr.com/photos/50136062@N03/6151917789>

Со кусо предупредување дека станува збор за „скандалозно расистичко видео“ кое се однесува на Ромите, на Сорос и на СДСМ, само со една скромна реченица текст, еден портал објави неспорно расистички и навредувачки видеозапис, дело на извесна

опскурна личност (со која истиот портал по-доцна направи и интервју). Интересно е да се каже дека видеоснимката е поставена на „Јутјуб“ во октомври 2011 година и нејасно е

Треба добро да се размисли пред нешто да се објави. Брзината често може да доведе до нејромислени и погрешни одлуки.

која била причината тоа сега да се извади „од нафталин“ и да се актуелизира.

Како да се известува за говорот на омраза

Овој случај нè води кон една стара етичка дилема во новинарството – дали и како да се известува за говорот на омраза и за сличните настани и појави кои имаат потенцијал

Многу е важно да се препознаваат вистините што имаат потенцијал да генерираат општествено неприфатливо поведение, да се анализираат нивните атрибути и внимателно да се донесуваат добри уреднички одлуки.

за вирулентно генерирање на општествено неприфатливо поведение? Пред појавата на интернетот, новинарската етика имаше сосема конкретен одговор на ова прашање. Препорака беше таквите вести да не се објавуваат. Во теоријата, често се спомнуваше примерот на една објавена вест за исцртани кукасти крстови на една синагога во Америка, која довела до тоа оваа појава да се повтори во повеќе други градови. Денес, длабоко во ерата на интернетот, прашањето „дали нешто треба да се објави“, речиси губи смисла. Понекогаш, особено како

во спомнатиот случај, кога навистина немало професионална причина да се преобјави нешто што одамна е објавено на „Јутјуб“, се чини дека одлуката да не се објави би била разумна и пожелна. Дотолку повеќе што нема начин да се избегнат негативните ефекти од објавувањето – многу луѓе со љубопитство, а некои и со уживање, ќе го изгледаат скандалозниот видеозапис и нема многу да им значи тоа што е оквалификуван како расистички. Веројатно ќе има и такви што оваа содржина ќе ја доживеат како инспирација за сопствен придонес во ширењето на говорот на омраза.

Не ни е намерата да ја осудуваме постапката на порталот, бидејќи на сличен начин се однесуваме речиси сите во медиумите кога известуваме за случаите на говор на омраза. Познато е дека безмалку секоја објава во која еден наш познат новинар демонстрира жесток говор на омраза, доживува десетици преобјавувања, не само на социјалните мрежи, туку и во медиумите. Иако најчесто неговиот говор на омраза се коментира со остра осуда, како што и заслужува, неговото претерано присуство во медиумите, сепак, придонесува за ширење на неговиот дискурс – таа личност така станува сè популарна и повлијателна.

Реакциите и „креативната анархија“ на интернет

Според тоа, зборуваме за дилема која сите нè оптоварува и за која немаме едноставен и дефинитивен одговор. Случајот што го анализираме покажува какви можат да бидат последиците од една погрешна одлука. Имено, по објавувањето на скандалозната видеоснимка, до медиумите соопштение испрати Партијата за целосна еманципација на Ромите. Во реакцијата се

тврди дека „низ социјалните мрежи во вид на видео запис (видеото е веќе недостапно, н.з.) се врти видеоматеријал наarachан најверојатно од канцеларијата односно од кујната на лаги и на неистини“ (при што се алудира, очигледно, на владејачката партија). Тоа веројатно можело да се претпостави во 2011 година, но, во 2013 година, сепак, тоа не е точно.

Дополнително, Самка Ибраимовски, лидерот на ПЦЕРМ, бара „видеозаписот да биде повлечен од социјалните мрежи на интернет од страна на творците од членовите на ДМПНЕ кои се платени за ова и јавно да се извинат за нивните расистички навреди пред целата јавност“. За жал, ова барање е

Кога човек ќе згреши (кој работи, нели, тој и греша), најдобро е да ја исправи грешката и ако може, и да се извини.

бесмислено и спротивно на освоените слободи и „креативната анархија“ која владее на интернет – никој нема обврска, а веројатно нема ни желба, да постапи според ова барање – на засегнатата партија, чија вознемиреност од навредите содржани во овој материјал е оправдана. Конечно, клучен проблем е на кој начин оваа реакција би можела да биде објавена во други медиуми, без при тоа да се избегне опасноста да се наведе изворот (и при тоа да се стигматизира тој што ја објавил веста, поради една непромислена постапка) и без да се објави спорниот видео запис или барем линк што води до него –

ако тоа го сторат, медиумите ризикуваат да земат учество во популаризацијата на расистичкиот видеоматеријал и, евентуално, да генерираат слично поведение во иднина.

Брзината и погрешните одлуки

Единствениот добар совет што може да се даде за ваквите случаи е добро да се размисли пред нешто да се објави. Брзината често може да доведе до непромислени и погрешни одлуки. Така, ден пред големиот верски празник Рамазан-бајрам во 2013 година, заедно со мноштвото македонски портали и традиционални медиуми, „Плусинфо“, повикувајќи се на руско радио, објави вест дека во Македонија се обучуваат исламски фундаменталисти. На социјалните мрежи беше предупредено дека станува збор за веројатен спин од сомнителен извор (интервенција на Ѓунер Исмаил). „Плусинфо“ ја повлече веста и јавно се извини. И МВР подоцна ја демантираше таа шпекулација. Тоа, се разбира, не може да ги поправи штетните ефекти што ги предизвика веста.

Многу е важно да се препознаваат вестите што имаат потенцијал да генерираат општествено неприфатливо поведение, да се анализираат нивните атрибути и внимателно да се донесуваат добри уреднички одлуки. Во 2011 година, кога бил објавен спомнатиот расистички видео запис на „Јутјуб“, добра уредничка одлука било за тоа да се извести јавноста, но аголот на приказната да биде таков што читателот не би бил доведен во дилема дали авторот ја критикува појавата или само собира кликови. Во 2013 година, објавувањето на оваа видеоснимка, во каква било форма и со какви било придружни коментари, е етички прекршок.

А кога човек ќе згреши (кој работи, нели, тој и греша), најдобро е да ја исправи грешката и ако може, и да се извини.

КАКО ДА СЕ ПРЕНЕСАТ ЗБОРОВИ НА ПОЛИТИЧАР КОГА ВО НИВ ИМА ЕЛЕМЕНТИ НА ГОВОР НА ОМРАЗА

Пишува: Александар Писарев



Photo by:Jon S, Newspaper fire orange
<https://www.flickr.com/photos/62693815@N03/6277337422>

Најчесто политичарите се тие кои се спомнуваат дека произведуваат говор на омраза, при што новинарите се само во улога на трансмитер на таквиот говор, дистрибутер или мегафон преку кој политичарите на овој начин ги соопштуваат своите пораки.

Како новинарот треба да го пренесе директното обраќање на политичкиот субјект, политичар, лидер на политичка партија, член на владата или премиерот, ако тој користи говор на омраза, напаѓачки квалификации и навреди и на тој начин може да предизвика негативна стереотипизација? Во нашата практика новинарите најчесто експлицитно го пренесуваат говорот на омраза на политичарите. Притоа, тие навистина не можат да трпат некакви правни консеквенци, но имаат етичка одговорност.

Ваквите настапи на политичарите во европската практика се „санкционираат“ на

Новинарот има право на политичарот што говори со омраза, да му го „ускрати правото на слободата на говорот“, така што тој дел од неговото излагање, во рамките на саморегулацијата, нема да го објави.

два начина. Новинарот во таква ситуација има право на политичарот да му го „ускрати правото на слободата на говорот“, така што тој дел од неговото излагање, во рамките на саморегулацијата, нема да го објави. Втората можност е тој дел од говорот, каде има елементи на говор на омраза, да го стави во некаков контекст. Притоа, тој ќе укаже дека во неговото излагање има недозволено користење на говор на омраза и ќе се повика на кривичниот закон, кој во европските земји во одредени случаи на говор на омраза предвидува и казна затвор во траење од три години.

Говорот на омраза во најголем број случаи е насочен кон друга етничка заедница, политичкиот противник или ЛГБТ-популацијата. Граѓаните во таквите ситуации се претворени во „заробен аудиториум“, кој мора да ги слуша нивните навреди без право на избор. Односно, има само еден избор: да слуша/гледа/чита или да не слуша/не гледа/не чита. Новинарот треба или да го избегне тој дел од говорот или да го контекстуализира. Но, во никој случај не треба експлицитно да го пренесе.

Најчеста употреба

Политичарите говорот на омраза најчесто го употребуваат во предизборни кампањи за да го дисквалификуваат политичкиот противник, да го омаловажат и да ги одвратат избирачите од гласање за него. Таквите прилози,

Говорот на омраза во најголем број случаи е насочен кон друга етничка заедница, политичкиот противник или ЛГБТ-популацијата. Граѓаните во таквите ситуации се претворени во „заробен аудиториум“, кој мора да ги слуша нивните навреди без право на избор.

во кои новинарот експлицитно го пренесува говорот на омразата на политичарот, можат да предизвикаат атмосфера на сериозни тензии во политичките и во меѓуетничките односи и во себе да носат прикриен или отворен повик за насилна мобилизација, дискриминација, насилство и нетолерантност.

Пример:

„... Со твоето минато, од менувањето на името во БЈРМ, со твоите шверцови за

време на ембаргото за кои до ден денес балканските криминалци со носталгија раскажуваат како во кафана сте делеле пари од народот, со создавање октопод и пирамидалните штедилници со кои јавно го ограби народот, со криминалот кој царуваше во твоето време, со твоето неработење, лаги и манипулации на народот... Не дека екипата ти е нешто поарна, твоите пајташи и оние кои те следат како мали кутренца...“ (говор на премиерот на локалните избори 2013 г.).

Со вака експлицитно пренесен говор на политичар, медиумите имаат негативна улога кон дезинтеграција на општеството, било преку невнимателно или преку намерно известување кое поттикнува стереотипи, предрасуди, поделби и нетолеранција.

Само со саморегулација и со почитување на Кодексот на новинарите на Македонија (член 14: Известувањето од политичките процеси, особено од изборите, треба да биде непристрасно и избалансирано. Новинарот мора да обезбеди професионална дистанца од политичкиот субјект), можат да се сочуваат етичките и професионалните принципи и вредности и угледот и достоинството на професијата.

Нема место за амнестија

Повеќето млади новинари сметаат дека ако директно го цитираат и го стават под наводници говорот на политичарот во кој има елементи на говор на омраза, тие се амнестираат од одговорноста за неговите зборови. Грешат, бидејќи ако не го проблематизираат говорот на омраза што го користи политичарот, ако не го стават во умерена рамка и во соодветен контекст кој нема да го вознемири читателот/гледачот, со еден збор граѓанинот, тие стануваат обични дистрибутери и гласноговорници на политичкиот субјект со што ја губат општествената улога што им е доверена. Европското законодавство уште од крајот на минатиот век, а поинтензивно од 2000 година во своите кривични закони го внесува

поглавјето и казнените одредби за говорот на омраза и за оној кој го употребува и за оној кој пренесува таков говор. Во Кривичниот закон на Велика Британија ова е многу прецизно регулирано:

„Ако некој примени каков било начин да ја вознемири јавноста со: поттикнување на омразата против делови на населението или повикува на насилни мерки против нив, го напаѓа човековото достоинство, ги навредува другите и злонамерно ги оцрнува пред граѓаните, навредува делови на населението, ќе се казни со затвор од три месеци до пет години. Оној кој ова како содржина ќе го пренесе во медиумите, радио, ТВ или печат, ќе се казни со затвор повеќе од три години“.

„Би-би-си“ во врска со ова го отвора прашањето на новинарската, односно медиумската неутралност. Дали во некои случувања, особено ако се афримира омразата, дискриминацијата или насилството, може да се биде неутрален. Притоа, мора да се води сметка за одговорност на јавниот збор. Медиумите никако не смеат да станат погодно средство за ширење ксенофобија, омраза, насилство, вознемиреност или страв. Филип Бретон (професор по журнализам на Универзитетот во Стразбур) вели дека тоа не е лесно да се реши, бидејќи тие што испраќаат такви пораки, тоа го прават целосно свесно, ги злоупотребуваат медиумите за да пренесат кодирана порака или да мобилизираат.

„... Немуслиманското население во светот звучниците ги нарекува „звучно чистење“, метод со кој оците сакаат да ги натераат немуслиманите да се иселат“ (пораката објавена во нашите медиуми).

Во вакви случаи, медиумите и новинарот мораат да бидат свесни за одговорноста која ја имаат во хетерогено општество. Не смеат да бидат трансмитери на изјавите кои внесуваат елементи на верска нетолеранција и се движат во рамките на негативните стереотипи.

Опасност по демократија

Ако кај новинарите е развиена морална култура, тие ќе бидат чувствителни и внимателни и ќе откриваат навреме секој таков обид. Спротивно, ако кај новинарите не постои отпор кон таквото однесување на политичарите, се зголемуваат манипула-

**Со експлицитно
пренесен говор на
омраза на политичар,
медиумите имаат
негативна улога кон
дезинтеграција на
општеството, било
преку невнимателно
или преку намерно
извештување
кое општеството
стереотипи,
предрасуди, поделби и
нетолеранција.**

циите со граѓаните кои оставаат катастрофални последици во јавниот живот и претставуваат огромна опасност за демократијата. Се вклопуваат во шемата на ширење на предрасудите, стереотипите, дискриминацијата..., стануваат учесници во говорот на омразата и некритичкото ширење пораки. Во кризните ситуации овие облици попримаат патолошки димензии. Најопасно е преку медиумите да се шират омразата и предрасудите, бидејќи тоа најчесто завршува со насилство.

Медиумите што шират и пренесуваат говор на омраза се соучесници во можните злосторства¹ што произлегуваат од неа. Новинарите и медиумите се одговорни за

1 Злосторства од омраза
<http://www.zlostorstvaodomraza.com/>

содржините што ги пласираат или ги прикажуваат без оглед на тоа кој ги произведува. Водителот на дебатна емисија, во чии рамки пораките се исполнети со омраза и со сочни епитети, може да се победи само со отворено спротивставување на таквото новинарство.

„Би-би-си“ има воспоставено уреднички правила како чин на саморегулација, според кои новинарот е должен строго да води сметка да не го пренесува директно говорот на омразата ако политичарот или друг политички субјект го употребил во која било пригода. Британскиот јавен сервис има воведено свои стандарди и им препорачува на новинарите да ги применуваат во вакви ситуации, така што или ќе го избегнат тој дел од говорот на политичарот или мора да го контекстуализираат за да се овозможи соодветна заштита на јавноста од материјал кој нанесува навредливи и штетни дисквалификации.

„Би-би-си“ советува при пренесување на говор на политичар, новинарот да води сметка за почитување на човековото достоинство. Заплашувањето, понижувањето, агресијата и дерогативните забелешки се дел од човековото однесување кои можат да бидат внесени во содржината на медиумскиот прозивод. Дел од тие содржини можат да бидат сурови, но и претерано заплашувачки, заканувачки, понижувачки, агресивни, навредливи...

„Ако за Фатмир Дехари сите градови, почнувајќи од Тирана, преку Струга, Кичево, Гостивар, Тетово, Скопје, Куманово ќе формираат една Албанија и ако Фатмир Дехари сака да живее во Албанија, еве му ја Албанија, нека си оди таму, нека си живее во Албанија“ (џорџа на џолиџичар за време на кампања за локалните избори 2013 г.).

Ваквите содржини од говорот на политичарот, медиумот не смее да ги истакнува. Мора да внимава таквите коментари, како и тонот со кој се изречени, да бидат ставени во некаков контекст пред да бидат објавени и пласирани кон целта кон која се насочени. Европската конвенција за човековите права²

во членот 10 дава упатство како да се однесуваме доколку политичкиот субјект употребува говор на омраза. Таа вели:

„Секој има право на слобода на изразување. Ова право ја вклучува слободата на

**Европската
законодавство уште од
крајот на минатиот
век, а џоинџензивно од
2000 година, во своите
кривични закони го
внесува џоглавјето и
казнените одредби за
говорот на омраза и за
оној кој го употребува
и за оној кој пренесува
таков говор.**

мислење и слободата на испраќање и на примање пораки и информации. Но, однесување на овие слободи може да подлежи на ограничување или санкции доколку поттикнува омраза, ксенофобија, национална, расна или верска омраза, доколку вознемирува, заплашува, мобилизира, содржи форма на нетрпеливост, агресија, етноцентризам, дискриминација по која било основа или непријателство кон малцинствата. Медиумите и новинарите се должни, доколку забележат такви содржини, јавно да ги отфрлат секогаш кога ќе се појават“.

Би било корисно медиумите, односно нивните новинари, во програмските сервиси да ги оспоруваат сите изјави на политичките субјекти и на соговорниците ако овие употребуваат говор на омраза кон која било етничка, културна, религиозна и друга заедница.

2 Европска конвенција за човекови права
http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_MKD.pdf

Како да се препознае говор на омраза

Не постои универзално прифатена дефиниција на говор на омраза, иако неговото ширење преку медиумите е забрането во легистативата на голем број земји. Најчесто говорот на омраза се опишува како форма на изразување, која е мотивирана од и која има цел да поттикнува непријателство кон некоја група или нејзините припадници. Идентификување на исказите што се класифицираат како „говор на омраза“ е прилично тешко, бидејќи овој вид говор не мора секогаш да се манифестира преку експлицитни изрази на „омраза“ или емоции. Тој може да биде прикриен во искази кои на прв поглед може да се чинат рационални и логични:...

„Ако Фаџмир Дехари сака да живее во Албанија, еве му ја Албанија, нека оди, нека си оди таму, нека живее таму“... (пример од локалните избори 2013 г.).

Политичарите во посткомунистичките земји, а особено на Западен Балкан говорницата ја претвораат во место од каде ќе го плукаат својот политички противник: *„балканските криминалци со ностралија раскажуваат како во кафеана сѐ делеле џари*

Ако кај новинариите е развиена морална култура, тие ќе бидат чувствителни и внимателни и ќе откриваат навреме говор на омраза.

од народот“... (порака од премиерот до политичкиот противник). Ќе плукаат национално или религиозно малцинство; *„звучно чистење, метод со кој оциите сакаат да ги чистеат немуслиманите да се иселат“* (порака пренесена во медиум).

Кога лидерот вака се однесува, тогаш и сите пониски ешалони во власта, но и нивните политички противници, се натпреваруваат во говорништвото кое ќе биде исфиливано со говор на омраза. Ако новинарот не се ограда и експлицитно ги пренесува тие делови од нивниот говор, тогаш и тој станува соучесник во говорот на омраза.

Последните години законодавството во Европа посветува особено внимание на начините како да го ограничи, односно елиминира говорот на омраза кој се пренесува преку медиумите. Од 2007 година Италија, Франција, Германија и сите земји од стариот континент покажуваат големо интересирање за сузбивање на говорот на омраза и тоа го регулираат со своите кривични закони за да го заштитат достоинството на поединците и на општествените групи, како што се нација, раса, вера, етнос... Значи, со кривичниот закон во повеќе европски земји воведени се ограничувања на слободата на говорот во полза на правото на достоинство на одредени општествени групи. Медиумите се први кои треба да го применат тоа ограничување кога се во ситуација да ги слушаат политичарите кои во својот говор имаат елементи на говорот на омразата. Во Америка оваа практика се применува од осумдесетите години со општ акт, *speech codes*, со кој се забранува употреба на говор на омраза од јавна говорница и неговото евентуално пренесување во медиумите.

Меѓународниот пакт за граѓанските и политички права и слободи од 1966 година во членот 19 регулира ограничување на правото на слободата на говорот. Таму се вели дека кое било поттикнување или пропаганда на војна, заговарање на национална, расна или верска омраза со која се поттикнува дискриминација, непријателство или насилство, навреда на животното определување... како и пренос на такви пораки во медиумите, се забранети. Ова правило е преточено и во *Кодексот на МФН*³ (Меѓународна федерација на новинарите - IFJ).

3 IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists
<http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/>

КАКО ДА СЕ ИЗВЕСТУВА ЗА СЕКСУАЛНИТЕ РАБОТНИЦИ РЕАЛНО И БЕЗ СЕНЗАЦИОНАЛИЗАМ

Пишува: Зоран Бојаровски



Street Art Mural by André Custódio saved to URBAN JUNGLE
<https://www.pinterest.com/pin/466404105146383067/>

Еден од првите големи чекори што треба да го направат новинарите е да се сообразат на новиот и соодветниот речник и говор кога станува збор за сексуалната работа, сексуалните работнички и работници и за активностите што произлегуваат од нивната работа. Во истражувањето „Медиумите и маргинализираните заедници“¹ на Жарко Трајаноски и на соработниците Ирена Цветковиќ и Станимир Панајотов, во име на **Коалицијата „Сексуални и здравствени права на маргинализираните заедници“**, направено во 2011 година, наведени се клучните

Еден од првите големи чекори што треба да го направат новинарите е да се сообразат на новиот и соодветниот речник и говор кога станува збор за сексуалната работа, сексуалните работнички и работници и за активностите што произлегуваат од нивната работа.

согледувања за односот на медиумите кон овие групи. Наш интерес, во овој случај, е известувањето на медиумите за сексуалните работници и нивната работа.

1 Медиумите и маргинализираните заедници, Коалиција „Сексуални и здравствени права на маргинализираните заедници“, Скопје, 2011
<http://www.okno.mk/sites/default/files/065-mediumite-i-marginiliziranite-zaednici.pdf>

Авторите на оваа студија наведуваат дека медиумските продукти имаат предоминантно **сензационалистичките наслови** („Ошкриено дувло на џросџиџуџија во Карџош“, „Ошкриен бордел среде Скоџе“) зад кои стојат

Коџа се извесџува за сексуалниџе работџиџи сензационалистџиџи, се џренебреџнуваџ биџниџе разлики (меџу оддавање на џросџиџуџија, џосредување во вршење џросџиџуџија, џринудна џросџиџуџија и џрџовија со луџе) и се џоџџиџкува сџиџмаџиџирање на сексуалниџе работџиџи.

новинарски текстови напишани главно врз основа на полициски извештаи и билтени. Следната битна карактеристика во известувањето за сексуалните работници е дека медиумските содржини во нивниот сензационалистички пристап ги **пренебрегнуваат битните разлики** (меџу оддавање на проституџија, посредување во вршење проституџија, принудна проституџија и трџовија со луџе) и поттикнуваат стигматизирање на сексуалните работници.

Во анализираните медиумски производи, **сексуалните работници се игнорираат** од страна на медиумите дури и во написите за теми што најмногу ги засегаат нивните права, како што е темата „легализација на проституџијата“.

Според актуелната практика на новинарите, интересот за апсења на уредниците и на публиката е главната причина што за сексуалните работнички и за корисниците на дроги, главно, се зборува во негативен контекст, при некоја акџија на полиџијата.

На тој начин, во медиумите се истакнуваат,

но и одржуваат, негативните стереотипи, бидејќи корисниците на дроги и **сексуалните работници се претставени како криминалци или лица што го кршат законот**.

Иако оддавањето на сексуална работа (како и издавањето простории за вршење на проституџија) не е кривично дело, туку прекршок против јавниот ред и мир, новинарите, најчесто, само ги пренесуваат полициските известувања во кои сексуалните работници се претставуваат како криминалци.

Загрижувачки е фактот, констатираат истражувачите во оваа анализа, што новинарите ретко се обидуваат да ги преиспитаат полициските извештаи во кои корисниците на дрога и сексуалните работници се претставуваат како криминалци, дури и кога тие бараат заштита токму од страна на полиџијата во случаи на повреда на нивните права.

Да се потсетиме...

Овие сознанија, кои се само дел од исцрпната анализа, повикуваат уште еднаш да се навратиме на **Кодексот на новинариџе на Македонија** во кој, во членовите 8 и 10, можат да се пронајдат насоките до кои треба да се придржуваат медиумските професионалци кога е во парашњето известувањето за сексуалната работа.

Член 8.

Начинот на информирање во случаи на несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски постапки мора да биде ослободен од сензационализми.

Во судските постапки треба да се почитува принципот на презумџија на невиност, да се известува за сите инволвирани страни во спорот и да не се сугерира пресуда.

Член 10.

Новинарот нема свесно да создава ниту да преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омразата и нема да поттикнува на насилство и на дискриминации.

нација по која било основа (национална, верска, расна, полова, социјална, јазична, сексуална ориентација, политичка...).

Според актуелната практика на новинарите, интересот за айсења на уредниците и на публиката е главната причина што за сексуалните работнички и за корисниците на дроги, главно, се зборува во негативен контекст, при некоја акција на полицијата.

Зошто е важна новинарската компетенција кога се известува за сексуалната работа

Сексуалните работнички отсекогаш се на маргините на општеството – и денес и наназад во историјата.

За нив се врзуваат стереотипи, понижувачки именувања, стигматизација и рамнодушност во однос на нивното човечко достоинство.

Ова се отсликува и во медиумското известување за оваа дејност и за сексуалните работнички.

Овие слабости треба да бидат заменети со реализам, сочувство и со алтернативни политики, сензибилизирани на потребите на оние кои одбрале да се занимаваат со оваа професија.

Правото на живот, на сигурност, на слобода на говор, на политичка акција и здружување, на пристап до информации и до основните здравствени и образовни сервиси, се исто толку важни за сексуалните работници и работнички како и за секој друг.

Новинарите треба да ги застапуваат тие права еднакво силно како што тоа го прават и за сите други.

Сексуална работа: За именувањето станува збор!

Еден од првите големи чекори што треба да го направат новинарите е да се сообразат на новиот и соодветниот речник и говор кога станува збор за сексуалната работа, сексуалните работнички и работници и за активностите што произлегуваат од нивната работа. Колку побргу новинарите ја напуштат практиката на употреба на стереотипите, навредливите, нехумани именувања и јазикот на улицата, кога станува збор за сексуалната работа, толку побргу ќе се еманципираат себеси и публиката и толку побргу ќе им помогнат на нивните сограѓани кои живеат под секое достоинство и надвор од рамките на почитувањето на основните човекови права.

Ако не го направат тоа, (о)стануваат дел од оние кои ја продолжуваат агонијата на луѓето на маргините, дел од оние кои ја подржуваат хипокризијата, дел од оние кои дискриминираат.

Сексуалните работници први го промовираа и ги застапуваат овие термини² – сексуална

Во медиумите се истакнуваат, но и одржуваат, негативните стереотипи, бидејќи корисниците на дроги и сексуалните работници се претставени како криминалци или лица што го кршат законот.

работа, сексуални работници, сексуални работнички, сексуални услуги...

Набргу еден добар број меѓународни организации од областа на здравјето, социјалната сфера и од областа на човековите права,

2 The Sex Workers Project
<http://sexworkersproject.org/>

ги прифатија овие термини – вклучувајќи ги Обединетите нации и агенциите во рамките на таа организација.

Термините се неутрални, дескриптивни и информативни, без да судат, осудуваат, без да бидат исполнети со стигматизирачка и навредлива историја.

Прифаќањето на овие термини како новина и промена во досегашните навики на новинарите е многу повеќе од „политичка коректност“. Тоа е одраз на висока свест за хумано и достоинствено прифаќање на луѓето од оваа професија како личности.

Сексуалната работа и човековите права

Во обидите „да се справат“ со сексуалните работнички, токму креаторите на политиките и спроведувачите на законите се оние кои ги кршат човековите права на оваа група граѓани.

Сексуалните работници се луѓе како и сите други и корпусот човекови права им припаѓа ним исто толку колку и на сите луѓе без исклучок и без разлика на нивната професија, раса, верска или која било друга припадност. Иронично е, но креаторите на политиките често ги кршат човековите права на сексуалните работници токму тогаш кога тврдат дека им помагаат. Зашто, сè додека постои претпоставка дека сексуалната работа е нехумана, нема да може да се постигне ништо на планот на подобрување на реалноста на припадниците на овие групи.

Уште еднаш: Правото на живот, на сигурност, на слобода на говор и на изразување, на политичко здружување и акција, пристапот до информации, здравствени и образовни услуги, не смеат никому да му бидат ускратени поради неговата професија.

Намалувањето на стигмата и на дискриминацијата (како декриминализацијата) ќе им помогне на овие луѓе тогаш кога ќе сакаат да ја променат професијата. Зашто, потврдено е дека токму криминалните досиеја и белегот што го носат овие луѓе ги спречува

да направат промени во нивниот живот – ако тоа го сакаат.

Сексуалните работници се дел од решението, а не дел од проблемот

За тоа дека сексуалните работници се дел од решението, а не дел од проблемот, ќе наведеме само еден пример: Еманципираните сексуални работници имаат многу повеќе знаење за сексуалното и за општото здравје и практикуваат сигурен секс за разлика од поголемиот дел од општата популација. Тие честопати ги подучуваат своите клиенти и

Новинариите рејко се обидуваат да ги преиспитаат полициските извештаи во кои корисниците на дрога и сексуалните работници се претставуваат како криминалци, дури и кога тие бараат заштита токму од страна на полицијата во случаи на повреда на нивните права.

затоа не треба да се демонизираат, туку да се искористат нивните добри страни во борбата против ХИВ/сидата.

Еманципираните сексуални работници имаат знаење и за здравјето на средината во која работат.

Признавањето на оваа реалност, како и на сите други елементи поврзани со сексуалната работа, е само еден чекор кон еден друг концепт и пристап кон сексуалните работници за што, се разбира, меѓу другите, пресудни се и медиумите и промената на навиките на нејзините припадници кон оваа група граѓани.

ЗОШТО НОВИНАРИТЕ ИГНОРИРААТ СИСТЕМСКА ДИСКРИМИНАЦИЈА?

Пишува: Жарко Трајаноски



Photo by: The Pain Project, The UBC School of Journalism

„Хомосексуалциите, лезбијките, бисексуалциите и трансродовите луѓе имаат право на фер, прецизно и инклузивно известување за нивните животи и приказни и преокупации. Како и со другите припадници на општеството, медиумите би требало да ги третираат ЛГБТ-лицата со фер однос, интелектуално и со љубов.“

(Водич за известување за ЛГБТ¹, Национален синдикат на новинари)

Во анализата „(Не)почитување на сексуалните различности“ укажавме на медиумското непочитување² на разликата помеѓу бракови, партнерства, заедници. Медиумите одеднаш станаа свесни за дел од овие разлики при из-

Обврска на новинарите и на медиумите да ги заштитат поединците и групите од неправда и од дискриминација.

вестувањето за предложените нацрт-амандмани, кога тие беа доставени од владата до собрание во 2014 година (И вонбрачната заедница ќе се дефинира како заедница меѓу маж и жена³). Претходно, јавноста беше известена дека еден од амандманите се однесува само на дефинирањето на бракот: „Имено, уставните измени во овој дел беа најавени како дефинирање на бракот како заедница помеѓу маж и жена.“ (И вонбрачната заедница ќе се дефинира како заедница меѓу маж и жена⁴).

1 Водич за известување за ЛГБТ

<https://www.nuj.org.uk/documents/nuj-guidelines-on-lgbt-reporting/>

2 (Не)почитување на сексуалните различности, Сервис за проверка на факти од медиумите, 21.08.2014

<http://proverkanafakti.mk/nepochituvanje-na-seksualnite-razlichnosti/>

3 И вонбрачната заедница ќе се дефинира како заедница меѓу маж и жена, Алфа ТВ, 30.07.2014

<http://www.alfa.mk/News.aspx?ID=80454#.WCeOLC0rLIV>

4 Ибид

Пропуштени шанси за критичко известување

Што пропуштија новинар(к)ите откако стана јасно дека владата нема намера уставно да го дефинира само бракот?

Прво, пропуштија прецизно да ја известат јавноста за ненајавените измени. Дури и оние медиуми кои во своите наслови ја посочија измената, не го цитираа контроверзниот втор став од Амандман XXXIII⁵: „*Регистрирана вонбрачна заедница, или кој било груп регистриран облик на живојно џарџнерство, е живојна заедница исклучиво меѓу само една жена и само еден маж*“.

Второ, новинар(к)ите не покажаа капацитет за критичко следење на политичките процеси. Не побараа одговор на прашањата: Дали се прекршени уставните процедури со тоа што владата самоволно го проширила амандманот, и покрај тоа што при гласањето (со двотретинско мнозинство) воопшто не стануваше ни збор за уставно дефинирање на „*регистрирана вонбрачна заедница или кој било груп регистриран облик на живојно џарџнерство*“?; Дали јавноста и пратениците, кои првично гласаа за уставни дефинирање само на бракот, се чувствуваат сега изманипулирани?; Дали е можно и во иднина да се изигрува гласањето со двотретинско мнозинство при измени на Уставот на таков начин што предлагачот самоволно ќе го проширува опфатот на предложените нацрт-амандмани (за чие усвојување не е потребно двотретинско мнозинство)?

Трето, новинар(к)ите не побараа и не обезбедија одговор од владата зошто предлага конкретни уставни измени за кои не е изгласана потреба, туку само некритички пренесоа изјава на министерот за труд и социјална политика дека „*џо усвојувањето на измениџе на Уставот ќе следаџ и соодветни измени на законџ за семејство*...“. Наместо објаснување од предлагачот, „Дневник“ со

поднасловот „Со бракот секогаш оди и вонбрачната заедница“ застапа зад небулозната изјава на претседателот на собранието:

„**Јасно е дека ќе имаше вакво дополнување, бидејќи секогаш кога се регулира бракот, се регулира и вонбрачната заедница, бидејќи тенденција е да се оди на изедначување на овие две категории**“.

При некритичкото пренесување на изјавата, воопшто не се постави прашањето дали новиот амандман се однесува само на „регистрирана вонбрачна заедница“ и „друг регистриран облик на животното партнерство“ или на секоја вонбрачна заедница, независно дали е регистрирана или не.

Четврто, при известувањето новинар(к)ите не обезбедија „втора страна“, односно не им дадоа можност на сите засегнати страни да го кажат својот став, како што се луѓето што живеат во вонбрачни заедници, нивните деца, истополовите партнерства, итн.

Петто, новинар(к)ите ниту сами истражија, ниту, пак, обезбедија експертски мислења дали содржината на контроверзниот амандман е во согласност со постојните стандарди за човекови права, онака како што ги практикува Европскиот суд за човекови права во Стразбур.

Медиумска игноранција

„*Биди информиран за тоа за што известуваш! Истражи, џрочиџај, информирај се за џредметџот на џвоеџо известување*.“

(*Прирачник за еџикаџа во новинарсџвоџо*)

Обврската на новинарите и на медиумите да ги заштитат поединците и групите од неправда и од дискриминација, извршени од кој и да е, налагаше истражување и повикување на досегашните пресуди на судот од Стразбур кои се однесуваат на регулирањето на бракот, вонбрачните заедници, регистрираните партнерства, граѓанските унии и сл. На пример, во една неодамнешна пресуда од 16 јули 2014 г. (за која нашите медиуми не

5 Текст на нацрт-амандманите на Уставот на Република Македонија, Министерство за правда, јули, 2014 <http://www.akademik.mk/wp-content/uploads/2014/08/natsrt.pdf>

известија), Големиот судски совет на Судот во Стразбур го повтори стојалиштето дека Европската конвенција не им наметнува обврска на договорните страни да им обезбедат пристап до брак на истополовите двојки. Но, исто така, судот нагласи и дека чл. 8 од Конвенцијата „*исто така го заштитува семејниот живот на истополовите партнери и нивните деца*“:

„Следствено, не е битно, од гледна точка на заштитата која му се обезбедува на семејниот живот, дали врската на апликантот со неговото семејство се засновува на брак или на регистрирано партнерство“.

Во една пресуда од 2 март 2010 г., судот укажува дека за да обезбеди почитување на семејниот живот, државата мора нужно да го земе предвид и „*фактот дека нема само еден начин или еден избор во сферата на водење и на живеење на сојуствен семеен или приватен живот*“. Судот го повтори стојалиштето од 2003 г. дека би било дискриминаторски да се исклучуваат или да им се одземаат права на лица поради тоа што живеат во хомосексуална врска.

Во нашиот контекст, особено значајно е да се има предвид и пресудата на големиот

Новинарите имаат должност да се оградуваат од промовирање стереотипи и дискриминација дури и тогаш кога таквото промовирање стереотипи или дискриминација доаѓа од власта или пратениците.

судски совет од 7 ноември 2013 г. против Грција и нејзиниот дискриминаторски закон за „граѓански унии“ („договор помеѓу двајца возрасни од различен пол кој го покрива нивниот живот како двојка“). Во пресудата, судскиот совет укажува дека исклучување-

то на истополовите двојки од опфатот на законот претставува различен третман врз основа на сексуална ориентација и дека грчката влада не понудила убедливи причини со кои ќе го оправда исклучувањето. Притоа, многу е важно тоа што судот експлицитно нагласи дека „*истополовите двојки кои ги соодуваат нивните живот ги имаат истите потреби во смисла на заемна поддршка и помош што ги имаат и двојките од различен пол*“. Исто така, судот уште укажа дека Грција е исклучок од европскиот тренд за воведување „*нов систем на регулирано партнерство како алтернатива на бракот за двојките што не се во брак, кој во својот опфат ги вклучува истополовите двојки*“.

Новинарска (не)одговорност како пренесувачи на системска дискриминација

„*Новинарот е одговорен и за искажаното од страв на соговорниците, бидејќи преку него тие ставови добиваат јавност, затоа е должен да ги парафразира или да се огради од навредлив јазик, промовирање на стереотипи или дискриминација.*“

(Прирачник за етика во новинарството)

Новинарите имаат должност да се оградуваат од промовирање стереотипи и дискриминација дури и тогаш кога таквото промовирање стереотипи или дискриминација доаѓа од власта или пратениците.

За жал, реткост беа медиумите кои известуваа за спротивставувањето на неколку пратенички на дискриминаторскиот уставен амандман или кои се обидоа да обезбедат аргументи кои се повикуваат на Европската конвенција за човекови права (Уставот нема да ја контролира само спалната соба, туку севкупниот семеен живот).

Како и при медиумското игнорирање на некажетото насилство врз ЛГБТ-лицата, најголемиот дел од новинар(к)ите уште еднаш пропуштија можност да застанат во одбрана на правата на жртвите на системска дискриминација.

страница 186-198

ПОГЛАВЈЕ 10

Член 11 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој ќе се придржува и на оштите прифатени ие оштетствени стандарди на пристојност и почитување на етничките, културните и религиозните различности во Македонија.

СЕКОЈ ЧОВЕК ИМА ПРАВО НА СЛОБОДА НА МИСЛИТЕ, СОВЕСТА И НА ВЕРАТА

Пишува: проф. д-р Мирјана Најчевска, експерт за човекови права



Верски симболи. Фото: Википедија

Според член 19 од Уставот на Република Македонија:

Се гарантира слободата на вероисповед. Се гарантира слободно и јавно, поединечно или во заедница со други, изразување на верата.

Македонската православна црква, како и Исламската верска заедница во Македонија, Католичката црква, Евангелско-методистичката црква, Еврејската заедница и другите верски заедници и религиозни групи се одвоени од државата и се еднакви пред закон.

Во овој член се содржани две различни содржини: слободата на верување и одвоеноста на верските заедници од државата.

Слободата на вероисповед претставува индивидуална слобода на секој човек да верува во што сака и најслободно да го манифестира своето верување. Слободата за изразување на својата вера или своите убедувања, според Европската конвенција за човековите права,

„...може да биде предмет само на оние ограничувања што се предвидени со за-

Слободата на вероисповед и на уверување и одвоеноста на верските заедници од државата се предмет на интерес на медиумите, меѓутоа, во медиумскиот ојфат на оваа проблематика често не се воочуваат проблематичните ситуации и најчесто изостанува критичкиот и едукативен присај.

кон и кои претставуваат мерки во интерес на јавната безбедност, поредокот, здравјето и моралот или заштитата на правата и слободите на други, неопходни во едно демократско општество“.

Гаранцијата за слободно и за јавно изразување на верата, дадена во Уставот, не е условена од постоење или регистрирање верска заедница. Тоа значи дека за да веруваат и да ја практикуваат својата вера (индивидуално и заедно со други), на граѓаните не им е потребно постоење на верски заедници. Според Европската конвенција за човековите права,

„Ова право ја вклучува слободата за промена на верата и убедувањето, како и слободата за изразување на својата вера или убедување, сам или заедно со другите, јавно или приватно, преку богослужба, поука, проповеди, верски обреди и ритуали“. Верските заедници се доброволни здружувања на луѓето со истоветна вероисповед. Овие здруженија имаат правен субјективитет и како правни лица тие се одвоени од државата. Одвојувањето од државата значи дека:

1. Државата не треба да се меша во внатрешната организација на верската заедница и во содржините што таа ги промовира (сè додека тие не се во спротивност со законите и со правата и слободите на граѓаните гарантирани со националното и меѓународно право);
2. Верските заедници не треба да се мешаат во работата на законодавната, извршната и судската власт, да вршат какви било влијанија врз нив, да бидат перцепирани како дел од која било од овие власти, да добиваат посебни бенефиции од државата или да бидат третирани на поповолен начин од другите здруженија на граѓани.

Слободата на вероисповед и на уверување и одвоеноста на верските заедници од државата се предмет на интерес на медиумите, меѓутоа, во медиумскиот опфат на оваа проблематика често не се воочуваат проблема-

тичните ситуации и најчесто изостанува критичкиот и едукативен пристап.

Само како пример, може да се анализира случајот на нерегистрираната верска заедница ПОА¹ и на Јован/Зоран Вранишковски². Во конкретниот случај станува збор за две паралелни линии на прекршување на Уставот и на меѓународните документи.

1. Прва линија на прекршување

Првата линија на прекршување на Уставот и на меѓународните договори се однесува на регистрацијата на верската заедница.

Полициските акции³, судските процеси⁴ поврзани со (не)регистрацијата на ПОА, решението на Уставниот суд за одбивање на иницијативата поднесена од страна на Давид Нинов⁵, и последното, мислењето од Комисијата за заштита од дискриминација⁶, требаше да го предизвикаат интересот на медиумите од аспект на слободата на вероисповед.

Во отсуство на анализа, идентификување на проблемот и негово презентирање, а во ситуација на едноставна дисеминација на информации и изјави, медиумите стануваат дел од ограничувањето на слободата на вероисповед (на пример, во „Утрински“: „Битолчани бараат Синодот да расчисти со расколникот Јован – по слугувањето на Зоран Вранишковски на туѓа црква и создавањето свои „монастири“⁷; или „Народното

1 Православна охридска архиепископија
<http://www.poa-info.org/>

2 Уапсен Јован Вранишковски?, www.brkajrabota.mk, 12.12.2011
<http://brkajrabota.mk/vesti/makedonija/11900-uapsen-jovan-vraniskovski>

3 Битола: Приведен Зоран Вранишковски, www.slobodnaevropa.mk, 12.01.2014
<http://www.slobodnaevropa.mk/a/1472749.html>

4 Вранишковски бара регистрација на грко - православна црква, www.utrinski.mk, 27.05.2009
<http://www.utrinski.mk/?ItemID=78299197DA4E0149A9633CEC30834162>

5 Одлука на Уставен суд на Република Македонија, 15.12.2010 <http://www.ustavensud.mk/domino/WEBSUD.nsf/ffc0fee91d7bd9ac1256d280038c474/265c36afcd1f925ac12578090031ee61?OpenDocument>

6 Мислењето од Комисијата за заштита од дискриминација, www.kzd.mk
<http://www.kzd.mk/sites/default/files/dokumenti/mislenja/2013/religija/07-576d.n.pdf>

7 Битолчани бараат Синодот да расчисти со расколникот Јован – по слугувањето на Зоран Вранишковски на туѓа црква и создавањето свои „монастири“, [www.utrinski.mk](http://star.utrinski.com.mk/?pBroj=1078&stID=3709&pR=3)
<http://star.utrinski.com.mk/?pBroj=1078&stID=3709&pR=3>

движење за Македонија бара сузбивање на дејноста на Вранишковски⁸).

Ниту инциденти, како оној кој медиумите го забележаа на гробиштата во Кавадарци⁹, не ги поттикнаа медиумите да го анализираат проблемот на слободата на уверување во контекстот на меѓународните документи кои Македонија ги има ратификувано, и Уставот на државата.

Во 2014 година повеќе медиуми ја пласираа историјата за можната одлука на Европскиот суд за човекови права во полза на ПОА и обврската која би произегла за Македонија од една ваква одлука, за регистрација на ПОА („Македонија го губи спорот со Вранишковски во Стразбур - ќе треба да ја регистрира ПОА“¹⁰,). Меѓутоа, дури ни ова не е искористено за пошироко објаснување на проблемот токму од аспект на заштитата на правото на слобода на верата и уверувањето и поставување на прашањето за соодветноста на постоечката законска регулатива која не само што не ја штити оваа слобода, туку, напротив, придонесува за нејзино непотребно и недемократско ограничување.

Што пропуштија да прашаат новинарите?

- Зошто некој може да практикува верски обреди единствено во рамките на регистрирана верска заедница и со кое право се спречуваат луѓето слободно и јавно, поединечно или во заедница со други да ја изразуваат верата?
- Зошто државата одбива да регистрира верска заедница која очигледно не ги нарушува: јавната безбедност, поредокот, здравјето и моралот или заштитата на правата и слободите на другите?

- Што значи терминот „туѓа црква“, „расколник“, „свој манастир“ во контекстот на слободата на вероисповед така како што е дефинирана во Европската конвенција за човековите права и како можат овие квалификации да имаат важност за судовите и за утврдувањето на правниот субјективитет на една верска заедница?;

2. Втора линија на прекршување

Втората линија на прекршување на Уставот и на меѓународните договори се однесува на серијалот судски процеси против Јован/Зоран Вранишковски и дел од следбениците на ПОА. Впечатливо е отсуството на интерес кај медиумите за квалификациите кои со леснотија

Во отсуство на анализа, идентификување на проблемот и негово презентирање, а во ситуација на едноставна дисеминација на информации и изјави, медиумите стануваат дел од ограничувањето на слободата на вероисповед.

ги даваат високи државни функционери. На пример, на „А1он“¹¹ е пренесена изјавата на Иво Котевски (во својство на заменик-министер за внатрешни работи) според која, „Здружението „Анастасија“ од с. Нижеполе, Битола и со купување на недвижен имот

8 Народното движење за Македонија бара сузбивање на дејноста на Вранишковски, [www.daily.mk](http://daily.mk/vesti/makedonija-bachev-kje-mu-ja-simnuval-mantijata-na-vranishkoski-2)
<http://daily.mk/vesti/makedonija-bachev-kje-mu-ja-simnuval-mantijata-na-vranishkoski-2>

9 Резултати од пребарување, www.time.mk
<http://www.time.mk/cluster/a0c3440ccc/obezbeduvanje-brkase-popovi-od-pogreb.html>

10 Македонија го губи спорот со Вранишковски во Стразбур - ќе треба да ја регистрира ПОА, www.24vesti.mk, 15.05.2014

11 Вранишковски и членови на ПОА осомничени дека переле пари, [www.a1on.mk](http://a1on.mk), 22.05.2012
<http://a1on.mk/wordpress/archives/1855>

на територијата на РМ, а со цел да го прикријат движењето на криминално стекнатите пари и истите да ги прикажат пред државните органи како да се од легални извори - донации, пријавените физички лица

Прекршувањето на Уставот во делот кој се однесува на одвоеноста на верските заедници од државата, не само што не беше поенетирано во медиумите, туку, напротив, и самите медиуми го поддржаа и го раширија ова прекршување.

и правното лице сториле кривично дело „перење пари и други приноси од казниво дело“ предвидено во чл.273 од КЗ на РМ“.

За наведеното дело (ако е тоа направено од страна на група луѓе) во Кривичниот законик е предвидена казна од најмалку пет години затвор. Меѓутоа во судската завршница на случајот, сите обвинети (освен Вранишковски) се условно казнети (што никако не може да биде казна за делото што го спомна пред медиумите заменик-министерот).

Медиумите ја пропуштија шансата да го постават прашањето за можна злоупотреба на должност на заменик-министерот, кој си дозволи да ја наруши презумцијата на невиност и да го замени судот, кој е единствен надлежен за примена на законот во

одредувањето на вината и одредувањето на висината на казната. За ваков настап, заменик-министерот би можел (во најмала мера) да одговара за клеветата.

Доколку се анализира соопштението на МВР за спроведената акција во мај 2012 година¹², може да се постави прашањето за називот на акцијата. Имено, именувањето на полициската акција со називот „Расколник“, може да значи употреба на полицијата за прогон врз основа на верско убедување. Со ваквото именување, не само што се задире во слободата на уверување и, спротивно на Европската конвенција за човековите права, се оневозможува промена на убедувањето, туку се поттикнува и непријателски однос на јавноста кон осомничените и отворено се манифестира поддршка за една верска заедница (МПЦ) во чиј внатрешен речник се употребува и терминот „расколник“. Како резултат на ваквото именување, медиумите кои понатаму известуваат за судскиот случај го етикетираат осомничениот (следат неколку карактеристични наслови):

- Почна судскиот процес за акцијата „Расколник“¹³;
- Полициска акција „Расколник“¹⁴;
- Тензичен расплет на судењето Расколник¹⁵;
- „Расколник“ донесе 19 кривични пријави за перење пари¹⁶;
- Нова пресуда за „Расколник“¹⁷

... и понатаму го шират анимозитетот.

Прекршувањето на Уставот во делот кој се однесува на одвоеноста на верските заедници од државата (и покрај јасната манифестација на вакво прекршување, како во

12 Полициска акција „Расколник“, www.kanal5.mk, 22.05.2012
<https://www.youtube.com/watch?v=bI2hMbvoiG4>

13 <http://www.sitel.com.mk/mk/phttp://www.mkd.mk/makedonija/politika/mpc-ne-reshi-nishto-za-vranishkovski-deneska-zasedava-saborot-na-spc-iochna-sudskiot-proces-za-akcijata-raskolnik>

14 <https://www.youtube.com/watch?v=bI2hMbvoiG4>

15 http://www.kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=11493

16 <http://www.mkd.mk/33296/crna-hronika/raskolnik-donese-19-krivicni-prijavi-za-perenje-pari>

17 <http://grid.mk/news/505345642/nova-presduda-za-raskolnik>

постапките и изјавите на МПЦ, така и во постапувањето на државните органи), не само што не беше поентирано во медиумите, туку, напротив, и самите медиуми го поддржаа и го раширија ова прекршување. На пример, насловите:

- Синодот на МПЦ-ОА во јуни ќе расправа за Вранишковски¹⁸;
- МПЦ не реши ништо за Вранишковски, денеска заседава саборот на СПЦ и Апелациониот суд¹⁹;
- Само тројца членови на Синодот против помилување на Вранишковски²⁰

... создаваат впечаток дека Вранишковски се наоѓа во затвор не поради тоа што го прекршил законот, туку поради тоа што ги прекршил правилата на една верска заедница, и согласно тоа, доколку верската заедница реши да го помилува (според своите внатрешни одредби), тоа автоматски ќе се рефлектира и врз изречената казна затвор. Во изјавите на црковните претставници се оди дури и чекор понатаму и се утврдува дека: **„Јован треба да биде ослободен, бидејќи со неговото држење во затвор, МПЦ ништо не добива“**.

Во многу мал број медиуми се даваат информации во кои се спомнува можноста за толкување на овој вид расправи како облик на мешање на верските заедници и државата: **„Во Синодот на МПЦ, како што пишува „Утрински весник“²¹, има различни мислења за тоа дали Вранишковски треба да биде помилуван – некои сметаат дека треба да остане во затворот бидејќи сторил криминал и црквата не може да се меша во работата на правосудните органи, а други,**

пак, сè повеќе сметаат дека „дамката што другите православни цркви и ја припишуваат на МПЦ треба да се отстрани““.

За медиумите ова очигледно не претставува никаков предизвик за понатамошна анализа и поставување на прашањето за одвоеноста на верските заедници од државата.

„Нова“ е еден од ретките медиуми што ја идентификува врската меѓу донесувањето на одлуката на Апелациониот суд и иницијативите во МПЦ. Меѓутоа, под насловот **„Случај Вранишковски: Одложено судењето додека СПЦ чека одговор од МПЦ“**, нема анализа која би ја објаснила оваа врска.

3. Трета линија на прекршување

Третата линија на прекршување на Уставот и на меѓународните договори ја претставува инструментализацијата на државата од страна на МПЦ.

Во написите на голем број медиуми може да се претпостави врската меѓу проблемот со регистрацијата на ПОА и судските процеси против Јован/Зоран Вранишковски и покрај тоа што во насловот или дури и во самата содржина на информацијата врската се негира. На пример, во анализата на **„Сител ТВ“²²** под насловот **„Вранишковски не е прашање на МПЦ и Синодот туку на државата“**, од една страна се истакнува:

„Токму неговото ослободување деновиве во јавноста се поврзува со решението за статусот на МП, што според верските аналитичари е замена на тези. Слободата на Вранишковски нема да донесе автокефалност, бидејќи тој проблем е многу подлабок“, а од друга страна:

18 http://kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=39246

19 <http://www.mkd.mk/makedonija/politika/mpc-ne-reshi-nishto-za-vranishkovski-deneska-zasedava-sab-rot-na-spc-i>

20 <http://novatv.mk/samo-trojca-chlenovi-na-sinodot-protiv-pomiluvanje-na-vranishkovski/>

21 По Тимотеј, и Пимен е за помилување на Вранишковски, www.utrinski.mk, 05.05.2014
<http://utrinski.mk/default.asp?ItemID=40831DE3BCFA2948B1052726CB3CB398>

22 Вранишковски не е прашање на МПЦ и Синодот туку на државата, ТВ Сител, 15.05.2014
<http://www.sitel.com.mk/mk/analiza-vranishkovski-ne-e-prashanje-na-mpc-i-sinodot-tuku-na-drzhavata>

„Клековски очекува дека претседателот на државата, во една законска процедура би требало да потпише помилување на Вранишковски“.

Може да се постави прашањето, зошто претседателот би требало да даде помилување на Вранишковски? Затоа што е сторено неправдо со неговото судење или, пак, затоа што тоа го бара СПЦ или МПЦ?

Слични прашања можат да се постават и во врска со анализата направена во дневниот весник „Вечер“²³, во која, меѓу другото, се вели: **„Во МПЦ засега официјално не го коментираат ниту најновото барање на Вранишковски за регистрација, иако неофицијално велат дека таквото име всушност ги разоткрива сите политички намери на Вранишковски, ниту пак го коментираат повикот на СПЦ за обновување на разговорите“.**

Зошто би требало МПЦ да го коментира барањето за регистрација на една верска заедница? Зошто воопшто МПЦ би се мешала во она што претставува државна процедура на регистрирање?

Многу незабележана остана изјавата на Валентина Божиновска²⁴ (претседателка на Комисијата за односи меѓу верските заедници), според која,

„Државата може да поведе одделни процеси во случај кога нема резултати од „дипломатијата на црковната власт“: „Спорот меѓу МПЦ и СПЦ, покрај тоа што е црковно, е и големо политичко прашање, за кое ќе треба помош од политичарите“.

Оваа изјава го потврдува фактот на отворено мешање на државата и на верските заедници. Можеби највпечатливо е ова мешање на двете линии на прекршување во написот на порталот „Кајгана“²⁵, каде што е дадена хронологијата на државната интервенција која се манифестира во сукцесивно поведување постапки.

Дури и во информирањето за одлуката на Европскиот суд за човекови права (која се однесува на правото на регистрирање на ПОА), се спомнува судењето на Вранишковски, кое се однесува на обвинението за проневера на пари и нема (или не би требало да има врска) со слободата на уверување. На пример, дневниот весник „Слободен печат“²⁶, под наслов „ПОА мора да се регистрира, Јован да се ослободи“, се тргнува од претпоставената врска меѓу нерегистрацијата на ПОА и судењето на Вранишковски.

Слободата на мислата, совеста и верата, претставува базично човеково право. Нивото на неговото практикување и заштита

Во услови на постоење на доминантни религиозни заедници и видлива врска меѓу етничката и верската припадност, може да се појават деформации кои тешко се идентификуваат. Медиумите имаат можност да ги адресираат овие деформации и да влијаат директно на јавното мислење.

претставува еден од реперите за нивото на демократичност на една држава. Во услови на постоење на доминантни религиозни заедници и видлива врска меѓу етничката и верската припадност, може да се појават деформации кои тешко се идентификуваат. Медиумите имаат можност да ги адресираат овие деформации и да влијаат директно на јавното мислење.

23 <http://vecer.mk/?ItemID=45BE25858E545B49AEBA052F3897D617>

24 Ново заострување на релација МПЦ – ПОА, www.voanews.com, 10.01.2014
<http://mk.voanews.com/a/macedonian-serbian-churches/1827610.html>

25 <http://kajgana.com/odmetnatiot-vladika-vranishkovski-uapsen-na-granichniot-premin-medzitlija?page=2>

26 <http://slobodenpecat.mk/Home/Details/3171>

ЦРВЕНО СВЕТЛО ЗА ЕТНОЦЕНТРИЗМОТ

Пишува: проф. д-р Мирјана Најчевска



Photo by: Kristof, Xenophobia (Made in Flanders)
<https://www.flickr.com/photos/zeemanshuis/2835378149>

Етноцентризмот по дефиниција е тенденција да се гледа на светот, пред сè, од перспектива на сопствената етничка заедница. Од една страна сме **ние**, а од друга сите **други**.

На пример, како школски пример за етноцентричното гледање може да се земе прикажувањето на сопствената заедница (македонскиот етницитет и територијата на Македонија) во центарот на светот дадено во текстот под наслов: „МАКЕДОНИЈА ВИДЕО: За сите што не веруваат дека Македонија е центар на светот“¹:

„Според Google Earth, Македонија е центар на светот. Ние проверивме и се уверивме, проверете и вие“.

Етноцентризмот по дефиниција е тенденција да се гледа на светот, пред сè, од перспектива на сопствената етничка заедница. Од една страна сме ние, а од другата сите други.

Иако навидум се работи за уметничко претерување (хипербола), ширењето на една ваква неточна информација која нема никаква, не само научна, туку ни логична поткрепа, всушност претставува отворено промовирање на етноцентризмот како начин на гледање на околината и мерење на сопственото место во светот.

1 Сител: OMG! Македонија е центар на светот... на Google Earth!, www.it.mk, 20.11.2012
<http://it.mk/sitel-omg-makedonija-e-tsentar-na-svetot-na-google-earth/>

Кога постои етноцентризам, сопствената заедница се доживува во центарот на сè и сè (јазикот, обичаите, историјата, однесувањето, религијата...) се вреднува споредено со неа. Сопствената заедница се доживува како најважна и некои (или сите) нејзини аспекти се сметаат за супериорни во однос на другите (кои и да се тие други).

Уникатност

Многу често во медиумите се избираат термини со кои се истакнува уникатноста, како, на пример: „Јапонците не препознаваат како библиска земја“², „Од Македонија почнало ширењето на христијанството“³...

Во написите или вестите со етноцентричен пристап авторот во голема мера се поистоветува со етничката и со културната матрица на својата заедница и многу често не ги прифаќа другите етникуми и култури.

Овој вид написи, било во насловот или во содржината, промовираат чувство на гордост, суетност, супериорност кога се работи за сопствената заедница, односно, омаловажување, па и навредување кога станува збор за друга етничка заедница (особено доколку е тоа етничка заедница во моментот идентификувана како непријателска). На пример, под насловот „Грција на колена пред Македонците!“⁴, всушност, се крие содржина за кошаркарски натпревар во кој тимот на Македонија извојувал победа со два коша разлика.

Етноцентричноста на некој напис може да се идентификува преку начинот на кој се претставуваат економските, политичките и социјалните настани. Глорификацијата на

постигнувањата на својата заедница дадена низ омаловажување на другите или занемарување на контекстот и можните спротивни информации, може да индицира постоење на етноцентричен пристап на авторот.

Глорификација

Етноцентризмот во македонските медиуми може посебно да се идентификува во текстовите со кои се глорификуваат постигнувањата на сопствената заедница/народ/држава. Потребата да се биде најдобар, односно да се задоволат етноцентристичките

**Во најисџиџе
или вестџиџе со
еџноценџричен
џрисџаџ авџтороџ
во џолема мера се
џоисџовешџува со
еџниџкаџа и со
кулџурнаџа маџриџа
на своџаџа заедџиџа
и мноџу џесџо не џи
џриџфаџа друџиџе
еџникуми и кулџури.**

барања, се манифестира во истакнувањето на достигнувањата така што или се омаловажуваат другите или се затскрива контекстот во кој се случуваат.

Во написот „Македонија на високото 37 место меѓу 141 земја“⁵, не се дадени подробнос-

2 Јапонците не' препознаваат како библиска земја, [www.vecer.mk](http://vecer.mk/kultura/japoncite-ne-prepoznavaat-kako-bibilska-zemja), 24.03.2008
<http://vecer.mk/kultura/japoncite-ne-prepoznavaat-kako-bibilska-zemja>

3 Од Македонија почнало ширењето на христијанството, [www.utrinski.mk](http://utrinski.mk/?ItemID=57462754CFAC28468BD9613E80504D7B), 09.11.2009
<http://utrinski.mk/?ItemID=57462754CFAC28468BD9613E80504D7B>

4 Грција на колена пред Македонците!, www.sportskoradio903.mk, 03.09.2011
http://www.sportskoradio903.com.mk/joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=17808&Itemid=27

5 Македонија на високото 37 место меѓу 141 земја, [www.vecer.mk](http://vecer.mk/ekonomija/makedonija-na-visokoto-37-mesto-megju-141-zemja), 16.11.2012
<http://vecer.mk/ekonomija/makedonija-na-visokoto-37-mesto-megju-141-zemja>

ти за елементите на рангирањето или, пак, повеќе информации за тој што го направил рангирањето, туку единствено се користи тон на глорификација:

„На листата на престижниот Форбс од земјите во регионот пред нашата држава е само Словенија, која е позиционирана на 23 место, а зад нас се сите останати: Црна Гора на 45, Хрватска на 47, Босна и Херцеговина на 85, а Србија на најниското 90 место“.

Во написот нема анализа на севкупниот економски контекст во кој треба да се смести ова рангирање, ниту, пак, компаративна споредба со евентуалните резултати, односно влијанието врз глобалното живеење во Македонија.

Супериорност

Во голем број случаи, дел од медиумите ги прикажуваат информациите поврзани со Македонија на начин кој прави несоодветна споредба. На пример, под насловот „Македонија ја добива битката со невработеноста, за разлика од другите земји“⁶, се истакнува дека: **„За разлика од земјите во регионот каде стапката на невработеност се зголемува, во Македонија има обратен процес. Она што е најважно е што стапката на невработеност се намалува во услови на економска криза кога невработеноста расте не само во регионот, туку и во сите европски земји. Ова го потврдуваат и анализите кои деновиве се појавија во медиумите врз основа на податоците од статистика, според кои Република Македонија бележи раст на стапката на вработеност од 2006 година до денес“.**

Покрај отсуството на вистинска анализа на контекстот за кој станува збор и за проблемите во мерењето на невработеноста, останува етноцентричниот пристап кој ја

издигнува Македонија на пиедестал на држава/економија, која е подобра од земјите во околината. За да се постигне оваа цел, во написот не се спомнуваат стапките на невработеност во истите тие земји, а кои се без исклучок под онаа на Македонија (Романија 7,5 отсто, Словенија 10,2 отсто, Бугарија 13,1 отсто, Хрватска 17,2 отсто)⁷.

Исправност

На етноцентричност може да се посомневаме и кога во одредена медиумска информација/текст активностите на својата заедница се прикажуваат како „исправни“ и „нормални“, додека активностите на другите култури се прикажуваат како „погрешни“

***Етноцентричните
најиси, било во
насловот или
во содржината,
промовираат чувство
на гордост, суеитност,
супериорност
кога се работи
за соопштена
заедница, односно,
омаловажување, ѝа
и навредување кога
станува збор за друга
етничка заедница.***

и „неприродни,“ дури и тогаш кога станува збор за многу слични по својот карактер активности. Како пример може да се земат написите што се однесуваат на проблемите

6 Македонија ја добива битката со невработеноста, за разлика од другите земји, [www.daily.mk](http://daily.mk/vesti/makedonija-ja-dobiva-bitkata-so-nevработеноста-za-razlika-od-2), 20.06.2013

7 Countries data: Demographic and economy
<http://countryeconomy.com/countries>

поврзани со изградбата на џамија во селото Горна Белица⁸ и проблемите поврзани со изградба на црква во селото Октиси⁹, кои се дури и споени во еден заеднички напис. Во

**Медиумската
глорификација на
постигнувањата
на својата
заедница дадена
низ омаловажување
на другиџе или
занемарување на
контекстот и
можните сировни
информации, може да
индицира постоење
на етноцентричен
присај на авторот.**

написите е очигледно заземањето страна во спорот. Етноцентричниот пристап може да се избегне со анализирање на корените на ситуацијата, развојот кој довел до ваков резултат и со споредби на повеќе случаи. Доколку целта не е разгорување на етнички базирано нетрпение, тогаш информацијата се дава на начин кој подразбира постоење на решение. Етноцентризмот вообичаено води кон тензии и раѓа извртени перцепции. Оваа карактеристика на етноцентризмот е особено значајна кога станува збор за медиумите кои можат да станат моќни дистрибутери на овие и вака искривени перцепции. Извртувањето на перцепциите може да се манифестира како:

- **пристрасност кон себе** - „ние“ сме заслужни за добрите дела и не сме одговорни за лошите;
- **интергрупна пристрасност** - „ние“ правиме добри дела затоа што сме добри, а лоши дела само кога сме принудени; „тие“ прават добри дела само кога се принудени, а лоши дела затоа што се лоши или,
- како **перцепција во огледало** - кога правиме нешто, „ние“ сме морални и добри, а кога истото го прават другите, „тие“ се неморални и лоши.

Ние и тие

Многу интересен е примерот со различното толкување и вреднување на двојазичноста (кога станува збор за употребата на македонскиот јазик од страна на припадници на етничка заедница на Македонци во некоја друга држава и употребата на јазик на припадници на етничка заедница во Македонија). На пример, под насловот „Двојазичноста стихијно излегува од рамката“¹⁰, новинарот ја критикува практиката на министрите – припадници на малцински етнички заедници во Република Македонија, да ги преведуваат на албански јазик таблите со официјалните имиња, а интернет-страниците да ги изработуваат и во верзија на албански јазик. Авторот на текстот се прашува:

„Се турка ли целосна двојазичност во Македонија и кој го прави тоа? Дали Уставот и Законот за службена употреба на јазиците на етничките заедници дозволуваат и ги изедначуваат македонскиот и албанскиот јазик како јазик на заедницата чии припадници имаат над 20 отсто од целокупното население?“

8 Резултати од пребарување, [www.daily.mk](http://daily.mk/vesti/izgradbata-na-djamijata-vo-gorna-belica-e-nelegalna), 01.02.2010
<http://daily.mk/vesti/izgradbata-na-djamijata-vo-gorna-belica-e-nelegalna>

9 Муслиманите во струшко Октиси ја блокираа изградбата на црквата Св Димитрија, www.24vesti.mk, 25.08.2013

10 Двојазичноста стихијно излегува од рамката, [www.novamakedonija.mk](http://novamakedonija.mk), 18.09.2012
<http://novamakedonija.mk/NewsDetal.asp?vest=217121922568&id=9&prilog=0&setIzdanie=22509>

Уште позаканувачки е поставено прашањето на интернет-порталот „Фаланга“, каде што под насловот „Во Западна Македонија сè повеќе се чувствува реафирмација на проектот за Голема Албанија“¹¹, се истакнува:

„Дека се случува целосна Албанизација покажуваат и топонимите на албански јазик како и имињата на села со претежно албанско население“.

Од друга страна, можат да се проследат текстовите поврзани со промената на топонимите во Пустец.

Под насловот „Победа за Македонците во Албанија – ќе се вратат македонските имиња во општина Пустец“¹², стои дека:

„Законот на албанскиот Парламент од 18 март 2013 година, со кој се врати македонското име на општина Пустец, го отвори патот да Советот на општина Пустец ги врати имињата на селата кој се албанизирани во 1973 година од страна на тогашниот комунистички парламент на Албанија“.

Во случајов е очигледно постоењето на извртена перцепција според која тогаш кога „ние“ правиме нешто, тоа е добро и исправно, а тогаш кога „тие“ го прават истото тоа, тоа е опасно и заканувачко.

Превртена перцепција

Во македонските медиуми е честа појавата на ваков вид мисперцепции, и кога се работи за двојазичност (покрај македонскиот стои и албански текст) и кога се работи за замена на македонскиот со албански јазик, а што нуж-

но води кон создавање или подигнување на анимозитетот кон друга етничка заедница и е многу силен индикатор за етноцентристички начин на гледање на работите и известување од страна на медиумите.

„Голото“ пренесување на изјавите на високи функционери без адресирање на проблемот на етноцентризмот, во практиката може да води кон ширење на извртени перцепции, а со тоа и на нетрпение и раѓање омраза.

Превртена перцепција во вид на пристрасност кон себе може да се најде во текстот под наслов „ВМРО-ДПМНЕ: На Македонија повторно и е нанесена неправда“¹³. Во него може да се прочита:

„Добрососедските односи се приоритет за Република Македонија и ние сме одлучни да ги градиме врз основа на дијалог, почитување и меѓусебно разбирање. Поединечните одлуки или настани не можеме да ги коментираме, затоа што тие самите говорат за себе и говорат за приоритетите на страните кои што ги превземаат, истакна Димовски“,

односно¹⁴:

„Вчерашните одлуки во Европската Унија се плод и израз на неконструктивноста на нашиот јужен сосед, кој наспроти декларативните заложби за поддршка на проширувањето на ЕУ, повторно не смогна сили субјективниот интерес да го стави на страна и под регионалниот и општиот интерес, рече тој“.

Во моментот кога некој на страната на својата етничка заедница гледа само позитивни

11 Во Западна Македонија сè повеќе се чувствува реафирмација на проектот за Голема Албанија, [www.falanga.com.au](http://falanga.com.au/vo-zapadna-makedonija-se-poveke-se-chuvstvuva-reafirmacija-na-proektot-za-golema-albanija#)
<http://falanga.com.au/vo-zapadna-makedonija-se-poveke-se-chuvstvuva-reafirmacija-na-proektot-za-golema-albanija#>

12 Победа за Македонците во Албанија – ќе се вратат македонските имиња во општина Пустец, www.sitel.mk
<http://www.sitel.com.mk/mk/pobeda-za-makedoncite-vo-albanija-kje-se-vratat-makedonskite-iminja-vo-opstina-pustec>

13 ВМРО-ДПМНЕ: На Македонија повторно и е нанесена неправда, www.sitel.mk
<http://sitel.com.mk/mk/vmro-dpmne-na-makedonija-povtorno-i-e-nanesena-nepravda>

14 Димовски: На Македонија повторно и е нанесена неправда, [www.kurir.mk](http://kurir.mk)
<http://kurir.mk/makedonija/vesti/95457-Dimovski-Vcera-na-Makedonija-povtorno-i-bese-nanesena-nepravda>

нешта, а на страната на другата етничка заедница само негативни, може да се постави прашањето за постоење на етноцентрично гледање на работите. Ова посебно е зајакнато со очигледното префрлање на вината за отсуството на посакуваниот резултат врз другите, без никаква релација на овој резултат со сопственото дејствување/недејствување.

На пример, информацијата под наслов „Ахмети: За разлика од македонските политичари, ДУИ не говори како празна воденица“¹⁵ со која се пренесува говорот на Али Ахмети, може кај припадниците на албанската и на македонската заедница да ги потенцира етноцентричните чувства и да провоцира етнички базиран анимозитет.

Македонците во етноцентричниот начин на прикажување на работите секогаш прават „добри“ работи, додека припадниците на другите етнички групи - не. Заради истакнување на етноцентричната линија, во дел од медиумите се прави конфузија околу поимот Македонец како припадник на етничка заедница и Македонец како државјанин на Република Македонија.

На пример, во известувањата кои зборуваат за храброста и за признанијата кои ги добиваат македонските војници во мисиите на НАТО во Авганистан, никогаш не се спомнува припадноста на етничката заедница, туку се зборува само за Македонци како државјани на Република Македонија (Македонски војник во Авганистан: храброст и издржливост за почит¹⁶). Во овие извештаи не е важен податокот дека (според некои извори) околу 40 отсто од војниците кои од Македонија се заминати за Авганистан се припадници на

албанската етничка заедница во Македонија¹⁷, или, на пример, дека командант на првото одделение кое заминало во Авганистан бил мајор Фето Бајрами. Кога се зборува за

**На етноцентричноста
може да се посомневаме
и кога во одредена
медиумска информација/
текст активностите
на својата заедница
се прикажуваат како
„исправни“ и „нормални“,
додека активностите
на другите култури
се прикажуваат
како „погрешни“ и
„неприродни“.**

војниците од Македонија во Авганистан, се создава впечаток дека станува збор за храбри и доблесни Македонци (како припадници на македонската етничка заедница).

Наспроти ова, кога се известува за присуство на граѓани од Македонија во редовите на бунтовнички групи (посебно кога станува збор за групи со религиозен предзнак), вообичаено се истакнува и етничката припадност кога се работи за припадници на албанската етничка заедница. На пример, „Албанци од Македонија во Тирана се регрутираат за Сирија?“¹⁸.

15 Ахмети: За разлика од македонските политичари, ДУИ не говори како празна воденица, www.24vesti.mk, 09.04.2013 <http://24vesti.mk/ahmeti-za-razlika-od-makedonskite-politichari-dui-ne-govori-kako-prazna-vodenica>

16 Македонски војник во Авганистан: храброст и издржливост за почит, www.mkd-news.mk, 12.07.2013 <http://mkd-news.com/makedonski-vojniki-vo-avganistan-hrabrost-i-izdrzhlivost-za-pochit/>

17 За мисија во Авганистан се плаќа од 2.000 евра мито?, www.scoop-mk.blogspot.mk <http://scoop-mk.blogspot.mk/2013/07/2000.html>

18 Албанци од Македонија во Тирана се регрутираат за Сирија?, www.zurnal.mk, 15.08.2013 <http://www.zurnal.mk/content.asp?id=2013815195221>

„Најмалку дваесетина лица, главно од албанската етничка заедница во Македонија, учествуваат во вооружените судири во Сирија, а уште осумдесетина и во други земји – Авганистан, Дагестан, Ирак, Ингушетија..., кои се мотивирани од верски, исламски мотиви...“

„... Сознанијата покажуваат дека гостиварецот во Сирија ~ пристапил на една од најекстремните опозициски групи, која има околу пет илјади борци и чиј командант Абу Мохамед ал-Голани ~ искажал верност на најпознатата терористичка организација Ал каеда“.

Во овој случај веќе не станува збор за Македонци како државјани на Република Македонија, туку за Албанци од Македонија.

Етноцентризмот може да се идентификува и во серија написи направени во врска со преминувањето на границата од страна на грчки или албански ловци („Вооружени Грци и Албанци ловат или провоцираат?“¹⁹, „За добрососедството, ловциските сачми и македонското сафари“²⁰). Во најголем дел од написите се испраќа јасна порака дека станува збор за смислена провокација и се извлекуваат многу широк дијапазон заклучоци кои во голема мера го надминуваат настанот:

„Па замислете си, не дај боже, ситуацијата да беше обратна и македонски ловци да го сторат истото што со години го прават нашите соседи и оружени да навлезат само неколку сантиметри на грчка или на албанска почва. Мислам дека она што би следувало по хипотетичката ситуација во најблага форма Атина и Тирана би го претставиле пред меѓународната јавност како страшен меѓудржавен инцидент, кој

бил планиран со години од страна на лошите Македонци...“

Наспроти ова, под насловот „Македонско знаме на грчка територија?“²¹ со гордост се истакнува акт кој очигледно претставува кршење на законите на соседна држава:

„Заедница од 25 планинари членови на Планинарско спортскиот клуб „Пелистер“ на годинешното зимско искачување на врвот Кајмакчалан на надморска височина од 2.524 метри го развеаја македонското знаме на грчка територија. Искачувањето го направија од грчката страна на планината, со старт од зимскиот скијачки центар „Ворас“. Планинарите немале намера да провоцираат или да испраќаат политички пораки. На тој дел од теренот само малкумина знаат каде точно се протега државната граница меѓу двете земји“.

Ова претставува школски пример за етноцентрично толкување на конкретен настан, или, кога правиме нешто, „ние“ сме морални и добри, а кога истото го прават другите, „тие“ се неморални и лоши.

Етноцентризмот не е лесно да биде препознаен. Тој може да биде маскиран во руво на природна национална гордост или зад еднострано пренесување на факти.

Новинарот треба да има посебен сензор за идентификување на етноцентризмот. Не заради тоа што етноцентризмот постои само кај нас или заради тоа што ние сме нешто особено склони кон него, туку заради тоа што етноцентризмот претставува сублимат на стереотипи и на предрасуди кои го хранат и создаваат услови за дискриминација и говор на омраза.

Време е медиумите во Македонија да го запалат црвеното светло.

19 Вооружени Грци и Албанци ловат или провоцираат?, [www.novamakedonija.com.mk](http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=111131735429&id=9&setIzdanie=23017)
<http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=111131735429&id=9&setIzdanie=23017>

20 За добрососедството, ловциските сачми и македонското сафари, [www.novamakedonija.com.mk](http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11513843525&id=13&setIzdanie=23019)
<http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11513843525&id=13&setIzdanie=23019>

21 Македонско знаме на грчка територија?, [www.daily.mk](http://daily.mk/vesti/makedonsko-zname-na-grchka-teritorija), 26.02.2013
<http://daily.mk/vesti/makedonsko-zname-na-grchka-teritorija>

страница 202-212

ПОГЛАВЈЕ 11

Член 12 од Кодексот на новинарите на Македонија

Плагијатот својот е неифајливо.

Цитирањето не смеа да се користи без да се нагласи изворот или авторот.

НЕ СМЕЕ ДА СЕ ПЛАГИРА, НО НИ ДА СЕ БАРА МОНОПОЛ НАД ВЕСТИТЕ

Пишува: Билјана Илиќ

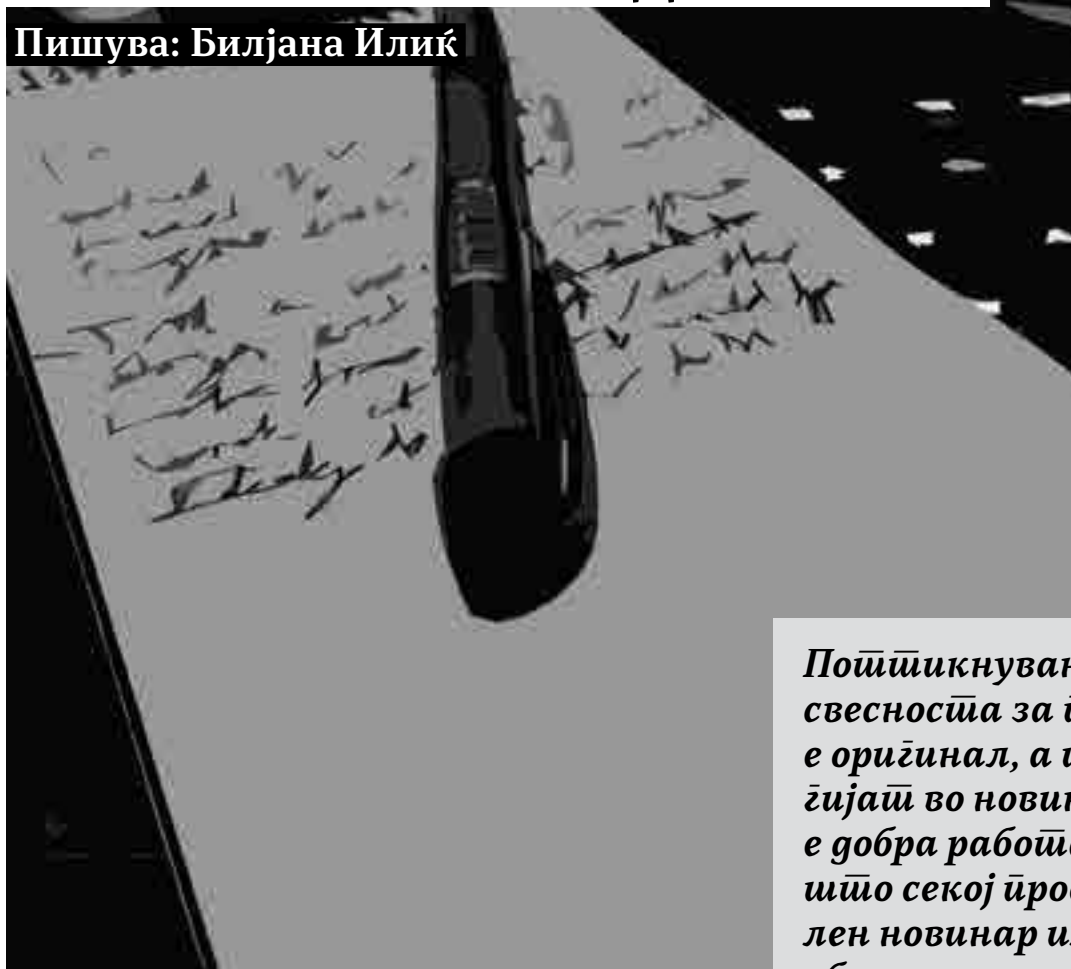


Photo by: Fredrik Walløe, Journalism

<https://www.flickr.com/photos/132527206@N05/17237700109>

Многу често, новинарите во Македонија водат жестока јавна дебата за плагирањето на нивните трудови. Отворена е дури и посебна група на „Фејсбук“, на која новинарите објавуваат текстови за кои сметаат дека им се плагирани (или „украдени“), а потоа се водат лути расправи. Во основа, поттикнувањето на свесноста за тоа што е оригинал, а што плагијат во новинарството, е добра работа, затоа што секој професионален новинар има етичка обврска да не се служи со плагирање и со почит да се однесува кон трудот на своите колеги.

Поттикнувањето на свесноста за тоа што е оригинал, а што плагијат во новинарството, е добра работа, затоа што секој професионален новинар има етичка обврска да не се служи со плагирање и со почит да се однесува кон трудот на своите колеги.

За жал, кога човек ќе навлезе во содржинска анализа на примерите на „кражби“ на кои алармираат новинарите, покрај очигледните нелегитимни преземања на оригинални содржини од други медиуми (понекогаш дури и без посочување на изворот, што, секако, е рамно на кражба), регистрираме и многу случаи на погрешно разбирање за тоа што е, всушност, плагирање во новинарството. Така, во многу случаи, новинарите се мачат

како сопствен оригинален новинарски труд да ги третираат вестите и извештаите создадени врз основа на пишани соопштенија

Понекогаш доаѓаме до апсурдната ситуација многу новинари да сметаат дека имаат монопол и врз самиите вести за настаните.

(препишани, значи), од билтените на институциите (најпопуларен е билтенот на МВР), од т.н. прес-листови што се лиферуваат по конференциите за печат и слично. Работата оди дотаму што понекогаш брзината на објавување на таквите вести се смета за клучен и елиминациски фактор во определувањето на тоа што е „оригинал“, а што „копија“ – некој што прв објавил вест преземена од билтенот на МВР смета дека создал оригинално дело и дека сите други, едноставно, го плагираат. Така доаѓаме до апсурдната ситуација многу новинари да сметаат дека имаат монопол и врз самите вести за настаните.

Што е ексклузивно, што е јавна сопственост

Очигледната забуна, освен од меѓусебно нетрпение на новинарите, доаѓа и од неподготвеноста да се прифати фактот дека во оној момент кога еден медиум веста за одреден настан ја споделува со јавноста – ја објавува и при тоа, ако може, за тоа наплаќа, а ако не може, ја „дели“ бесплатно – таа веќе станува јавна сопственост. Или, уште попрецизно: веста за еден настан станува јавна сопственост, но не и начинот на кој таа е обработена од страна на новинарот. Веста за трагична сообраќајна несреќа не е и не може да биде било чија ексклузивна сопственост, без оглед кој прв ја објавил или можеби се затекнал на местото на настанот. Кога би било поинаку, дали веста за овој настан би смеел да ја објави дописник на странски медиум?

Новинарите имаат не само легитимно право, туку и професионална обврска да се информираат од разни извори, меѓу кои се и другите медиуми. Информациите за настаните што ќе ги дознаат при тоа, можат да ги користат сосема слободно – под одредени, општопознати услови (прецизна атрибуција, линкување итн.) да ги пренесуваат директно или да ги збогатуваат вестите со користење други извори, со дополнителни истражувања, со контекстуализирање и со користење дополнителни информации. При тоа, секој мора да го почитува трудот на своите колеги и нивната оригиналност во пристапот и во обработката на темите. Тука, за жал, баш и не можеме да се пофалиме. Лоша е и идејата агрегаторите на вести да ги третираме како „плагијатори“ и да смислуваме законски и етички пречки тие да ги преземаат вестите од електронските публикации (ајде, да го употребиме првпат новиот

Вестта за еден настан станува јавна сопственост, но не и начинот на кој таа е обработена од страна на новинарот.

термин што ќе го наложи новиот закон за медиуми), сè додека тие своите посетители директно ги водат на веб-страниците од каде што се преземени вестите. Да, информативните портали со право се несреќни поради тоа што на таков начин агрегаторите, без многу труд и мака, создаваат веб-страници на кои трупаат реклами и заработуваат дебели пари, но тоа е така зашто информативните портали не се трудат здружено да им предочат на огласувачите и на маркетинг-агенциите дека огласувањето на агрегатор наместо на информативен портал од каде што се презема веста, е како да се огласува на прозорецот на трафиката наместо во весникот што е изложен таму.

Или портал или агенција

Како што слушнавме неодамна, постои некаква иницијатива за измени на законите кои се однесуваат на авторските права, со кои наводно ќе се регулираат овие прашања и ќе се заведе некаков „ред“ во оваа област.

Секој што мисли дека неговото авторско новинарско дело вреди пари, има само еден сигурен начин штоа да го провери – најдобро е да се обиде да го продот.

Тоа не е лоша идеја, но само ако се внимава со новите правила на игра да не се воведат неодржливи ограничувања на содржините во медиумите. Ниту смее, ниту може да се ограничи правото на пристап до вестите за настаните, дури и тогаш кога извор се медиумите. Доколку некој се обиде да го спречи тој нормален протек на информациите, ако дури и се затворат агрегаторите, хипотетички зборувајќи, „проблемот“ би можел да се реши на многу едноставен начин – некој досетлив на „Фејсбук“ ќе формира група која ќе се вика, да речеме, „Вести и дневни настани“, па таму неограничено ќе ги објавува сите информации копирани од електронските публикации и од интернет-изданијата на печатените медиуми и на телевизиите. Така, тој нов медиум ќе стане неограничен и легитимен извор на информации, кој нема да може да се оспори ни правно, ни етички (сè додека не се заведе контрола и врз интернет, што можеби е и можно во земји како Македонија).

Конечно, секој што мисли дека неговото авторско новинарско дело вреди пари, има само еден сигурен начин тоа да го провери – најдобро е да се обиде да го продаде. Интернет-медиумите не можат истовремено да се однесуваат и како информативни портали кои бесплатно објавуваат информации, и

како информативни агенции, кои би сакале да ги наплатат вестите и другите содржини што ги произведуваат. Тој што има намера на тој начин да го вреднува својот труд, едноставно, треба да ги затвори содржините за очите на широката јавност и вестите да им ги продава на тие што се заинтересирани да ги купат. Како што, впрочем, прават вистинските новински агенции.

Новинарите, пак, бездруго треба да ја негуваат својата оригиналност, но, пред сè, преку начинот на кој известуваат, анализираат и коментираат, во кој ќе се огледа нивната инвентивност и талентот. Во поголем дел од медиумите, особено кај дел од информативните портали, веќе се воведени добри практики на почитување на туѓиот новинарски труд, па така новинарите се трудат не само да ги наведат изворите од каде што директно ги преземаат вестите, туку и со линкови да ги „препраќаат“ своите посетители до содржините на изворникот. Тие практики треба да се збогатат и да се продлабочат. Грешки и очигледни прекршоци, се разбира, имало и ќе има, но важно е да се негува трендот. И секако, треба да се води упорна

Интернет-медиумите не можат истовремено да се однесуваат и како информативни портали кои бесплатно објавуваат информации, и како информативни агенции, кои би сакале да ги најлаат вестите и другите содржини што ги произведуваат.

и секојдневна битка со оние медиуми кои буквално се однесуваат како пирати, кои грубо и насилно преземаат дури и анализи и колумни од конкурентски медиуми, обидувајќи се на тој начин лесно да заработат од туѓиот труд.

ПОГУБНОСТА НА „КОПИ-ПЕЈСТ НОВИНАРСТВОТО“

Пишува: Теофил Блажевски



Photo by: Alex Barth, Newspapers
<https://www.flickr.com/photos/28242329@N00/2846621384>

Преписувањето и кражбите при известувањето во медиумите за јавно информирање е проблем откако постојат медиумите. Бројни се примерите за кражба на вести или текстови од други новинарски жанрови уште од почетокот на 20 век, кога се известувало за историски настани какви што се големите војни, бунтови, мировни конференции или природните катастрофи и слично. Како напредувала правната наука, тој тренд полека е регулиран со бројни одделни закони во секоја земја, што, пак, доведува до неколку конвенции за заштита на интелектуалната сопственост и за заштита на авторското и другите сродни права, особено во втората половина на 20 век.

Македонија има законска регулатива во овој поглед, како што се Законот за авторското и други сродни права¹ и Законот за индустриска сопственост², но овие закони, особено првиот, не навлегува во детали за

Преписувањето и кражбите при известувањето во медиумите за јавно информирање е проблем отколку што е медиумите.

тоа дали веста, на пример, е авторско дело или под кои услови може да биде. Оттука, постоечкото законодавство не може да се справи со сè поинтензивниот тренд на крадење вести и друг тип информации, особено колумни, интервјуа, коментари и анализи, како и други класични авторски дела што се објавуваат во медиумите.

Бидејќи станува збор за светски тренд кој полека се (само)регутира, тука ќе се задржиме на трендот во Македонија, кој не само што не се (само)регутира, туку покажува деградирачка насока која веќе има име и во светски рамки – „копи-пејст новинарство“ (сору – paste). Знаците дека ова „новинарство“ е или станува сеприсутно ги имаме.

1 <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=4947>

2 <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=4601>

Доволно е да погледнете кој било агрегатор од неколкуте во Македонија, за да се уверите во тоа. Но, сосема бегла анализа за штетите, би нè довела до загрижувачки заклучок дека ваквото „копи-пејст новинарство“ можеби е најзагрижувачкиот и најзаканувачкиот вирус од кој боледува современото новинарство во Македонија. Вирус, чии последици се пострашни од какви било ограничувања на слободата на мисла и на говор во медиумите преку закони што ги би ги наметнала која и да било извршна и законодавна власт.

Дезинформацијата и нејзино мултиплицирање

„Копи-пејст новинарството“ во Македонија, покрај другите причини, во основа се должи на извитоперената улога на интернет-порталите кои се означуваат и како новински агенции. Додека класичната новинска агенција својата вест ја продава на корисниците – медиуми и институции, и од тоа живее,

„Који-пејст новинарството“ во Македонија, покрај другите причини, во основа се должи на извитоперената улога на интернет-порталите кои се означуваат и како новински агенции.

при што, во принцип, нивните веб-страници се затворени за ексклузивните вести што ги лиферувале сè додека прво не бидат објавени од корисниците, информативните портали - агенции во Македонија се трудат да емитуваат што поголем број вести на ин-

тернет, а за да остварат што поголем број „импреси“ и „кликови“, по што се нудат кај рекламните агенции, барајќи огласувачи и остварување на комерцијална добивка.

Притоа, многу често, препишувачкото, во овој случај „копи-пејст новинарството“, наместо да ја остварува својата основна улога – вистинито информирање, тоа дезинформира или се служи со нецелосно и погрешно информирање.

Бидејќи станува збор за голем број портали, но и бидејќи порталите сè почесто служат како извор на информации за десковите на печатените и на електронските медиуми, таквата дезинформација масовно се шири во јавноста, при што настануваат повеќекратни штети за кои ќе зборуваме подоцна.

(Зло)употребена анкета и светски трговски бренд

За потребите на овој текст ќе се послужиме со два свежи примера во „нашиот“ интернет-простор.

Првиот пример, се однесува вестите за анкета на Советот за радиодифузија, која повеќето интернет-медиуми ја третираа од аспект на гледаноста на информативните програми на телевизиите и нивната доверба кај граѓаните.

Веста прва ја објави веб-страницата на телевизијата „Алсат М“ на 13 септември 2013 г. во вечерните часови. Никој не ја забележал до 15 септември 2013 г., недела, кога вообичаено приливот на вести е забележително намален, па настанува своевидно „копање“ по интернет за вест повеќе. Релативно коректната вест на „Алсат М“, не цели два дена подоцна ја обработува порталот „А1 он“. Иако оваа вест³ има линк до документот, т.е., анкетата⁴, од некоја причина – ненамерна,

3 СРД: Сител и МТВ со најмала доверба кај гледачите, [www.alon.mk](http://alon.mk/wordpress/archives/205324)
<http://alon.mk/wordpress/archives/205324>

4 Анализа на пазарот на радиодифузната дејност во 2013 година, ААВМУ, www.avmu.mk
http://www.avmu.mk/images/Analiza_na_pazarot_za_2013.pdf

незнаење, намерна..., неименуваниот автор на оваа вест прави клучна грешка која не соодветствува со фактите во основниот извор – анкетата изработена за потребите на Советот за радиодифузија. Грешката е направена уште во насловот на веста на „А1 он“:

„СРД: Сител и МТВ со најмала доверба кај гледачите“

Од тука, од 13 часот на 15 септември, поаѓа лавината на неточната информација. Прв, колку што можевме да видиме од достапните информации од агрегаторите, веста ја презема „Плус инфо“, па „Нова ТВ“, па „Либертас“, „Локално“, „Скај“ и последен „Бриф“. Кај овој случај имаме две специфики. „Копи-пејст новинарството“ тука се однесува на бројките, кои дежурните новинари и уредници не ги провериле, зашто, обично од брзање да се објави веста, се нема време за основна, минимална проверка. Така, наместо да ги земат точните бројки за севкупната гледаност и доверба, тие ги зеле бројките од претходните парцијални пресеци во анкетата.

Што се однесува до втората специфика во овој случај, тоа е корекцијата. Откако порталот „Либертас“ ја видел грешката, првата вест е повлечена, а пласирана е втора со точна информација. Резултат од тоа е што понатамошниот „копи-пејст процес“ одел со коректни бројки. Прв по втората вест на „Либертас“, веста ја објавил „Бриф“, па и други, но сега со коректен наслов и бројки.

Вториот пример се однесува на дезинформација или полуинформација, која станала широко достапна токму поради „копи-пејст новинарство“. Оваа вест беше и предмет на рецензија на „Сервисот за проверка на фактите во медиумите“.

Станува збор за наводното отворање на продавница на познатата трговска марка „Ејд енд Ем“ во Скопје. Веста првобитно потекнува од порталот на „Утрински весник“ и е објавена на 22 септември 2013 г., под наслов

„ХиМ наскоро со скопска продавница“⁵.

Текстот е објавен во 16.53 часот, во недела, и оттука јасно е зошто првиот пример на „копи-пејст новинарството“ го имаме дури утрентата, во понеделник. Лавината, ако не грешиме, тргнува од портали како „Црно бело“, „Факултети“, „Здраво“, но и портали како „Фактор“, „Економски“, „Куир“, „Телеграф“ и други⁶. Синцирот го прекинува, овојпат, „Нова ТВ“, која објавува вест дека информацијата е

**Прейишувачкојто,
во овој случај „копи-
пејст новинарството“,
наместо да ја остварува
својата основна
улога – висшението
информирање, штоа
дезинформира или се
служи со нецелосно и
погрешно информирање.**

шпекулација. „Нова ТВ“, притоа, ја проверила информацијата во прес-службата на „Хенес и Мориц“. Оттука почнува обратен бран. Дезинформацијата со помош на „копи-пејст новинарството“ е потврдена, а крајот на оваа сага во медиумскиот простор најверојатно ќе заврши со тужба⁷ до компанијата што го злоупотребила брендот „Ејд енд Ем“.

Во овој случај на „копи-пејст“, исто така, има две специфики. Првата е дека речиси никој од порталите што копирале не забележал еклатантна повреда на новинарските принципи во релативно кратката вест што им послужила како извор, а тоа дека во текстот нема потврда на фактите, туку се базира само врз фотографија, по што тврдењето е чисто шпекулативно.

5 <http://www.utrinski.mk/default.asp?ItemID=DBFC6449AA744A47A64D452A09058707>

6 <http://www.time.mk/?q=h%20m&search=news&order=dec&startdate=01.07.2008&enddate=26.09.2013&page=3>

7 <http://mkd-news.com/h-m-nema-da-go-otvara-prodavnitsa-vo-skopje-osven-demant-mozhna-e-i-tuzhba/>

Втората специфика е поврзана со првата – не само што никој не воочил во толку кратка вест дека недостига проверен факт, туку речиси никој не нашол дека е неопходно барем со интерпункциски знак во насловот да направи некаква ограда.

Исклучок од ова се единствено порталите „Телеграф“ и „Здраво“, кои со прашалник во насловот и (кај „Телеграф“), со избрани зборови во главата на веста, направиле некаква ограда.

Непроценливи штети

До каде оди оваа неразбирлива навика на информативните портали во Македонија, можете да видите и од следниов пример.

Порталот „А1 он“ објавува вест⁸ за штрајкови во Грција во 9.44 часот. Во рок од 18 минути веста ја објавуваат уште неколку портали, меѓу кои и „Куир“, „Либертас“ и „24 Вести“ ...при што најбрзи биле „новинарите“ на

***Кои-џејсџи новинарството
станува вирус од кој е
заболено новинарството во
Македонија, кој е поопасен од
каква било рестриктивна
контрола на која и да било
власт врз слободата на
говорот и медиумите.***

порталот на „Алфа ТВ“, кои веста ја објавиле само 4 минути подоцна од „А1 он“! Притоа, кај сите анализирани портали веста има речиси идентичен наслов и почнува со идентична глава:

„Од денеска во Грција почнува недела на нови штрајкови, кои ќе ги опфатат државниот сектор, образованието, општинската администрација и осигурителните компании“.

Ваквата, ќе повториме, неразбирлива до граници на лудост, навика кај македонските интернет-медиуми, прави непроценливи штети по повеќе основи:

- **банализирање на новинарството во интернет-медиумите и негово сведување на администрирање на веб-страниците и на порталите;**
- **нарушување на новинарските стандарди и од професионална и од етичка гледна точка;**
- **губење на вистинитото и објективно информирање, кои отстапуваат место пред дезинформирањето, сензационализмот и ефемерноста и во професијата и на улогата на медиумите во општеството воопшто;**
- **губење на довербата кај читателите, кај кои, полека, но сигурно се гради и се зацврстува мислењето дека „сите медиуми и сите новинари се исти“.**

Веројатно може да се зборува и за други штетни аспекти што зад себе ги остава ова квазиновинарство, но и само овие четири се повеќе од доволни да се извлече заклучокот наведен на почетокот од текстот: станува збор за вирус од кој е заболено новинарството во Македонија, кој е поопасен од каква било рестриктивна контрола на која и да било власт врз слободата на говорот и медиумите. Што да се прави? Најдобрата варијанта би бил еснафски договор на издавачите или на уредувачките тимови на поголемите и позначајните медиуми, не само во интернет-просторот, т.е. саморегулација. Во недостиг од волја за такво нешто, останува регулацијата, со сите опасности што ги носи. Во меѓувреме, како палијативни мерки би помогнале технички интервенции во структурата на интернет-порталите, со кои ќе биде барем оневозможено копирање на страници и на фотогرافии, а кои се дело на нечиј авторски труд.

8 Нов бран штрајкови во Грција, www.a1on.mk, 23.09.2013
<http://a1on.mk/wordpress/archives/209211>

КАКО ДА СЕ ПОЧИТУВА АВТОРСКОТО ПРАВО И КАКО ДА СЕ ЦИТИРААТ ВЕСТИТЕ НА ВЕБ?

Пишува: Агрон Врангала



Photo by: G. Skidmore, Media reporter at the arrival of President Barack Obama

Едно од најевидентните проблематични прашања во објавувањето текстови на интернет е почитувањето на авторското право или интелектуалната сопственост. Овие аспекти секогаш биле предмет на дискусија во светот на уметничката креативност, но и во публицистиката или новинарството, долго пред да се измисли интернетот и објавувањата на веб-страници. Меѓутоа, како што изгледа, во процесот на интернет-објавување, прашањето на авторското право сè повеќе се истакнува.

„Со „авторско право“ во современиот свет се подразбира, пред сè, правото за да се пристапи кон или да се употреби нешто – било тоа од материјалниот свет (како пр., пенкало, компјутер, велосипед, итн.) или нешто нематеријално, вклучувајќи ја „интелектуалната сопственост“, како што се зборовите на авторот или кодираните скрипти на програмерите.“^[1]

Едно од најевидентните проблематични прашања во објавувањето текстови на интернет е почитувањето на авторското право или интелектуалната сопственост.

Во средината на 19 век, обединети под водство на авторите, разните творечки групи заедно повикаа за промени на нивната општествена положба со еден меѓународен законски степен, кој на крај доведе до создавање на Бернската конвенција. Потпишана на 1886 година, Бернската конвенција за заштита на книжевното и на уметничкото дело беше кулминација на многуте обиди за создавање еден мултилатерален договор за заштита на авторското право, кој би ја заменил поранешната некомплетна мрежа на билатералните договори. Претседателот на финалната конференција, Нума Дроз, го

нарече овој случај „сѐекѝакуларна афирма-
ѝија на будење на универзалнаѝа совесѝи во
корисѝи на авѝорѝиѝе“. Нормално дека Берн

**Повредата на авторскиѝе
права во Македонија
е казнива со закон.
Медиумѝе, вклучувајќи
ѝи и ѝиѝе на инѝернетѝ,
не се исклучени од
законската одговорностѝ.**

не предвидуваше уште од почетокот диги-
тална употреба на авторскиот труд, кој во
тоа време не беше измислен, но сепак, тој
подоцна стана применлив за многу автор-
ски активности на интернет. [2]

Правилната употреба е една законска док-
трина што дозволува ограничена употреба
на материјалот без дозвола на сопствени-
кот на правата. Ова е еден вид на законска
заштита, наречена позитивна заштита. Ек-
склузивните права се само за авторот на
творештвото со закон за авторски права.
Примери за правилната употреба на автор-
ското право во Соединетите Американски
Држави се: коментарите, платформите за
пребарување, критиките, пародиите, извес-
тувањето на вестите, истражувањето и бер-
зите. Ограничувањата и исклучоците врз
авторското право за настава и архивирање
на библиотеката во САД се поставени во
еден поинаков дел од статутот. [3]

Повредата на авторството се казнува и во Македонија

Повредата на авторските права во Македо-
нија е казнива со закон. Медиумите, вклучу-
вајќи ги и тие на интернет, не се исклучени
од законската одговорност. Интернет-пор-
талот, во случај на прикажување на една од-
редена фотографија, аудиовизуелно дело,

дело од фигуративната уметност, пишано
дело, музичко дело и други авторски дела,
мора да го напише авторот и од каде го пре-
зел авторското дело (хиперлинк на интер-
нет-порталот или на некој друг начин). [4]

Во нашите медиуми, најчестите случаи каде
што не се почитува авторското право се:

- Целосното копирање на текстот без да се цитира авторот или медиумот од каде што е преземен;
- Копирање на текстот и модификација (трансформација) на истиот без да се каже референтната точка;
- Позајмување на изјавите од извори кои се изјасниле за некој медиум и нивно присвојување како да се земени директно од странката;
- Неовластено користење фотографии, аудио и видеоматеријали и без да се цитира авторот на истите, итн.

Во светската практика на интернет-објаву-
вања, на пример, компанијата што се гри-
жи за идентификација и за заштита на ав-
торското право „Криејтив комонс“ (*Creative Commons*), од една страна ги признава и ги
штити индивидуалните права, но ова го
прави на инклузивен начин, значи сама по
себе го признава правото на другите за да
пристапат кон и да користат едно творечко
дело. Во лиценцирањето на „Криејѝив ко-
монс“ пишува:

Вие можете:

- Да делите со другите – копирајте, дели-
те, прикажете и претставите едно тво-
речко дело;
- Да обработите – да создадете деривати
од оваа работа,

но под услов да ги исполните овие услови:

- Атрибуција: вие треба да атрибуирате
едно дело на начин одреден од авторот
или давателот на лиценцата;
- Некомерцијализација: вие не треба да
ги искористите овие дела за да оствари-
те добивка;

- **Дистрибуција:** доколку вие отуѓувате, трансформирате или создавате едно друго дело врз основа на ова дело, вие треба да ги дистрибуирате резултатите на работата под една ваква или слична лиценца (ставајќи го линкот на веб-страницата). Но, доколку имате дозвола од авторот на тој материјал, тогаш можете да го користите без да ги почитувате овие правила;

Ако сите позајмуваат, кој ќе произведува вести?

Исто така, и во Етичкиот кодекс на новинарите на Македонија пишува:

„Правењето и лажијата е недозливо. Цитирањето не треба да се користи без одобрение од изворот или авторот“.^[5]

Оваа повреда е позната карактеристика на нашите информативни веб-страници, но има случаи и кога изворите на позајмување на вестите се почитуваат. И покрај ова почитување треба да се каже дека една вест создадена од почиток, е подобра од една позајмена вест, што значи дека ако повеќе веб-страници со вести имаат свои репортери и се заложуваат за производство на автентични вести, ова го проширува хоризонтот на гледните точки и пристапите кон еден одреден настан. Ова е проблем од свој вид со кој се соочуваат порталите во нашата земја. Ако сите позајмуваат, тогаш кој ќе произведува вести? Ова е еден постојан лов кој трае...

Терминот што најмногу се употребува за менаџерите на малите портали е „админ“ или „администратор“. Највообичаена работа на администраторот на еден портал е само што ќе стане од спиење, да седне пред компјутерот и да ги прегледува веб-страниците на поголемите медиуми кои успеале да произведат нови вести. Врз основа на еден целосно индивидуален избор, администраторот прави еден список на вестите што ќе бидат дел од неговата страница за тој ден. Истата ситуација се повторува секој ден.

Постои една изрека во новинарството што вели „Сите вести се локални“, која што во денешните време би се преформулирала: „Добар дел од вестите се хиперлокални“.^[6] Терминот „хиперлокал“ е еден од оние термини што во последно време наоѓа широка употреба. Хиперлокалното покривање се фокусира на тие настани, кои независно од тоа колку се мали, може лесно да се најдат на интернет и имаат потенцијална публика. Наместо да се „трча по информацијата“ и, всушност, да се копираат содржините што другите медиуми веќе ги имаат, помалите

**Со една извршена анализа
од Македонскиот
институт за медиуми
(МИМ), интервјуирани
експерти од организации
што се занимаваат со
медиуми и со авторски
права, евидентирале дека
ниеден од медиумите на
интернет не е „чист“ за
да почне прв да преземе
мерки за заштита на
своите авторски производи.**

медиуми може да им се посветат на оригиналните информации, кои се важни токму за нивната средина, за публиката или специфичните групи на возраст и да постигнат уште повеќе.

Интернет-медиумите во Македонија не се „чисти“

Во обемната книга „Динамиките на масовната комуникација“, авторот Џозеф Р. Доминик, меѓу другото, зборува и за кодексите на новинарските перформанси. Според него, многу етички одлуки треба да се земат за

време на неколку часови или минути, без луксузот на долгото филозофско размислување. Затоа, медиумските професионалци не се многу различни од другите професионалци, како, на пример, докторите или адвокатите. Во овие професии, кодексите на однесување или етика се стандардизирани за да им помогнат на поединците во нивните одлуки. Доколку еден доктор или адвокат повреди некое од начелата на овие кодекси, нему може да му биде одземено правото на вршење на професијата преку одлука на одбор од колеги што ја надгледуваат оваа професија.

Овде завршува сличноста со мас-медиумите. Медиумските професионалци, иако се ангажираат со поимот на слободата на говор, немаат професионални инспекциски

Треба да се работи во насока на едукација на корисниците на новите медиуми за што повеќе да ја избегнуваат незаконската практика, што ѝ штети на интелектуалната работа, но и на самиот медиумски имиџ.

одбори кои би давале или би ги продолжувале лиценците. Кодексите на медиумскиот перформанс и методите на саморегулирање се помалку прецизни и помалку строги во споредба со тие од другите организации. Но, многу од дискутираните начела се вклучени во овие кодекси.^[7]

Со една извршена анализа од Македонскиот институт за медиуми (МИМ), интервјуираните експерти од организации што се занимаваат со медиуми и со авторски права, евидентирале дека ниеден од медиумите на интернет не е „чист“ за да почне прв да преземе мерки за заштита на своите авторски продукти. Дури и тие што се сметаат себеси за „чисти“ во поглед на почитување

на авторските права на авторите во Македонија, не го почитуваат авторското право кога позајмуваат материјали од странски автори.^[8] Ова не треба да се сфати како едно задолжително зло, туку треба да се работи во насока на едукација на корисниците на новите медиуми за што повеќе да ја избегнуваат оваа незаконска практика, што ѝ штети на интелектуалната работа, но и на самиот медиумски имиџ.

Референции:

- [1] Charles Ess; Етика на дигиталните медиуми, превод од англиски: Рапо Згури, печати: Албански институт за медиуми, Тирана, стр. 61.
- [2] Giuseppina D'Agostino (2010): *Copyright Contracts, Creators New Media, New Rules*, печатено од: Edward Elgar Publishing Massachusetts, USA. стр 88-89.
- [3] Creative Commons: <https://blog.creative-commons.org/2016/02/23/the-flip-side-of-copyright/>. Датум: 14.03.2016
- [4] АНАЛИЗА: Македонија во дигиталната ера – меѓу правата и одговорностите при комуницирање на интернет. Печати: Македонски институт за медиуми, Скопје, 2015, стр. 27. Датум: 19.03.2016.
- [5] Кодекс на новинарите (2011) Печати: Македонски институт за медиуми во соработка со Здружението на новинари во Македонија, 14 ноември, Скопје.
- [6] Joseph R. Dominick (2010): Динамиката на масовната комуникација. *Медиумите во дигиталното време*, УЕТ Прес, Тирана. стр. 457.
- [7] Joseph R. Dominick; Динамиката на масовната комуникација. *Медиумите во дигиталното време*, УЕТ Прес, Тирана, 2010, стр. 595.
- [8] АНАЛИЗА: Македонија во дигиталната ера – меѓу правата и одговорностите при комуницирање на интернет. Печати: Македонски институт за медиуми, Скопје, 2015, стр. 27. Датум: 19.03.2016.

страница 216-225

ПОГЛАВЈЕ 12

Член 13 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој треба да прави разлика меѓу фактите и мислењата, меѓу вестите и коментарите.

ПРАВИЛА ЗА ПИШУВАЊЕ КОМЕНТАР

Пишува: Ана Анастасовска



Границата меѓу веста и коментарот сè повеќе почнува да се губи, особено кога станува збор за написи објавувани на некои портали, кои главно се познати по тоа што со сите сили бранат одредена политичка партија. Токму затоа и ваквите текстови многу често се предмет на рецензија на нашиот „Сервис за проверка на фактите“, а овде ќе објасниме што е тоа коментар и како тој треба да се пласира во медиумите.

Границата меѓу веста и коментарот сè повеќе почнува да се губи, особено кога станува збор за написи објавувани на некои портали, кои главно се познати по тоа што со сите сили бранат одредена политичка партија. Токму затоа и ваквите текстови многу често се предмет на рецензија на нашиот „Сервис за проверка на фактите“, а овде ќе објасниме што е тоа коментар и како тој треба да се пласира во медиумите.

Коментарот е аналитички, монолошки новинарски жанр

Во теоријата на новинарството, постои трипартидна поделба на новинарските жанро-

ви: фактографски, аналитички и бележнички. Коментарот спаѓа во групата аналитички новинарски жанрови.

Новинарските жанрови уште се делат во две општи големи групи во однос на типот на медиумската практика: **монолошки и дијалогски**. Монолошки се новинарски авторски текстови во кои спаѓа и коментарот и подразбираат собирање на информации од изворот, одење на местото на настанот и известување од местото во облик на вести

или во облик на извештај. Притоа, новинарите кои пишуваат имаат одговор за пет замислени прашања на својот аудиторитум: **кој, што, кога, каде, како** се случило.

Коментариот е посложена новинарска форма и бара, освен упатеност во случувањата, и подобро познавање на општествените феномени што ги предизвикале.

Коментарот е посложена новинарска форма и бара, освен упатеност во случувањата, и подобро познавање на општествените феномени што ги предизвикале. Коментарот е единствен жанр во кој новинарите се должени да го изнесат својот став или ставот на медиумската кука во која работат за некој општествен феномен или случување. Притоа, можат да се најдат во улога на интерпретатори, автори или одговорни личности. По правило, коментаторите се новинари кои ги обединуваат сите три функции со тоа што можат да говорат во свое име, но притоа да ја почитуваат уредувачката политика на медиумската кука во која работат, без оглед на тоа дали како приватно лице се согласуваат со неа или не.

Поголемиот број новинари во некоја своја интерна хиерархија, за коментатори ги сметаат луѓето кои се занимаваат со највисоката новинарска форма. Меѓутоа, во практиката често не е така и читателите често и не обрнуваат внимание на овие текстови, следејќи ја содржината.

Во теоријата, по правило, се разликуваат два вида коментари: **воведник или редакциски коментар**, како текст понекогаш потпишан со името на авторот, но често и непотпишан, кој го одразува индивидуалното гледиште на некој уредник или синтетизи-

раното мислење на група уредници. Пример за редакциски коментар е „Слободен удар“, кој секогаш се објавува на втората страница од дневниот весник „Слободен печат“, а како автори се јавуваат и уредници и новинари. Колумна или авторски коментар претставува текст во кој авторот е јасно идентификуван и кој авторот редовно го објавува под истиот надслов. Пример за авторски коментар е „Острилка“ на главниот уредник на „Слободен печат“, Бранко Геровски, која се објавува во истоимениот весник.

Разлики меѓу редакциски коментар и колумна

Воведник/редакциски коментар

- договор за тема
- колективна свест
- анонимен автор(најчесто)
- „воспитување“ на читателите
- поддршка на уредувачката политика
- уредничка редактура

Колумна/авторски коментар

- слободен избор на тема
- его на авторот
- личност на авторот
- блискост со читателот
- контрирање (многу често)
- отсуство на редактура



Правила за пишување на колумна/авторски коментар

Кај колумните доминира личното гледање на појавите или случувањата, доминира лични-

Коментарот е единствен жанр во кој новинарите се задолжени да го изнесат својот став или ставот на медиумската кука во која работат за некој општествен феномен или случување.

от став и, пред сè, не може да се зборува за некои посебни правила. Секој колумнист се труди да изгради личен стил по кој ќе биде препознатлив. Колумната на некој автор има и непроменливи елементи, како што се објавување во одреден ден, постојан надслов, име и најчесто фотографија од авторот, постојано место во весникот. Колумната се објавува интегрално, без уреднички интервенции.

Основата за коментар е веста

Коментарот се пишува откако нешто се случило. Предвидувањата дека нешто ќе се случи не се најдобра основа за коментар во медиумите. Веста мора да биде значајна за да се коментира. Коректно е да се објави веста во целина, па дури потоа да се коментира. Неопходен е објективен пристап во коментирањето. Иако коментарот е одраз на личниот став, не значи дека не треба да биде објективна слика на случувањата. Вообичаено е коментарот во весниците да биде релативно краток, до 84 реда, а во електронските медиуми до две минути. Добро е коментарот да се изговара, но да не биде

повторување на памет. Со оглед на тоа дека коментарот е авторска форма, недозволено е да го чита спикер.

Елементи на коментарот

Коментарот содржи три целини: глава, среден дел и заклучок.

Во главата на коментарот е веста. Може да содржи и изјава, но интригантска „јадица“ за која ќе се закачи коментаторот. Тој може во рамки на главата веќе да ја изнесе својата теза, односно антитеза на поставената теза.



На пример, во колумната „Нови граници на Балканот?“¹, професорот **Денко Малески**, во главата, пренесува изјава на **Дејвид Овен** и со тоа најавува што ќе коментира.

„Дејвид Овен, меѓународниот посредник во кризата во Југославија, човекот кој на почетокот од деведесеттите со жар нè убедувааше дека никогаш, ама никогаш, нема да се легитимираат придобивките од етничкото чистење и промените на границите, десетина години подоцна помирливо ќе изјави: „Време е да се ослободиме од резервите кои ги имаме кон ново исцртување на меѓународните граници и да понудиме балканско решение за балкански проблем“. Зашто, ако и таму се инсистира на непроменливост на

1 Нови граници на Балканот?, Слободен печат, 13.06.2016
<http://slobodenpecat.mk/Home/ColumnItem/767>

границите, предупреди Овен, тогаш на сите треба да им биде јасно дека американските и НАТО трупите ќе мора да патролираат долж етничките линии на овие поделени општества, уште долго време“.

Во средниот дел од коментарот се создава заплетот. Се редат аргументите за и против изнесените тези во главата. Се наведуваат податоци, факти (може да бидат општествени односи, причини за појави кои треба да се пронајдат, одговорност која треба точно да се утврди) се подредуваат и се објаснуваат. Важно е да нема многу општи работи и да се посочуваат прецизни и конкретни работи. Во спротивно, сè е само празна приказна. Во овој дел доаѓа до израз знаењето на коментаторот, општата култура и добрата информираност. Со овој дел, авторот го придобива аудиториумот за своите ставови. „Верувале или не, но опасниот настан од Куманово можеше да биде тоа треперење на крилјата на една пеперутка која, докажано е, предизвикува ураган. Или, да претпоставиме, сецесионистичкото поведение на Република Српска, во случај на силна поддршка од Русија, како одговор, да речеме, на западното инволвирање во Украина, би можел да биде причинител за конфликт. Односите помеѓу Албанците и Србите во Косово, е уште еден таков пример, каде некој налудничав етнички колеж, може да го загрози целиот регион, повторно вовлекувајќи ги и околните држави во вртлогот на историјата“.

Заклучокот во коментарот може да има само една ефектна реченица или цел пасус, но не повеќе. Добро е да е категоричен, јасен, може да биде и афористичен, доколку авторот има афинитети кон таа форма на изразување, но не насила духовит – тоа го убива секој коментар. Може да биде мобилизирачки (да се покрене акција која би придонела кон санација на состојбата) или да сумира некои состојби или да се заврши добро со одмерени прашања. Во секој поглед, не би требало да биде наметлив и морализаторски, а особено не да вади заклучоци од ништо.

„Оттука, наспроти сите домашни опструкции и сета антизападна реторика, со зборови и со дела мора да се истрае во напорите за европски, а не за балкански исходи во Македонија и пошироко во регионот. Инаку, македонскиот претседател може да напише уште осуманесет или колку беа писма за постоење на терористички групи во регионот, но сè додека претставник на нашата држава како полноправна членка не седи на масата на НАТО, врзувајќи ја нашата безбедност со безбедноста на Алијансата, опасноста останува“.

Квалификации за коментарот

Различни теоретичари наведуваат различни квалификации за коментарот. Најтипична е онаа која разликува **полемички, аналитички и хумористичен коментар**. **Полемичкиот коментар** во изнесувањето

Заклучокот во коментарот може да има само една ефектна реченица или цел пасус, но не повеќе.

на главата зазема спротивен став и го брани со аргументација до крај, а во заклучокот целосно ја оспорува тезата од главата.

Аналитичкиот коментатор ја разложува на сегменти тезата што е изразена во главата и ги наведува аргументите за и против, го осветлува проблемот од неколку страни, бара причини, наведува последици.

Хумористичниот коментар, по целосното сериозно поставување на главата, иронично и хумористично се осврнува на тезата и се докажува сè спротивно до апсурд. Во овој тип на коментар најважно е да се одреди границата на добриот вкус.

ШТО БЕШЕ ТОА РЕДАКЦИСКИ КОМЕНТАР?

Пишува: Биљана Илиќ

Жерновски наместо со проекти, мандатот го започна со деструкции и блокади

Македонец, 25 Април 2013 19:05

14110 зборови 303

Новиот градоначалник на општина Центар, Андреј Жерновски, градоначалничкиот мандат наместо со проекти го започна со деструкции и талпање на градоначалничките работи.



Жерновски од денешна и официјално седна во градоначалничката фотелја и го доби уверението за градоначалник. Наместо со проекти, програма и иднина ќе бидат во

Раздвојувањето на фактите од мислењето е еден од најважните професионални и етички стандарди на модерниот журнализам, кој во Македонија беше усвоен во 1996 година, со појавата на првиот независен дневен весник „Дневник“. Секако, коментари, осврти, колумни и написи со слична жанровска определеност (која некаде се нарекува и „аналитичка“) во македонскиот печат, на телевизиите и на радијата се објавуваа и пред појавата на „Дневник“, но првпат во овој весник беше спроведена строга забрана вестите, извештаите и другите написи од т.н. информативни жанрови да се „китат“ со коментари, како што тоа беше обичај во изданијата на НИП „Нова Македонија“. Првпат редакциските коментари се објавуваа само на едно место, придружени со главата на весникот, како очигледен и уверлив гра-

Раздвојувањето на фактите од мислењето е еден од најважните професионални и етички стандарди на модерниот журнализам.

фички знак кој го упатува читателот дека станува збор за мислења на редакцијата.

Потребата од такво „физичко“ издвојување на коментарите и на колумните (мислењето) од фактите се наметна поради сознанието дека читателите, гледачите и слушателите, во принцип, им веруваат на медиумите (иако таа доверба од година в година опаѓа) и дека често не го поставуваат прашањето „кој кажува“. Дури и денес, во услови на медиумски бум и експлозивен развој на медиумите на интернет, многу читатели лесно ги прифаќаат „вистините“ што се пласираат во медиумите, без да се оптоваруваат со прашањето кој ги соопштува и зошто. Така, ако прашате некој гледач од кого ја дознал веста што ја интерпретира, најчестите одговори што ќе ги добиете се следниве: „Кажаа на телевизија“, „Прочитав во весник“, „Видов на интернет“... Мешањето на фактите и на мислењето отвора можности за крупни и сериозни манипулации.

Можеби и тоа е причината поради која во последно време сè почесто ја среќаваме практиката на интегрирање на коментаторските елементи во написите од т.н. информативни жанрови. Текстот на агенцијата „Нетпрес“ со наслов „ММФ ги 'провали' лагите на СДСМ за банкрот на Македонија“ [рецензија¹] не е

1 Рецензија: ММФ нотираше стабилни макроекономски перформанси за Македонија, СПФМ, 17.04.2013 <http://mediumi.kauza.mk/2013/04/17/recenzija-mmf-notirashe-stabilni-makroekonomski-performansi-za-makedonija/>

ниту рубрициран како коментар, ниту содржи какви било графички или други ознаки (личен потпис на авторот, на пример), од кои може да се заклучи дека има аналитички и коментаторски претензии. Написот се повикува на два извора (шефицата на мисијата на ММФ во Македонија и министерот за финансии), но авторот се потрудил позитивните оценки на мисијата на ММФ за макроекономските перформанси да ги прикаже како доказ дека оценките на опозицијата со ова биле „џобиени“ и дека:

„Ова покажува дека блокадата на буџетот, нередите и непријатните сцени во Собранието од 24-ти декември лани, со месеци блокирањето на улици и малтретирање на граѓаните беа сосема непотребни и само параван за обидите на СДСМ преку заплашувања со банкрот на земјата да дојдат до политички поени“.

Очигледна е намерата тезите на авторот – кои се неспорно легитимни – да се интегрираат во извештајниот дел на написот, кој, пак, се потпира на официјални и релевантни извори. Тоа нè доведува до оправданата претпоставка дека **интегрирањето на мислењето на авторот со фактите и со наводите кои се пласираат и се поткрепуваат со извори е смислена техника да се засили веродостојноста и уверливоста на спиновите и на коментарите што се пласираат**. Оттаму и потпишувањето на коментарот, што некогаш се сметаше за стандард, станува не само излишно, туку и „опасно“ за веродостојноста на коментарот – читателот повеќе им верува на изворите и на порталот како целина, отколку на некој релативно анонимен автор, чија експертиза не му е позната. Сепак, агресивноста со која се коментира и со која дури и во насловите и во воведите бескомпромисно се наметнуваат коментаторските елементи како своевидно „упатство

за читање“ на текстот, ја открива намерата на авторите. Карактеристични примери се текстовите со кои се водеше црна кампања против новиот градоначалник на скопската општина Центар, Андреј Жерновски. На-



писот на „Курир“ со наслов „Жерновски наместо со проекти, мандатот го започна со деструкции и блокади“ [рецензија²], на старовремени начин, е воведен со наслов и со глава кои на читателот не му оставаат простор самиот да размислува и да заклучува:

„Наместо со проекти, програма и идеи кои ќе бидат во функција на подобрување на животот на жителите на општината, Жерновски се зафати со одмазда, најави за рушење, смена на вработените и деструкции“. **Многу често коментарите се придружени и со очигледни елементи на дискредитирање на личности, при што се пласираат и директни навреди**. Во нерубрицираниот и непотпишан коментар за Жерновски, на пример, се вели дека тој „очигледно сака да биде мал Бранко Црвенковски“. Во еден друг коментар [рецензија³], во кој истиот портал ги открива „партиските вработувања“ во Центар, се дискредитираат неколку лица со тврдењето дека:

2 Рецензија: Жерновски наместо со проекти, мандатот го започна со деструкции и блокади, СПФМ, 17.05.2013 <http://mediumi.kauza.mk/2013/05/17/recenzija-zhernovski-namesto-so-proekti-mandatot-go-zapochna-so-destrukcii-i-blokadi/>

3 Рецензија: Жерновски ја вработи Цаневска- Арсовска во Центар, СПФМ, 15.05.2013 <http://mediumi.kauza.mk/2013/05/16/recenzija-zhernovski-ja-vraboti-canevska-arsovska-vo-centar/>

„Жерновски започна да им дава баснословни хонорари на луѓето кои манипулираа за него за време на кампањата и му ги вршеа валканите работи“.

Не би сакале да се стекне впечаток дека манирот на „скриено“ коментирање, односно практиката на интегрирање на фактите и на мислењето, која доминира во провладините медиуми, е присутна само таму. Напротив, станува збор за практика која е присутна насекаде и, според нашето мислење, води потекло од лошата практика на телевизиите, најавите со кои се придружуваат телевизиските прилози да имаат нагласена коментаторска боја. Таков пример е кусиот напис на веб-страницата „Локално“, со наслов „Орав бил тука, барал спроведување на договорот од 1 март“ [рецензија⁴], во кој авторот пројавува сериозна потреба да ги искоментира активностите, односно индолентноста на евроамбасадорот Аиво Орав. И тоа, секако, не би било спорно, доколку веб-страницата посветела коментар на оваа тема. Наместо тоа, во текст во кој се пласира една прилично банална изјава на евроамбасадорот, авторот спинува дека тој бил отсутен од политичкиот живот и на таа тема пласира неколку цинични забелешки.

Овој кус напис нè потсети и на еден друг, веќе подзаборавен манир на телевизиското новинарство – употребата на глаголската „л“ форма за коментирање. **Предикатните форми „бил тука“ и „барал спроведување“ се смислени за да создадат извесна цинична дистанца и неверица во она што се случило** (како да не, бил тука!). Оваа техника е исто толку опасна колку што е и директното извртување на вистината, како во текстот за уставните судии и за регистарот на педофили, [рецензија⁵] што го објави порталот „Република“, во кој се пласира навредлив и дискредитирачки спин дека уставните судии „штийшатај педофили“, а потоа и поименично се наведуваат.

Заклучна препорака што може да произлезе од оваа анализа е потребата медиумите, а особено тие од т.н. заедница на нови медиуми, да се потрудат да го направат истиот исчекор што го направи „Дневник“ во средината на деведесеттите години од минатиот век – **коментарите треба прецизно да се рубрицираат, на начин од кој на читателот ќе му биде јасно**

**Многу често
коментариите се
придружени и со
очигледни елементи
на дискредитирање
на личности, при
што се илустрираат и
директни навреди.**

дека станува збор за авторски коментари (пожелно е тие да се потпишат), зад кои стои редакцијата. Пожелно е да се објавуваат и нецензурирани мислења на надворешни фактори (популарните колумни), но и тие треба да бидат рубрицирани, а редакцијата, доколку има потреба, со општи услови (дисклејмер) да го дефинира својот однос кон ваквите форми. „Утрински весник“, на пример, објавува можеби непотребно долга напомена (дисклејмер), во која се вели:

„Не се согласуваме секогаш со ставовите што ги изнесуваат нашите колумнисти, особено кога станува збор за лични дисквалификации, етикетања без основа и извртување на контексти со цел да се наштети на други личности од која било сфера“.

Практиката на интегрирање на фактите и на мислењето нè враќа во времето на медиумското едноумие.

4 Рецензија: Орав бил тука, барал спроведување на договорот од 1 март, СПФМ, 08.05.2013
<http://mediumi.kauza.mk/2013/05/17/recenzija-orav-bil-tuka-baral-sproveduvanje-na-dogovorot-od-1-mart/>

5 Рецензија: Кој ги штити педофилите, СПФМ, 13.05.2013
<http://mediumi.kauza.mk/2013/05/16/recenzija-koj-gi-shtiti-pedofilite/>

УМНИТЕ ЛУЃЕ ПРИФАЌААТ РАЗУМНИ МИСЛЕЊА

Пишува: Зоран Бојаровски

Балканот се тресе - Македонија влегува во војна?!



Колумната како израз на слободата на говорот е ултимативен концепт кој ја потврдува таа слобода. Но, колку повеќе земаме од слободата, толку повеќе треба да бидеме одговорни за моќта на зборот и за неговото влијание.

Колумната како израз на слободата на говорот е ултимативен концепт кој ја потврдува таа слобода. Но, колку повеќе земаме од слободата, толку повеќе треба да бидеме одговорни за моќта на зборот и за неговото влијание.

Ако ја земаме слободата во свои раце за да пишуваме на теми кои се особено чувствителни во одреден период, треба секогаш да си го поставиме прашањето: Дали моето мислење, изразено во новинарски формат, како медиумска соржина, ги продлабочува конфликтите, ги нагласува разликите, ги форсира стравовите, ги стигматизира оние со спротивно мислење...? Доколку одговорот на овие прашања е потврден, тогаш нешто со нашата колумна не е во ред. Доколку, пак, немаме доблест да си ги поставиме овие прашања и доколку не нè интересираат одговорите, тогаш треба да знаеме дека не сме достојни да пишуваме колумни, односно

медиумски содржини кои го овозможуваат афирмирањето на личното мислење.

Препораките, тезите, она што можеме да го препорачаме како ука кога станува збор за колумните, мислењето, личните ставови, како новинарски жанр, ќе ги разгледаме низ укажувањата на кои нè предупредуваат два текста од овој жанр: **„Балканот се тресе – Македонија влегува во војна?!“¹** и **„Колумна на Наталија Ивчева: Крвни непријатели, алчни слепци, задоени предавници. Доста е, ова ќе ви биде крајот!“²**

„Војна, крв, изроди, надворешни и внатрешни непријатели, алчни слепци, задоени предавници, куршашак, вазал, предавници, паразити, геноцид, предавници, прогадени души, вие и ние...“ Ова е репертоарот на зборови

1 Балканот се тресе – Македонија влегува во војна?!, [www.falanga.com.au](http://falanga.com.au/balkanot-se-trese---makedonija-vleguva-vo-vojna#), 12.02.2015 <http://falanga.com.au/balkanot-se-trese---makedonija-vleguva-vo-vojna#>

2 Колумна на Наталија Ивчева: Крвни непријатели, алчни слепци, задоени предавници. Доста е, ова ќе ви биде крајот!, [www.infomax.mk](http://infomax.mk), 14.02.2015 <http://infomax.mk/wp/?p=23900>

употребени во контекст кој единствено што оцртува е еден катаклизмичен исход со кој, наводно, е соочена нацијата, кој едноставно, е сосема погрешен.

Дури и кога се „облекува“ во лично мислење, медиумската содржина не може да отстапува од вечните стандарди во новинарството, а тоа се вистината и фактите.

Тој репертоар на зборови, здружен со потребата да се заплашува, неподносливо лесно е ставен и употребен за да се создадат фантазмагорични сценарија и да се изнесат шокантни претпоставки/најави/ставови, кои единствено имаат цел да ја вознемират јавноста. За да биде неодговорноста илустрирана докрај, еден од двата текста што ги земаме како студии на случај, за да го демистифицираме овој начин на пишување мислења и колумни и да насочиме кон најдобрите практики за овие жанрови, е објавен во рубриката „Забава“.

Личното мислење не може да отстапува од вечните стандарди на новинарството

Дури и кога се „облекува“ во лично мислење, медиумската содржина не може да отстапува од вечните стандарди во новинарството, а тоа се вистината и фактите.

Тука веднаш да кажеме дека мислењата се разликуваат од фактите. (Повеќе на оваа тема пишувавме во „Сервисот за проверка на фактите во медиумите“, во рубриката „Новинарски лекции“, под наслов „Нема

само една вистина, нема една Македонија“³). Мислењето е заклучок до кој дошол некој врз основа на, или поттикнат од фактите. Во голема мера мислењата се формираат и од она за што луѓето сметаат дека е факт и, понекогаш, од најверојатно вистинитите факти. Но, да го провериме тоа низ пледоајето на авторот на едно од мислењата што ги анализираме во оваа лекција. Авторот, иако анонимен, вели:

„Сепак, вистина може да има само една, а се друго се шпекулации и опасни ставови на поединци или движења, кои намерно го лажат народот за исполнувања на свои цели. Иако ситуацијата е многу сериозна, повеќето структури во државава сеште го гледаат само својот кар, ја тераат своеглаво својта агенда мислејќи само на својот џеб. Од таа причина јас нема да го искажам моето мислење на темата, воопшто нема да се обидам да застамам зад едните или другите, туку само ќе посочам факти.“ Убаво е тоа: „ќе посочам само факти“. Само што сите лекции по новинарство велат, фактите мора да бидат докажливи и недвосмислени.

„Фактите, најчесто, се дефинираат како информации кои опишуваат дека нешто се случило. Тие можат да бидат директно осведочени од новинарот или прифатени како такви од некој што ги соопштува. И во двата случаи за овој тип факти се претпоставува дека се точни. Во секој случај, пред да известува за нив, секој новинар мора да препознава дека изјавите во врска со фактите доаѓаат од веродостојни и од релевантни извори. Тоа го одредува начинот на кој тие факти ѝ се презентираат на медиумската публика.“ („Нема само една вистина, нема една Македонија“⁴)

Мислењата, пак, врз основа на такви, докажани, факти можат да бидат различни. Но, фактите мора да бидат докажани за да биде мислењето валидно.

3 Нема само една вистина, нема една Македонија, SPFM, 24.09.2014
<http://proverkanafakti.mk/nema-samo-edna-vistina-nema-edna-makedonija/>

4 Ибид

Тука ќе направиме само една куса дигресија. Анонимноста како потпис под мислењата е бесмислица. Кога станува збор за мислења, колумни, лични ставови – нема анонимност. Тоа е злоупотреба на новинарскиот жанр. Толку е доста за ова.

Мислења што тргнуваат од лаги, завршуваат во уште поголеми лаги

Да продолжиме. Практиката познава дека има и такви луѓе кои формираат мислења и врз основа на докажани лаги. Едноставно, тие не веруваат во доказите, колку и да се трудите да им ги ставате пред очи. Оттука почнува создавањето медиумски содржини како мислења кои, со оглед на тоа дека тргнуваат од лаги, завршуваат како поголеми лаги. Но, тоа не е единствената последица на така формираните и изнесени лични мислења. Посериозната последица е емотивниот набој, манипулацијата со примордијалните чувства (војна, крв, изрод, надворешни и внатрешни непријатели, алчни слейци, задоени предавници, куршашак, вазал, предавници, паразити, геноцид, предавници, продадени души, вие и ние...) и со колективните страхови.

„Нема да западнеме во замките, да се занимаваме со тоа изродство ваше, а Вие бидете тоа што сте, шетајте се и бесрамно ширете омраза, гнев, но немојте под превезот и лицемерието за подобра Македонија! Вие имате сè во вас но немате чувство, немате љубов кон татковината и кон сопствениот народ и немате право да зборувате за доброто на Македонија.“

Ова е само еден мал дел од емоциите во оваа колумна. Таа во својот набој е екстремно категорична. Вообичаено е на мислењата да се спротивстават други мислења. Тоа е сосема очекувано заради дебата, заради динамика на мислата во општеството. Медиумите, со овие форми, треба да го обезбедат тоа. Но, како да спротивставите мислење на овие емоции. Како? Дали некаде постои патриотметар, некоја направа што го мери коефициентот на патриотизам кај граѓаните. Ако

има, тој што сака да опонира на ова мислење, треба да приложи резултат од тоа мерење.

Колку што ми е мене познато, има тестови за интелигенција, ама за патриотизам...

Во текстот „Балканот се пресе – Македонија влегува во војна?!“, освен што крајно неодоговрно е преземен текст од анонимен профил на некоја социјална мрежа, е злоупотребена и фотографијата, небаре тенковите се пред нашите порти.

Во ситуација кога е неопходно да се биде промислен, разумен, претпазлив, умерен..., овој тип на мислења само ги продлабочуваат конфузиите, фрустрациите и стравовите.

**Анонимноста како
поштиски поглед на мислењата
е бесмислица. Кога
станува збор за
мислења, колумни,
лични ставови –
нема анонимност.
Тоа е злоупотреба на
новинарскиот жанр.**

Освен тоа, како да се објасни мислење кое зборува за поделби и за предавници, а самото тоа ги продлабочува тие поделби и повикува на пресметка со „предавниците“. Контрадикторно е тоа.

Не помалку важна е и позицијата на медиумот и на уредништвото кога треба да одлучат дали некое мислење ќе се објави или не. Во такви ситуации, мора да се има предвид јавниот интерес.

Како и да е, од медиумите се очекува да имаат јасни и професионално соодветни правила за тоа како објавуваат факти и мислења и на кој начин на публиката ќе ѝ стават до знаење што е што. Зашто, од поголемиот дел од медиумската публика не можеме да очекуваме да бидат медиумски писмени за секогаш да разликуваат факти од мислења.

страница 228-249

ПОГЛАВЈЕ 13

Член 14 од Кодексот на новинарите на Македонија

Известувањето од јолиичкиите процеси, јосебно од изборите треба да биде нейрисијрасно и избалансирано.

Новинарот мора да обезбеди професионална дистанца од јолиичкиите субјектии.

ПСЕВДОНАСТАНИ: РАСКОШНА ПРЕТСТАВА НА БЕДАТА

Пишува: Зоран Бојаровски



Photo by: Fredrik Walløe, Journalism
<https://www.flickr.com/photos/132527206@N05/17237700109>

Медиумските конструкции тендираат да бидат дел од реалноста или да создаваат псевдореалност. Овие феномени го узурпираат јавниот простор и во судир со објективната реалност создаваат конфузија и мимикрија кога станува нејасно што е реално, а што е псевдореално. Овој феномен на медиумската комуникација не е непознат и за тоа постојат бројни студии. Во кусата студија под наслов „Произведување на псевдонастани и симулација на демократија“ („*Proizvodnja pseudodogađaja i simulacija demokracije*“¹) на хрватскиот политолог д-р Ангелко Милардовиќ, се истакнува:

„Во сферата на политиката, медиумите учествуваат со симулација на демократијата. Имено, го симулираат тоа што го нема. Таквата симулација на демо-

*Во сферата на
политиката,
медиумите учествуваат
со симулација на
демократијата.
Имено, го симулираат
тоа што го нема.
Таквата симулација на
демократијата, сама по
себе, е псевдонастан.*

кратијата, сама по себе, е псевдонастан. Почнува во моментот на конструирање на различни модели на демократија како затворени симболички целини кои не ја одразуваат реалноста ниту, пак, таа не може да се изгради на нив ... Псевдонастаните не се можни без медиумите. Тие, медиумите, создаваат вештачка, паралелна хиперреалност.“

Заради таквата своја амбивалентност или илузија на реалност, за новинарите е најважно да научат да ги препознаваат нивните форми и условите во кои се создаваат. Кога новинарите ќе научат како да ги

1 Proizvodnja pseudodogađaja i simulacija demokracije, Anđelko Milardović, www.pressedan.unin.hr 06.12.2013
<http://pressedan.unin.hr/post-demokratsko-stanje-i-simulacija-demokracije.html>

препознаваат, за конечната пресметка со псевдонастаните и со медиумските конструкции им преостануваат вообичаените професионални правила и етички стандарди: правилото на рамноправност на двете страни, потврда од најмалку два извора од кои еден е независен и врвниот од сите – новинарот ќе трага по вистината, вистината и само вистината.

Во својата книга „Постмодерна состојба“ (*La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir*²) од 1979 година, Жан Франсоа Лиотар анализира дека информациското општество, новите информатичко-комуникациски технологии, новите медиуми, во голема мера влијаеле на промената на занењето (*Rapport sur le savoir*). Оттогаш наваму старите медиуми се сè повеќе интегрирани во новите медиуми на информатичкото општество.

Генерално, старите и новите медиуми и посебно и заедно, интегрирани на почетокот на 21 век во голема мера се јавуваат како контролори на општествената стварност, како посредници во однесувањето на луѓето, во цементирањето на статус кво позициите и тоа преку општествените претстави и забавата, кои со помош на медиумите стануваат медиумски конструкти.

Контролори на општествената стварност

Во постмодерната концепција на медиумите, многу е важно постојано да ја следиме врската помеѓу општеството и медиумите, особено денес кога медиумите се под окупација од капиталот и од политиката. Кога го имаме тоа предвид, можеме да говориме за два аспекта на „постмодерната ситуација“ во медиумите: првиот е укинувањето на слободата и медиумската банализација на општеството и, вториот, тоталитаризмот на медиумите.

Првиот го создадоа диктатурата на пазарот која медиумите и информациите ги трети-

ра како најобична стока. Оттаму медиумите, заради диктатурата на пазарот, тонат во „жолтило“ и во медиумска баналност, ја заглупуваат јавноста, а сите овие особености заедно завршуваат во популистичка диктатура на баналноста, со која се воспоставува контрола врз однесувањето на луѓето.

На луѓето им е доделено правото на глас и им се нудат парламентарни или какви било други избори, но, во исто време, народот се замајува со спортска патриотска патетика, со „пивофести“ и „пиволенди“, со пастрмајлијади и пифтијади, со старлети што добиле филмски улоги заедно со Џејмс Дин, Марлон Брандо и со Мерлин Монро, со секс на рингла...

Особено интересна дисциплина на креирање псевдонастани и псевдореалност кај нас е кумувањето на имиња за нашата држава за севкупна употреба, за замена на референцата или за билатерална употреба...

Општество на псевдонастани за медиумски спетакли

Оваа наша „реалност“ и нашата медиумска „стварност“ не се нешто автентично македонско. Имаат историска заднина и секавање и знаење. Германскиот филозоф

*Медиумскиџе конструкции
џендирааџ да бидаџ
дел од реалноста или да
создавааџ џсевдореалноста.*

Петер Слотердијк во својата книга „Критика на циничниот ум“ вели:

„Римскиот циркус бил место за трансформација на војничкиот двобој, борбата на воините, во фашистогена претстава... Денес оркестрираните спектакли сè повеќе доминираат во јавниот простор кој отворено се претвора во циркус. Општеството

2 *La Condition postmoderne: Rapport sur le savoir*, Lyotard, Jean-François, éditions de Minuit, 1979, <http://www.cse.gouv.qc.ca/fichiers/documents/publications/ConseilUniversite/56-1014.pdf>

на забава создадено во римско време, сега се враќа како општество на спектакли“.

Светот и општеството во кое живееме во голема мера е посредувано од медиумите.

**Псевдонастанијте не се
можни без медиумите.
Тие, медиумите,
создаваат вештачка,
ипаралелна хиперреалност.**

Оттаму, логично е прашањето дали сè што се случува околу нас е резултат на автентични настани или, пак, е збир од медиумска конструирана реалност? Медиумски контурираната реалност ги крие стварните настани во секојдневниот живот, ги прикрива реалните односи на моќ, го свртува вниманието на небитни содржини и создава хиперреалност посредувана од медиумите, односно од медиумските технологии.

Човекот кому се припишува терминот „псевдонастани“ е Даниел Бурстин, американски историчар и политички аналитичар. Тој во својата книга *„The Image: A Guide to Pseudo-Events in America“*³ од 1961 година ги предвиди новите трендови на заемното креирање на реалноста на медиумите и на политичките и економските центри на моќ, што десетина години подоцна во еден дел го доразвија во системот на постмодерната концепција на медиумите Жак Дерида, Жак Лакан, Жан Бодријар, Мишел Фуко, Умберто Еко, Курт Вонегат, Томас Пинчон...

Еве зошто, според Бурстин, псевдонастаните се атрактивни:

- Претходно се напишани (подготвени) и драматични;
- Вклучуваат интересни ликови;
- Продуцираат слики со иконографски димензии: нестрплива толпа, потресни

семејни драми, предимензионирани патриотски балони;

- Дизајнирани се да бидат смирувачки, односно вознемируваат исто толку колку што оние што ги продуцираат се прикажуваат дека ја „владаат ситуацијата“;
- Создаваат илузија на информираност кај оние кон кого псевдонастаните се упатени;
- Еден псевдонастан отвора пат за многу други псевдонастани.

Бурстин, врз основа на овие карактеристики и врз основа на медиумската реалност, безнадежно заклучува дека псевдонастаните ги пренасочуваат реалните теми и реалните настани.

Но, дали мора да биде така? Во институтот „Поинтер“⁴ веруваат дека неколку дози „Даниел Бурстин“ можат да бидат доволни да се создаде новинарски колективен отпор против инфективниот шарм на псевдонастаните. Зошто новинарите, пред да заминат да известуваат за нешто што според многу индиции е псевдонастан, не си ги постават следните прашања:

- Зошто не би ги соблекол моите кожени салонски чевли и зошто не би ги облекол моите патики за да заминам на долго патување од врата до врата за да поставувам прашања?;
- Ако, што, каде и кога се ептен предвидливи, зошто да не се позанимавам со поважните прашања во случаите на псевдонастаните како што се: кој, како и зошто?;
- Зошто да не ги соочиме „фактите“ на псевдонастаните со фактите на реалниот живот и со мислењата на најзасегнатите?;
- Кога известуваме за псевдонастани што личат на театарска претстава во три чина со светлосни ефекти и со нарачани аплаузи, зошто не би ги примениле новинарските алатки и стратегии на театарските критичари?;

3 The Image: A Guide to Pseudo-Events in America, Daniel J. Boorstin, Knopf Doubleday Publishing Group, 2012

4 How to Cover a Pseudo-Event, [www.poynter.org](http://www.poynter.org/2004/how-to-cover-a-pseudo-event/24349/)
<http://www.poynter.org/2004/how-to-cover-a-pseudo-event/24349/>

- Ако известуваме за псевдонастани кои личат на коњски трки, зошто не би додале малку атмосфера од спортските настани?

Концептот на псевдонастани подразбира планирани настани, репродуктивно известување и двосмислен однос кон стварноста и нејзино маскирање. Како што се појавуваа сè поелаборирани форми на симулација, така сè повеќе аналитичари поставуваа прашања во потрага по одговорите за тоа што се случува. Многумина од нив имаа заедничка порака: општеството е во опасност од сè поголемата улога на илузиите во нашето материјално и културно опкружување.

Широк е спектарот на псевдонастани: политички инсценации, манипулации, симулација на стварноста, конструкција на хиперреалност, „стратешка комуникација“, политички маркетинг, спин, прес-конференција, соопштенија за јавноста, медиумски кампањи... Токму онака како што опишува Бодријар – измислување и предизвикување настани.

Еден од најдобрите псевдонастани ни се одигра во ноември, 2013 година, пред нашите очи во масовни димензии: Истражувањето на американските научници за најглупавите народи на светот⁵. Речиси сите медиуми ја проголтаа јадицата и им ја сервираа оваа фатаморгана на граѓаните како вистина.

Има уште една димензија „залепена“ на концептот на креирање псевдонастани – стратегија за односи со јавноста. Многу важна димензија.

Големиот маг на пропагандата и стратегиите за односи со јавноста, Едвард Бернајс, дефинира три важни функции на пропагандата: да информира, да убедува и да интегрира. Ова во голема мера се совпаѓа со концептот на псевдонастани.

Завршуваме со уште еден релевантен мислител на постмодерното комуникациско општество, Жан Бодријар, како уште еден кој на новинарите им помага да ги препозна-

ваат псевдонастаните. Во својата анализа „Над виситинијото и невиситинијото“⁶ (Europski glasnik 10/2005., str. 194.), францускиот филозоф констатира:

„По целата широчина на секојдневниот живот се спроведува процес на симулација, потпомогната од комуникациската и информатичка технологија... Во масовните

**Во постмодерната
концепција на медиумите,
многу е важно постоејано
да ја следиме врската
 помеѓу општеството и
медиумите, особено денес
кога медиумите се под
окупација од кинталот
и од политиката.**

комуникации оваа постапка добива сила на реалност: реалноста е укината, расплината во полза на неореалноста, која се материјализира со помош на медиумите“.

Само знаењето може да ни помогне

На тој начин, човекот се најде во лапидариум од кој нема излез, како луѓето кога се во заложничка ситуација кога ништо друго не може да им помогне освен знаењето.

Ова особено се однесува на новинарите и на нивните способности и знаење да ги препознаваат и да укажуваат на псевдонастаните, кои со помош на медиумите се претвораат во медиумска реалност, и да ја преземат улогата на деконструктори и „диверзанти“ за да ги извлечат луѓето од заложничката положба.

Се разбира, на патот кон слободата...

5 Избор од пребарувањето на темата на агрегаторот www.time.mk, 12.11.2013 <http://www.time.mk/c/a72d7229bb/skandalozno-makedoncite-ne-se-naiglupaviot-narod-na-svetot.html>

6 Iznad istinitoga i neistinitoga, Jean Baudrillard, Europski glasnik, 10/2005., str. 189-197

КАКО СЕ МАНИПУЛИРА СО ФОТОГРАФИЈА, ОСОБЕНО ВО ПОЛИТИКАТА

Пишува: Владо Горчев



Весник со цртеж (Daily Illustrated)

Досега секако сте ја слушнале народната „една слика вреди повеќе од илјада зборови“. Иако во минатото оваа аксиома ја прифаќаа мнозинството луѓе, политичарите беа некако скептични. Сепак, по многу години политичките партии и кандидатите сфатија дека изборот на фотографијата што ќе се појавува на нивниот пропаганден материјал или во медиумите е од примарно значење.

Но, со развојот на технологијата и со појавата на телевизијата како сеопфатен медиум (слика и тон), како и со развојот на социјалните мрежи, дури и компетентни и сериозни кандидати, политичари со добра политичка програма, можат да доживеат целосен неуспех поради една несреќно или површно

Формирањето на победничкиот имиџ на еден политичар значи интервенирање на неговата комуникација, вербална или невербална, така што гласачкото тело би го перцепирало (би го доживеало) како победник и квалитетен политичар.

одбрана фотографија, која покажува сосем друг имиџ од оној што кандидатот **го има, или би сакал** да го има.

Фотографијата со помош на која кандидатот ја соопштува својата непосредност, компетентност, самодоверба, интелигенција, не смее да биде импровизација¹ пред објектив на некој пријател или фотограф аматер. Напротив, треба да биде резултат на работата

1 Груевски со семејството во посета на Зоо Скопје, www.tocka.com.mk, 22.09.2012
<http://tocka.com.mk/1/76420/gruevski-so-semejstvoto-vo-poseta-na-zoo-skopje%20>

на екипа, составена од професионален фотограф, кој се специјализирал за снимање портрети, како и уметнички директор, кој му помага на политичкиот советник и шминкер. Самиот поим имиџ (кој е увезен кај нас од САД) подразбира ставови, главно општествено прифатени, кои за една личност ги изградиле другите луѓе.

Кога зборуваме за имиџот на определена личност², тие ставови се условени и се формираат врз основа на сигналите кои конкретната личност ги емитира кон надворешниот свет со својот изглед и однесување.

Вербална и невербална комуникација

Комуникацијата може да биде вербална или невербална. Во случај на политички кандидат, двата начини на комуникација имаат исто значење. Од него се очекува **и надворешен изглед**, кој треба да одговара на стереотипот на личност која претендира за некоја јавна функција, како **и комуникација со зборови**, на чијашто основа може да се заклучи дека конкретниот кандидат е во можност да елаборира сложени содржини и дека може вербално да се изрази со термини кои одговараат на неговата моментална улога, односно улогата која тој сака да ја преземе кога ќе ја добие поддршката на избирачите.

Невербалната комуникација **најмногу** придонесува за дефинирањето на имиџот на една личност, а особено за кандидатот за некоја јавна функција, така што, на неа треба да ѝ се посвети особено внимание и да се мисли на секој, наизглед безначаен детаљ. Овој вид комуникација подразбира **емитување на сигнали** кои влијаат на она што се зборува и она што се прави, а тие (сигнали) ја условуваат реакцијата на оној кој слуша и

набљудува.

Во фазите од испраќањето на пораката до нејзиното разбирање, може **да се интервенира** така што примателот да ја добие токму онаа порака што испраќачот сака да ја пренесе. Оваа интервенција главно се однесува на испраќачот, па, така, тој самиот станува порака.

Формирањето на победничкиот имиџ на еден политичар значи **интервенирање на неговата комуникација**, вербална или невербална, така што гласачкото тело би го перцепирало (би го доживеало) како **победник** и квалитетен политичар.

Што убав почеток на фотографијата!



Првата фотографија

Првата фотографија³ била патентирана во Франција во 1839 година од Луис Дагер, од чии идеи настана познатиот процес дагеротипија, а кој подоцна од државата доби доживотна пензија за изумот. Интересно е дека сите наоди, неопходни за фотографијата, претходно биле познати, но морало

2 Власта се возбуди од прошетките на Црвенковски, [www.utrinski.mk](http://utrinski.mk/?ItemID=66FD89F95732A44088C4EBF89E925B44), 18.02.2010
<http://utrinski.mk/?ItemID=66FD89F95732A44088C4EBF89E925B44>

3 the earliest surviving camera photograph, 1826 or 1827, known as View from the Window at Le Gras, [www.wikipedia.com](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_photography)
https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_photography

да се почека зрелоста на некоја компанија да го прифати ризикот.

Фотографијата, пак, уште од првиот ден со себе го понесе и моментот на интрига и на политичка манипулација. Што убав почеток! За фотографиите да се појават во весниците⁴ и да се користат како средство за информации, требаше да помине долго време. Дотогаш весниците беа **илустрирани со цртежи**. Со појавата на фотографиите во медиумите, тие веднаш добија примат на вистинитост, бидејќи (барем тогаш така се размислувало) таа не е манипулирана од страна на човекот, за разлика од цртежите кои секогаш содржат нешто субјективно.

Манипулација со фотографијата почнала да се применува и на едно повисоко ниво. Еден од првите примери на манипулација може да се види во Првата светска војна на фотографија од **Роџер Фентон**⁵, направена по наредба на **кралицата Викторија**. Таа трагала по фотограф кој бил испратен да ја

**Фо̀то̀графијата, ѝак,
уш̀те од ѝрвиот ден со
себе го ѝнесе и моментот
на ин̀трига и на
ѝолѝтчка манѝулација.
Ш̀то убав ѝочеток!**

фотографира Кримската војна (1853-1856), но не за да ги документа ужасите на војната, туку војната да се покаже на „убав начин“. Така настанале и портретите на Фентон кога офицери и војници позирале пред камера, а на нив немало ниту една борбена сцена или, пак, повредени војници. Интересен пример за оваа манипулација е дека Фентон бил првиот фотограф кој бил испратен во Кримската војна.



Роџер Фенѝон: Фо̀то̀графија од Кримската војна



Роџер Фенѝон: Манѝулација без фо̀то-монѝаж – крвавата Кримска војна (1853-1856) без ужас.

Во првите 20 години од своето постоење, фотографијата брзо се развива. Фотографите се натпреварувале кој ќе измисли подобар начин на фотографирање. Желбата да се подобри брзината на снимање и квалитетот на деталите, како и можноста за репродукција на висококвалитетни фотографии, доведе до разни пронајдоци, како што е техниката на восочна хартија, албумен-хартија и влажни слики. Со процесот на влажни слики се дојде до одличен квалитет на деталите.

4 Timeline of the Newspaper Industry
http://inventors.about.com/od/pstartinventions/a/printing_4.htm

5 Roger Fenton (1819-1869)
http://www.metmuseum.org/toah/hd/rfen/hd_rfen.htm

На крајот на 19 и на почетокот на 20 век, фотографиите ја продолжиле својата борба за статусот во ликовната уметност. Сликата се менувала под влијание на фотографијата, како и фотографијата под влијание на сликарството. Во дваесеттите години на 20 век, пак, дојде до нивно спојување во колаж.

Во наредните децении, со развојот на технологиите, се развиваат и капацитетите за обработка на фотографските слики. Работата на фотографот, исто така, се промени во согласност со барањата на времето и на место каде што живее. Од создавање реални слики од реални техники до повеќе фотошопиран процес во 3D-софтвер за да се генерираат фотографии по желба, развојот на фотографијата се движеше со огромна брзина.

Политичка фотографија

Политичките фотографии⁶ изгледаат на прв поглед многу специфични. Постојат бројни барања кои мора да бидат одговорени, а влоговите се навистина високи. Но, тие, во основа, не се разликуваат од кој било друг вид фотографија. Нивната анализа може да биде корисна информација за тоа како се одвиваат политичките **кампањи за време на избори**.

Ке земеме за пример фотографија на **политичар за плакат**. Од една страна, фотографот верува дека неговите вештини и талент треба да бидат во преден план, или, едноставно кажано, да го претстави својот „стил“, но од другата страна стратезите за односи со јавноста на политичарот имаат „поинакви“ идеи. Оваа борба е една од клучните точки на критика на фотографија.

Во политичките слики тоа што е лесно забележливо е дека тие се на многу високо ниво на апстракција. Прво, тоа е едно лице, а ние избираме „едно лице“, иако знаеме дека структурата на демократијата е посложена

од тоа. Од друга страна, обичните гласачи се елементи на фотографијата, наспроти едно лице. Ова второво е ниво на апстракција.

Поделба на фото-манипулацијата

Фото-манипулацијата е стара колку и фотографијата. Фото-манипулацијата редовно се користи да ги измами или да ги убеди гледачите. Често дури и суптилни и дискретни промени може да имаат длабоки последици за тоа како ние ја интерпретираме или судиме фотографијата.

Фото-манипулацијата е гранка на фотографијата која ја користи фотографијата како основа, а алатките за нејзина манипулација како средства за дефинирање на посебен поджанр, кој во дигиталното време комплетно се издвојува од класичната фотографија. Обично, фото-манипулацијата се остварува со монтажа, соединување на повеќе фотографии во една целина, дополнителна обработка со дигитално сликање, цртање врз неа и слично. Фото-манипулација може да се оствари со пренагласено користење на одредени ефекти, но тоа се остварува ретко поради тоа што фотографијата го задржува класичниот интегритет.

Пикторализам⁷ – почеток на фотографијата и на фото-манипулацијата

Како и да е, фото-манипулацијата не е одраз само на дигитализацијата на фотографијата, таа почнува со самата фотографија. Всушност, фотографијата во почетокот се сметала за посебен стил на сликање. Фотографиите најпрвин биле развивани со своите основни контури, со благ фокус, па дополнително боени, доцртувани и слично, за да

6 Estetika fotografije političkih plakata, [www.svetlakomora.com](http://svetlakomora.com/2008/01/13/estetika-fotografije-politickih-plakata/)
<http://svetlakomora.com/2008/01/13/estetika-fotografije-politickih-plakata/>

7 Pictorialism in America, [www.metmuseum.org](http://www.metmuseum.org/toah/hd/pict/hd_pict.htm)
http://www.metmuseum.org/toah/hd/pict/hd_pict.htm

се комплетира замислата на фотографот, односно сликарот. Овој стил се нарекува пикторализам (разгранок на романтизмот) и имал краток век откако Алфред Стиглиц, Стивен Сичен, Едвард Вестон и други ги дефинираат основните начела на фотографијата, па таа продолжува да егзистира како самостоен правец. Меѓутоа, дел од пикторализмот продолжува да егзистира во доцниот 19 век и на почетокот од 20 век.



Манипулација на фотографии со Линколн...



... и со Сталин

Во политиката

Првата фото-манипулација е извршена врз портретот на Абрахам Линколн⁸ во 1860 г., откако неговата глава е ставена врз телото на друга личност и тој портрет е искористен за печатење на ликот на Линколн врз банкотата од 5 долари. Пропагандните постери и фотографии што го промовираа болше-

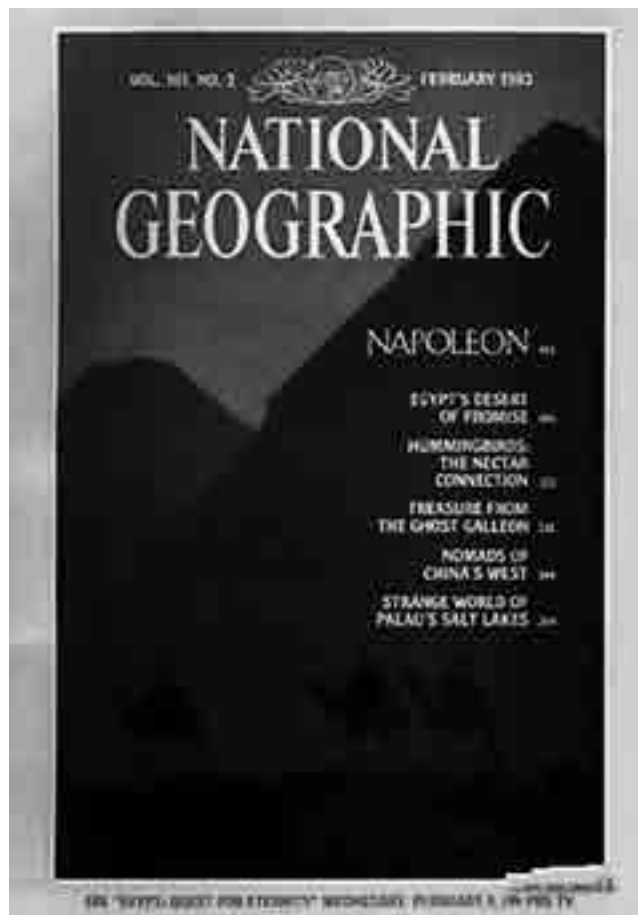
визмот, подоцна комунизмот и култот на Сталиновата личност во Русија се изработени токму со фото-манипулацијата преку фотомонтажа. Како што растела моќта на Сталин, така и Троцки, шефови на КГБ и другите политички фигури исчезнувале од фотографиите на кои се наоѓал Сталин.

Во новинарството

Пионер во манипулација на фотографијата во новинарството е Бернар Мекфаден, кој во средината на 1920-тите години го смисли „компосографот“, процес кој обработува вистински настани, но со различни тела. Се прави шаблон од фотографии на девојки, на кои подоцна од фотографијата им се сече главата и на нивно место се ставаат глави од некои јавни или познати личности. Во 1930-тите години, уметникот Џон Хартфилд користи тип на фото-манипулација познат како фотомонтажи за да ја критикува нацистичката пропаганда.

Забележителен случај на контроверзна фото-манипулација се случи во 1982 година кога уредниците на „Нешнел џеографик“ (National Geographic) фотографски преселиле две од египетските пирамиди за да бидат поблиску. Овој случај предизвика дебата за соодветноста на фото-манипулацијата во новинарството. Аргументот против беше дека во списанието е прикажано нешто што не постои, а го презентираат како факт. Имаше уште некои сомнителни фото-манипулации како онаа со уредување на слика на Шер на насловната страница на „Редбук“ (Redbook), кога е променета нејзината насмевка и нејзиниот фустан. Друг пример се случи на почетокот од 2005 година, кога по ослободувањето на Марта Стјуарт од затвор, насловната на „Њузвик“ осамна со фотографија на жена со тенок струк и со глава од посочената личност, сакајќи да се укаже дека таа изгубила тежина додека била во затвор.

8 Top 15 Photoshopped Photos That Fooled Us All, www.listverse.com, 19.10.2007
<http://listverse.com/2007/10/19/top-15-manipulated-photographs/>



Насловна сѝраница на National Geographic од 1982 жог.

Во уметноста

Во уметноста фото-манипулацијата добива најсилен одзив, особено во времето на дигитализацијата. Широката употреба на „фотошоп“ му дава сосема ново значење на терминот фото-манипулација. Всушност, „фото-манипулација“ како термин останува во стручната литература, а денес сѐ е сведено на „фотошопирање“, „едитирање“, „гибање“ на фотографијата. Со негова помош, како и со помош на други софтверски програми за обработка, се става акцент на концептуалната вредност на фотографијата, се врши дефинирање на основната фотографија, а со тоа се подобрува и експресијата на фотографот. Тоа што беше надреализмот за останатото сликарство и уметност, тоа е фото-манипулацијата за фотографијата. Се

вметнуваат форми, други слики, целосно се видеоизменува оригиналната фотографија.

Манипулација со политичка фотографија во Македонија

Ова е најголемиот проблем на македонското новинарство и на фотографија, воопшто. Се разбира, Македонија ниту го измислила, ниту го патентирала овој изум, само го презела со идеја да се направи нешто од ништо. Обично се користи во политичка кампања, за партиите да покажат поголема масовност на митинзите. А, како се прави? Според македонските фоторепортери, кои со години ги покриваат политичките кампањи, манипулацијата може да се направи и со камера и со фотоапарат.



Сликај одозгора и одзади не осѝавај ѝразен ѝпросѝор одзади за да не се добие висѝинска слика: СДСМ...



...исѝиоѝ реѝеѝѝ и кај ВМРО-ДПМНЕ

Роберт Атанасовски (Франс прес):

„Зависи од стручноста на лицето што снима и во принцип се користи телеобјектив (за сликање од подалеку), а не широкоаголен. Се

**Фо̀то-манѝулација̀та
ја менува содржината
на насти́анот. Сна̀нува
тешко за ју̀бликата
да разликува помеѓу
фото̀графија
која манѝулира
и реалноста.
Манѝулација̀та со
фото̀графија̀та се
й̀рави за да ја измами
ју̀бликата и да формира
й̀оинакво јавно мислење.**

згуснува перспективата, така што се добива слика во која 30 луѓе може да изгледаат како 300. Обично се фотографираат одозгора под одреден агол, ама никако не треба да се остава празен простор однапред и одзади. Сликата е „полна“ и се добива ефект дека има многу повеќе луѓе отколку што има реално. Во секој случај, јас не би го нарекол манипулација, туку едноставно занаетски и професионално следење на настанот. Затоа што може да има манипулација (условно кажано) и обратно. Поголем број луѓе да се претстават како помалку. Едноставно, едно купче луѓе се сликаат одозгора, во тој случај се остава од страните празен простор и се добива ефект на помалку луѓе од реалниот број.

Манипулација за извртување на вистината

Фото-манипулацијата ја менува содржината на настанот. Станува тешко за публиката

да разликува помеѓу фотографија која манипулира и реалноста. Манипулацијата со фотографијата се прави за да ја измами публиката и да формира поинакво јавно мислење. Читателот поради сето ова почнува да се сомнева во етиката на објавување, што во светот резултира со дебата. За жал, Македонија е многу далеку од дебата на оваа тема, иако за време на избори, барем последните 10 години, манипулацијата со фотографиите и со видеоснимки е огромна.

Прекршувањето на кодексот на новинарите на Запад се сфаќа многу сериозно, особено во врска со дигитални измени на објавени фотографии. Таков беше и случајот во кој номинираниот за Пулицеровата награда за фотографија, Алан Детрих, мораше да поднесе оставка и да му биде одземена кандидатурата поради неговите манипулации на фотографиите.

Зголемената популарност на манипулацијата со фотографии поттикна загриженост за тоа дали треба нереални фотографии да

**Фо̀то-манѝулација̀та
се осъварува со
монџажа, соединување
на й̀овеќе фото̀графии
во една целина,
дойолниџелна
обработка со
дигиџално сликање,
црџање врз неа и
слично.**

бидат прикажани во јавноста. Употребата на фото-манипулација на веќе субјективни фотографии, создава конструирана реалност за поединецот и со тоа тешко може да се разликува факт од фикција.

Како и да е, факт е дека манипулацијата со фотографијата постои и во Македонија, но сè уште сме далеку од дебата на таа тема.

КОГА ВИСТИНАТА СЕ ТОПИ МЕЃУ „ФИЛОТ И ОБЛАНДИТЕ“

Пишува: Оливера Војновска



Алистер Кембел, сѝин доктороѝ во владаѝа на бриѝанскиоѝ
ѝремиер Тони Блер од 1997 до 2003 ѝодина

Извор: en.wikipedia.org/wiki/Alastair_Campbell

Колку пати само сме ги слушнале репликите: „Прочиѝав во веснициѝе“ или „Видов на ѝтелевизија“! Оној кој ги кажува, не остава речиси никаков простор за резерва во вистинитоста на бомбастичната информација што веќе ја бранува јавноста. Лавината е тргната, нема враќање! Кај читателите или гледачите е создадена таква перцепција што без докази може да се „осуди жртвата“! Има и обратни ситуации, со истите методи се креира слика во која од губитникот се прави херој! Поинаку кажано, со манипулативни техники и со наменско презентирање

Терминоѝ „сѝин“, кој во ѝолиѝичка смисла е ѝреземен од ѝоѝуларниоѝ англиски сѝорѝ „крикеѝ“ – ѝодразбира ѝосебна ѝтехника со која се настоѝува да се ѝромени ѝправецоѝ на ѝоѝчеѝо за да се залаже ѝроѝивникоѝ.

може да се маскира вистинската природа на која било информациија. Во јавноста многу често се споменува терминот „спин“, кој во политичка смисла е преземен од популарниот англиски спорт „крикет“ – подразбира посебна техника со која се настојува да се промени правецот на топчето за да се залаже противникот.

Но, што е всушност „спин“?

Основното значење¹ на овој англизам е „врти“, „заврти“. Терминот насатанал во квантната физика (механика), а потоа е

**Спиноот е практично
трик со кој
вистината не се
претвора во лага,
туку фактите толку
многу се извртуваат
што може и без
изнесување лаги
да се прикажат во
поинакво светло од
вистината.**

пренесен и во другите сфери, вклучително и во политиката. Спинот е практично трик со кој вистината не се претвора во лага, туку фактите толку многу се извртуваат што може и без изнесување лаги да се прикажат во поинакво светло од вистината. Спинувањето во буквална смисла значи „извртување“ на приказната, со кое јавноста ќе се сврти на онаа страна во чиј интерес се плазира информацијата.

Спинот најчесто се дефинира² како форма на пропаганда, која се прави преку таква интерпретација на одреден настан или кампања, која има цел да ја убеди јавноста во корист, или против, одредена организација или јавна личност. Лицата што се занимаваат со односи со јавноста тврдат дека разликата меѓу стратегијата за односи со јавноста и „спин“ е во два мали, но многу битни детали: стратегијата за односи со јавноста се

базира на афирмација и на факти, а спинот - на манипулација и на трикови.

Познати техники на спинот се: селективно изнесување на податоците, давање добро смислени изјави (од „довреливи“ извори) во кои нешто се тврди, па се демнатира, па повторно се тврди, употреба на еуфемизми за да се нагрди или разубави нечиј став, прикривање на лошите вести, соопштување во јавноста на некоја многу популарна и долгоочекувана позитивна вест, но со истовремено набројување на лошите вести – надевајќи се дека медиумите ќе се фокусираат на популарната вест.

Личностите кои се занимаваат со оваа префинета вештина на манипулирање со јавноста се нарекуваат „спин-доктори“. Задолжителни се во секојдневното опкружување на политичарите, како и на луѓето кои имаат постојани контакти со јавноста.

Едвард Л. Бернајс (Edward L. Bernays, 22 ноември 1891 – 9 март 1995 година) се смета за таткото на спинот, а неговите пропагандни

**Неретко во медиумите
може да се пронајдат
оцрнувачки намери
во кои се доведуваат
во некаква врска
личности, предмет
и настани, кои реално
немаат никаква
меѓусебна поврзаност.**

техники во дваесеттите години на минатиот век помогнаа во промоција на тутнските производи и на оние на алкохолната индустрија. Во една од неговите први книги, „Пропаганда“ (1928), вели дека манипула-

1 Spin (odnosi s javnošću), www.hr.wikipedia.org
https://hr.wikipedia.org/wiki/Spin_%28odnosi_s_javno%C5%A1%C4%87u%29

2 Spin (propaganda) www.en.wikipedia.org
[https://en.wikipedia.org/wiki/Spin_\(propaganda\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Spin_(propaganda))

цијата со јавното мислење е неопходен дел од демократијата.

Бернајс кој, инаку, бил под силно влијание на она што го осознал од психолошките техники и психоанализите на неговиот тетин Зигмунд Фројд, пишува дека:

„Доколку ги разбираме механизмите и мотивите на групното размислување, можно е да се контролираат и да се насочуваат масите по наша волја, без нивно знаење за тоа“.

„Свеста и интеллигентната манипулација со организирани навик и со мислењето на масите е важен елемент на демократските општества.“

„Оние кои манипулираат со овие скриени општествени механизми, конституираат невидлива власт која единствена има вистиска моќ над нашата земја.“

„Во речиси секоја акција од нашиот секојдневен живот, дали во сферата на политиката или бизнисот, или нашата социјална ангажираност или етика, со нас доминира влијанието на мал број луѓе кои ги разбираат менталните процеси и општествените шаблони на однесувањето на масите. Тие се оние кои ги влечат конците и го контролираат мислењето на масите.“

Подоцна Бернајс, во другите негови дела, ги опишува техниките за контрола на масите и за таа цел го провморира изразот „инженеринг на согласноста“.

„Фризирани“ информации

Во македонската јавност, особено политичката, терминот се одомаќини последните години. Спинувањето стана секојдневие во нашето новинарство кое натежна од „фризирани“ информации. Сведоци сме на бројни написи во кои вистината се топи меѓу „филот

и обландите“. Дел од нив се предмет и на рецензии на „Сервисот за проверка на факти од медиумите“. Има текстови во кои со еден типичен политички спин, на читателите им се подметнува приказна за раздор во опозицискиот блок. Имено, од информацијата дека органите на ЛДП сè уште не донеле одлука за враќање на пратеничките мандати (се работи за период од мај 2014), се прави конструкција дека „Жерновски му го врти грбот на Заев“³, иако од изјавата цитирана во написот не може да се извлече таков заклучок.

Веста пак, *„ММФ со повисоки прогнози за македонската економија“*⁴, со еден селективен пристап ги прикажува само позитивните податоци од извештајот на Меѓу-

Својној најчестіо се дефинира како форма на пропаганда, која се прави преку шаква интерпретација на одреден настан или кампања, која има цел да ја убеди јавноста во користи, или против, одредена организација или јавна личност.

народниот монетарен фонд во 2014 година. Сакајќи да ја пофали владата, прогнозата на монетарците за зголемување на порастот на БДП за 0,2 отсто во однос на претходната анализа, наменски се чита како „зајакнување“ на македонската економија. Но, никаде во веста не се споменуваат ва-

3 Жерновски му го врти грбот на Заев?, www.maxim.mk, 05.05.2014
<http://maxim.mk/zhernovski-mu-go-vrti-grbot-na-zaev>

4 ММФ со повисоки прогнози за македонската економија, www.press24.mk, 09.04.2014
<http://www.press24.mk/mmf-so-povisoki-prognozi-za-makedonskata-ekonomija>

жните информации дека ММФ⁵ оценува оти во земјата и натаму ќе се зголемува долгот на владата, а невработеноста бавно ќе се намалува, што дава поинаква слика за состојбите.

Неретко во медиумите може да се прочитаат оцрнувачки написи во кои се доведуваат во некаква врска личности, предмети и настани, кои реално немаат никаква меѓусебна поврзаност. Таков е текстот „Жерновски навиваше во дрес со боите на Грција“⁶, каде навивачката атмосфера од еден спортски

Сџинувањето сџана секојдневие во нашето новинарство кое најчесто од „фризирани“ информации. Сведоци сме на бројни најиси во кои вистината се појавува меѓу „филози и обландиџе“.

натпревар е искористена за политички напад врз опозициски политичар. Тој е претставен како „предавник“ само затоа што бил облечен во маичка во боите на дресот на националниот тим на Грција!

Има и бројни примери каде со умешно манипулативно презенатирање на информацијата, се маскира вистинската поента на кажаното. Па, изречените зборови се вадат од контекст, се стават во негативна конотација и наменски се искористуваат како оружје со кое ќе му се наштети на политичкиот противник. Таков е случајот со написот

„Пендаровски повторно со навреди за граѓаните – за него тие се корумпирани“⁷, каде е искористен фрагмент од 28 секунди од неговиот настап на една трибина, во кој тој говори за изборната корупција.

„Практично, волјата на маса граѓани беше киднапирана на систематски начин, изборната корупција беше со стравични размери, мојата проценка што ја правев со мојот изборен штаб по изборите покажува дека на последните двојни избори изборната корупција била поголема околу 30% во компарација со ланските локални избори и за околу 50 % повеќе од 2011 година.“

Поштоа, од овој исказ со тенденциозна интерпретација се плете приказната дека Пендаровски, наводно, ги нарекол граѓаните корумпирани.

Несомнено дека спинот е моќна алатка со која се искривоколкува вистината и се насочува јавноста во посакуваниот правец. Невидлив, софистициран механизам со кој се диригира информацијата на патот од политичките и бизнис-центри кон публиката, за да ги глорифицира истомислениците, или, пак, да ги сатанизира противниците.

И кога ќе почне да се тркала топката, речиси никој повеќе ниту ги бара, ниту ги гледа фактите. А вистината, таа веќе не е универзална и морална категорија. Вистината – не е вистина! И сето тоа што сте го слушнале со свои уши или сте го виделе со свои очи, не важи. Вистината е тоа што некој (најчесто апологетите на власта) ќе го интерпретира со посакуваното толкување, а не со правилното и точно значење. Вистината се претвора во фабрикувана или, жаргонски кажано, фарбана, полирана и добро спакувана измама, која јавноста ќе ја „проголта“ сервирана на тацна! За жал, со помош на медиумите.

5 The Former Yugoslav Republic of Macedonia: Concluding Statement of the Fourth Post-Program Monitoring Mission, IMF, 11.11.2014 <http://www.imf.org/external/np/ms/2014/111114.htm>

6 Рецензија: Жерновски навиваше во дрес со боите на Грција!?, www.vistinomer.mk, 19.06.2014 <http://vistinomer.mk/retsenzija-zhernovski-navivashe-vo-dres-so-boite-na-grtsija/>

7 Пендаровски повторно со навреди за граѓаните – за него тие се корумпирани, [www.republika.mk](http://republika.mk), 03.07.2014 <http://republika.mk/277947>

НОВОГОВОРОТ НА ПРОПАГАНДАТА

Пишува: Зоран Бојаровски



Design by: Travis Morgan, Banana Propaganda
<https://www.flickr.com/photos/morgantj/4347561319>

– Докторе, доаѓаат!
– Многу ли се?
– Да, многу повеќе отколку минатиот пат!
(Дијалог од реклама за проектот „Мој шермин“ на Министерството за здравство на Република Македонија.)

Општо познато е дека најдобар начин за да ја уништиш економијата на една земја е да ги обезвредиш нејзините пари со пуштање во оптек на големо количество фалсификувани пари, на пример. Еден од најнефективните начини да ја уништиш културната традиција на една нација е постојано да го доведуваш во прашање нејзиниот идентитет. Најдобриот начин да се обезвреди демократскиот капацитет на едно општество е да се корумпираат институциите и да се создава нов јазик, нови комуникациски и значенски кодови кои од илузијата треба да созда-

Најдобриот начин да се обезвреди демократскиот капацитет на едно општество е да се корумпираат институциите и да се создаде нов јазик, нови комуникациски и значенски кодови кои ќе создадат нов паралелен универзум во кој црното е бело, криминалиите се ангели, корупцијата и чесно одработена награда...

дат нова стварност, откако граѓанството ќе го натераат да прифати дека е многу важно да помине низ политичките црвојадини (временски дупки) по кои ќе се најде во паралелниот универзум во кој црното е бело, криминалците се ангели, корупцијата и чесно одработена награда...

Следствено на доминантно технологизираното и медиумизираното време во кое живееме, комуникациите како технологија, комуникациските вештини како алатки и медиумите како сервис, се најдобрите начини за да се прифатат идеите и предложите дека е добро да се помине тунелот на

црвојадините и дека светлината на крајот на тој тунел е светот на благосостојбата.

Со други зборови, да бидеме директни, зашто Македонија не знае за алегии, апофтегми, метафори, поучни приказни... зашто е на сцена масивна акција за промена на вредноста на зборовите и на значењата за да се промовира нова терминологија која треба да ја опслужува первертираната идеологија. Исто како што предвиде Џорџ Орвел што ќе се случи во „1984“ кога зборува на „новоговорот“.

Процесот што се одвива пред нашите очи е подмолен и со скриени, фатални последици и тоа неопходно бара бескрупулозна акција

На сцена е масивна акција за промена на вредноста на зборовите и на значењата за да се промовира нова терминологија која треба да ја опслужува первертираната идеологија.

за да се запре таквиот прогрес, исто како што така драматично, како што би била акцијата за елиминирање на фалсификуваните пари од пазарот и ставање на фалсификаторите зад решетки. На подолг престој. Никако не може да биде прифатлива релативизацијата дека „тоа се само зборови“, зашто зборовите се носачи на мислите, на помислите, а тие, како што гледаме деновиве, во голема мера управуваат со нашите и со животите на одделни поединци, наши сограѓани.

Но, да се вратиме на нашата политичка реалност и да направиме една анализа за разликите меѓу убедувањето и пропагандата и да укажеме на тоа како пропагандата влијае на формирањето на мислењето на

поединците, на јавното мислење и на однесувањето на граѓаните.

Најчесто употребувани техники на пропагандата

Пропагандата има цел да го замени начинот на кој луѓето размислуваат и чувствуваат за општеството во кое живеат и за преовладувачките вредности и приоритети. За да го постигне тоа, пропагандата ги користи следните тактики:

Зборови на одобрување – Зборови кои треба постојано да се употребуваат. По неколкупати во еден говор или медиумски настап во различен контекст. Оваа техника смета на тоа дека луѓето ќе се адаптираат и ќе ги прифатат овие зборови зашто штом толку се повторуваат, мора да се важни. Многу е важно овој речник да биде прифатен и од апологетите на пропагандистите и со тоа и тие да учествуваат во секојдневие то на новогговорот.

Избор од најчестите зборови на одобрување: „иосветеноси“, „државата пред сè“, „бесилајно“, „субвенции“, „иатриотии“, „иреродба“, „иоекши“, „вработувања“, „инвестиции“, „24/7“...

Зборови на неодобрување – Зборови кои треба да предизвикаат несогласување, емотивни реакции, жигосување, гнев. И овие зборови штом толку се повторуваат, мора да се важни и треба да се запаметат и да се лепат за политичките противници.

Избор од најчестите зборови на неодобрување: „иредавници“, „соросиди“, „илаиеници“, „лаги“, „инириги“, „агенси“, „закрвай“, „ирански служби“, „нарачашели“...

Повторување – Некои зборови, обвинувања, етикети, дискредитации, процеси... треба доволно често да се повторуваат за да станат „вистина“, односно да го инфицираат слушниот апарат на граѓаните за да отргне на сензитивноста и на потребата да се по-

сомнева. Не, нема потреба да се сомневате. Ние можеме да ве „убедиме“ во тоа.

Избор од најчесто повторуваните зборови, обвинувања, етикети, дискредитации, процеси... : „Лидерот на опозицијата куйл ексклузивна вила на брегот на морето...“, „Служби во соработка со домашни илационици...“, „Поддршка за власта од Парламентарното собрание на Советот на Европа...“

Еуфемизми – Употреба на поблаг збор или израз за нешто лошо, непријатно, грубо или непогодно за дадена ситуација е уште една од постапките на пропагандата често употребувана во нововорот на политичарите на власта и на медиумите што ги поддржуваат.

Најчести еуфемизми: „конструкција“, „режија“, „сценарио“, „креирани разговори“, „сечени и монтирани“...

Негативни емоции, страв – Негативните емоции и стравот најчесто, создаваат плодотворен амбиент за манипулација со другите техники на пропагандата. Тој што го шири стравот, тој има и решенија за истиот страв.

Избор на најчести стравови: „ќе нè нема“, „меѓуеинички крвави судири“,

Цензура – Мислам дека не е потребно ништо повеќе да се напише освен МРТ (јавен радиодифузен сервис, промотор и заштитник на јавниот интерес според Законот и Статутот) е еднакво на цензура.

Настапи и поддршка од страна на популарни личности – Караван од познати личности од науката, културата, медиумите во кампања за поддршка на одредена кампања.

Избор за пример: ГДОМ¹

И тие пред нас го правеа тоа – Во англо-саксонската терминологија на пропагандата оваа техника е позната како Bandwagon. Тоа е оној момент кога во недостиг од аргументи, фокусот се префрла на постапките на

претходниците од друга идеолошка провиниенција, односно на постапките на директните политички противници.

Избор на најчести „и тие пред нас тоа го правеа“: „Во нивно време тие поставија 600 судии...“, „За време на нивното владеење во аферата ТАТ настрадаа стотици граѓани...“, „Која влада не прислукува...“

Пропаганда или убедување

И само неколку зборови за разликата меѓу пропагандата и убедувањето. Пропагандата е систематска, планирана стратегија за да се убеди некој да заземе одредена позиција

Убедувањето, доколку се потпира на цврсти докази и аргументи, во принцип е усогласување на ставови на поединецот визави аргументите на другиот. Пропагандата, пак, има институционална природа, силна идеолошка компонента и користи масовно „убедување“.

или став. Убедувањето, за да се постигне оваа цел, доколку наведува на погрешно резонирање, а со тоа и до погрешни ставови, може да биде алатка на пропагандата.

За разлика од таа улога, убедувањето, доколку се потпира на цврсти докази и аргументи, во принцип е усогласување на ставови на поединецот визави аргументите на другиот. Пропагандата, пак, има институционална природа, силна идеолошка компонента и користи масовно „убедување“.

1 ГДОМ - Граѓанско движење за одбрана на Македонија
<https://www.facebook.com/GDOMacedonia/>

ПРОФЕСИОНАЛНА НОВИНАРСКА ДИСТАНЦА

Пишува: Соња Здравеска



Photo by: UN climate change, Journalists
<https://www.flickr.com/photos/unfccc/5239088997/>

За новинарот да обезбеди објективност и непристрасност во своето известување, како основен услов за правилен пристап кон работата, тој мора да се „изолира“ од темата за која пишува и да ја пренесе онаква каква што е, односно без да биде наклонет кон која било засегната страна во приказната. Постојаното одржување на оваа професионална дистанца меѓу новинарите, нивните извори и приказните за кои пишуваат е многу важно. Во природата на новинарската работа е секојдневниот контакт со луѓе, институции и компании. Вистинскиот новинар пред себе постојано го има јавниот интерес и известува во склад со него. Овој основен принцип подразбира дека новинарот ќе ја задржи објективноста и непристрасноста дури и кога постои опасност неговите извори, односно засегнатите страни во приказната да се обидат да го „навлечат“ да

За новинарот да обезбеди објективност и непристрасност во своето известување, како основен услов за правилен пристап кон работата, тој мора да се „изолира“ од темата за која пишува и да ја пренесе онаква каква што е, односно без да биде наклонет кон која било засегната страна во приказната.

го заштитува или да го промовира нивниот интерес. Кога тој нема да успее да ја одржи нужната професионална дистанца, новинарот се оддалечува од сржта на својата професија и станува промотор на нечији интереси, наместо да биде објективен информатор на јавноста.

Не помалку важно е и новинарот да биде целосно запознаен со темата за која пишува,

а клучно е и тој да поседува волја и способност за критичко размислување и за согледување на сите аспекти на една вест, настан или ситуација. Доколку ги нема овие важни елементи, тој е во опасност да се претвори во обичен пренесувач на информациите, т.е. неговата улога да биде сведена на обичен писар, чија работа е само да ги пласира ставовите на оној кој му ги презентирал.

Кога професионалната новинарска дистанца исчезнува

Постојат безброј примери од практиката кои покажуваат што се случува кога новинарите заборават на основните принципи на својата професија и известувајќи, свесно или несвесно, штитат некој друг интерес наместо јавниот. Последиците од ваквиот однос на некои новинари кон сопствената

истакнувајќи ги економските добивки од работата на компанијата. Тоа е професионален пропуст и етички прекршок. Но, во друг случај новинарот препишува соопштение на МВР во кое група уапсени и осомничени лица се нарекуваат „криминалци“. Со своето пишување новинарот ги осудува овие луѓе, чија вина не е докажана и засекогаш ги жигосува и нив и нивните семејства. И во двата случаи е повредена професионалната новинарска дистанца, но последиците се посериозни во вториот.

Впрочем, кога еден новинар ќе ја изгуби оваа дистанца во односот со официјална државна институција на власта, професионалниот прекршок често е поголем, а резултатот е сериозно дезинформирање на јавноста. Токму затоа, во овој текст ќе се задржиме повеќе на опасностите од недостигот на професионалната новинарска дистанца со официјалните институции.

Новинарска дистанца од државните институции

Во своите секојдневни контакти со институциите, новинарите од нив добиваат постојан прилив на информации, кои им помагаат да ги подготват своите извештаи, текстови и прилози. Официјалната страна на секоја приказна е важна, затоа што нуди конкретни бројки и информации кои му даваат тежина и веродостојност на новинарскиот текст.

Како што рековме, контактите меѓу новинарите и луѓето за односи со јавноста во институциите се секојдневни и интензивни, па природно е меѓу нив да се развие колегијалност, одредена блискост, па дури и пријателство. Сепак, понекогаш институциите (кои често имаат свои интереси и своја агенда, која не секогаш се совпаѓа со јавниот интерес) ќе се обидат да го искористат овој однос со дел од новинарите за да ги пласираат своите ставови. При нова кампања на некоја компанија, реформски про-

***Вистинскиот новинар
пред себе поставува
има јавниот интерес и
известува во склад со
него, дури и кога постои
опасност неговите
извори, односно
засегнатите страни
во приказната да се
обидат да го „навлечат“
да го заштити или да
го промовира нивниот
интерес.***

професија се големи, повеќеслојни и поразителни по јавното информирање. Сепак, тие не се секогаш еднакво важни и штетни. На пример, еден новинар може да го премолчи дискриминирачкиот однос на една компанија кон дел од нејзините вработени,

екти на едно министерство или активности на некоја политичка партија, новинарите се секогаш потребни, зашто од нивното известување во голема мера зависи перцепцијата на јавноста за сите овие активности. Затоа, институциите и компаниите се трудат да одржуваат добри односи со новинарите. Не е реткост на новинарите да им бидат нудени разни бенефиции, патувања на државна сметка или на сметка на фирмите, а во „најтешките“ случаи, дури и пари за тие да известуваат и да пишуваат во склад со нивните политики.

Задача и обврска на професионалниот новинар е да ги препознае и да ги избегне овие ситуации, во кои, наместо да ѝ служи на јавноста и да известува, постои опасност тој да се претвори во агент за односи со јавноста на одредена државна институција, политичка партија или компанија. За ова успешно

Кога еден новинар ќе ја изгуби дистанцијата во односот со официјална државна институција на власта, професионалниот прекршок често е поголем, а резултатот е сериозно дезинформирање на јавноста.

да го направи, новинарот мора да се огради од сите вакви субјекти и да го разграничи својот однос со официјалните лица, портпаролите, директорите или менаџерите од своето известување.

Новинарите и односот кон МВР

Известувањето за случаи на криминал, во кои има уапсени или осомничени лица е особено чувствителен дел од новинарската работа. Во секое општество полицијата има важна и одговорна улога – спроведување на законите, борба со криминалот и одржување на јавниот ред и мир. Сепак, во Македонија бевме сведоци на случаи во кои МВР со своите потези не само што не го штитеше јавниот интерес, туку во одредени ситуации постапуваше целосно спротивно на него. Во овие ситуации постои опасност да биде прекршено правилото за презумција на невиноста, кое е вградено и во новинарскиот кодекс¹:

член 8

„Во судските постапки треба да се почитува принципот на презумција на невиност, да се известува за сите вклучени страни во спорот и да не се сугерира пресуда“.

Ова не е само професионална, туку и законска обврска на новинарите, како што е наведено во Законот за кривична постапка:

член 2:

(1) Лицето обвинето за кривично дело ќе се смета за невино сè додека неговата вина не биде утврдена со правосилна судска пресуда.

(2) Државните органи, средствата за јавно информирање и другите лица се должни да се придржуваат до правилото од ставот 1 од овој член, а со своите јавни изјави за постапката која е во тек, не смеат да ги повредат правата на обвинетиот и оштетениот, како и судската независност и непристрасност.

И покрај ова, во македонските медиуми често може да се забележат груби прекршувања на презумцијата на невиност. Поведени од акциите за апсење на МВР, за кои голем дел од медиумите некритички ја преземаат верзијата на полицијата, „зачинувајќи“ ги со из-

1 Кодекс на новинарите, Здружение на новинарите на Македонија
http://znm.org.mk/?page_id=1412

рази како „мафија“ „криминалци“², „крадци“, „макроа“ и слично, иако судската постапка не е ни почната, а вината на уапсените не ни почнала да се докажува. Ова често е дополнето со „ексклузивни“ снимени материјали од полицијата, кои се испраќаат само до одредени медиуми. Ваквите извештаи повеќе наликуваат на полициско-медиумска спрега за промоција на работата на МВР, отколку на објективно информирање на јавноста. Овие новинари во ваквите ситуации се задржуваат само на конкретното апсење и на дневните случувања, без да истражат и да навлезат подлабоко во суштината на проблемот со конкретниот вид криминал. Со таквиот плиток и селективен пристап, многу медиуми служат како средство за пласирање на дневно-политичката агенда на власта, а понекогаш и уште поопасно – како средство за спинување информации и дефокусирање на вниманието на јавноста од други, поголеми и поважни актуелни проблеми во општеството.

Еден од најупадливите примери за вакво информирање е случајот со убиството на младиот Мартин Нешковски во јуни 2011 година. Припадник на МВР до смрт го претепа младиот Нешковски на скопскиот плоштад, по што полицијата се обиде да го негира и да го заташка случајот. Убиството го немаше во официјалниот билтен на МВР за тој ден. Дел од новинарите, наместо во потрага по вистината, тргнаа слепо да ја следат верзијата на МВР за настанот. Во своите првични извештаи, некои новинари се обидоа дури да го релативизираат убиството со назнака дека младиот Нешковски бил „наркоман“ (што можеби би требало да го претстави неговото убиство како помало злосторство.) Дел од медиумите, пак, се занимаваа со конструкции со кои требаше да се докаже дека полицискиот специјалец е припадник на СДСМ, додека убиеното момче било член на владејачката ВМРО-ДПМНЕ.

По протестите на иницијативата „Стоп за полициската бруталност“ и откако случајот доби големо внимание во јавноста, овие текстови беа повлечени и денеска тие не се достапни на интернет-страниците на медиумите кои ги објавија. Ниту еден од овие медиуми не го постави прашањето на одговорноста кај надлежните за обидот да се заташка случајот.

Последици

Кога новинарите во своето известување покажуваат пристрасност, објективната публика тоа го забележува, а довербата во

Кога новинариџе во своето известување покажуваат пристрасност, објективната публика тоа го забележува, а довербата во новинарот и медиумот се губи, понекогаш и нејовратно.

новинарот и медиумот се губи, понекогаш и неповратно. Но, кога новинарите заборават на професионалната дистанца, далеку посериозна последица е губењето на довербата на публиката кон новинарството во целина и кон сите новинари. Ова е особено видливо во македонскиот медиумски простор во изминатите години – изложени на постојано пристрасно и неетичко известување во многу медиуми, граѓаните сè почесто изразуваат сомнеж во етичноста на сите новинари и веруваат дека новинарството е корумпирана и несериозна професија. Оттаму, единствениот начин да се врати оваа доверба во новинарите е стриктно и бескомпромисно придржување на професионалната новинарска дистанца.

2 Уапсени се осум криминалци што направиле 'ршум по банкоматите (ВИДЕО), www.mkd.mk, 23.03.2013 <http://www.mkd.mk/crna-hronika/uapseni-se-osum-kriminalci-shto-napravile-rshum-po-bankomatite>

страница 252-258

ПОГЛАВЈЕ 14

Член 15 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарот мора да ја негува културата на зборови и етика.

Неспојливо со новинарската професија е непримерната комуникација со јавноста.

НОВИНАРИТЕ ТРЕБА ДА БИДАТ ОДГОВОРНИ КОН ПУБЛИКАТА, НО НАЈМНОГУ КОН СЕБЕ

Пишува: Владо Ѓорчев



By Eric D. Own work

<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=228357>

Слобода на говор претставува слободно зборување без цензура или ограничување, или, пак, двете заедно. Во практиката, правото на слобода на говор не е неограничено каде и да е.

Правото на слобода на говорот е признаено како човеково право според членот 19 од Универзалната декларација за човекови права¹, како и во меѓународните закони за човекови и граѓански права – International Covenant on Civil and Political Rights². Овој документ го признава правото на слобода на говор како „право да се има мислења без мешање“. Секој треба да има право на слобода на изразување. Исто така, слободата на

*Во современиите
демократски општества
медиумската слобода
е нераскинливо
поврзана со моралната
одговорност што
треба да ја преземаат
медиумските работници
– од новинарите до
издавачите.*

говорот е признаена во сите национални законодавства.

Сепак, во современите демократски општества медиумската слобода е нераскинливо поврзана со моралната одговорност што треба да ја преземат медиумските работници – од новинарите до издавачите. За својата задача да ја извршуваат што поквалитетно,

1 Universal Declaration of Human Rights
<http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>

2 International Covenant on Civil and Political Rights
<http://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

медиумите би требало да дејствуваат во рамките на професионалната етика на новинарството³. Притоа, основен критериум на моралното дејствување треба да биде човековото достоинство и почитувањето на човекот како цел, а не како средство. За новинарството да се приближи на таа идеја, новинарот во својата работа (известување) е должен да ги следи етичките начела:

- **Вистина;**
- **Објективност;**
- **Слобода;**
- **Одговорност.**

Овие начела се основни и во македонскиот Кодекс на новинарите⁴, според кој, **Новинарите имаат улога да пренесуваат информации, идеи и мислења и имаат право да коментираат. Почитувајќи ги етичките вредности и професионалните стандарди во пренесувањето на информациите, новинарите ќе бидат чесни, објективни и точни.**

Одговорноста, пак, на новинарот треба да биде кон публиката, кон оние за кои се пишува и кон изворот на информацијата, но, пред сè, новинарот треба да биде одговорен кон себеси.

Искривена слика

Особено во Македонија, искривената слика во новинарството и непочитувањето на моралните и на етичките норми имаат „своє“ место. Можеби и масовните медиуми сами по себе не се лоши, туку стануваат такви кога ќе дојдат во погрешни раце. Во демократските општества тие можат да бидат

средство за постигнување цели, како што се зголемувањето на комуникациската способност, која подоцна ќе понуди и нов хуманизам. Тие со модерната технологија сè повеќе ги зближуваат граѓаните, а би требало (што кај нас сè помалку го има) да предупредуваат на корупцијата и на злоупотребата на власта.

За жал, секојдневно сме сведоци на кршење на стандардите кои се темел на Кодексот на новинари. На медиумите не им е непознато да шират невистини, да омаловажуваат, да го повредуваат угледот и честа на јавните личности (а, и на колегите новинари). Многу

**Секој треба да има право
на слобода на изразување.
Слободата на говорот
е признаена во сите
национални законодавства.**

често се среќаваме со вести од сомнително потекло⁵, очигледни клевети или намерни подбивања⁶. Многу често се пишува и се објавува без каква било одговорност. Но, ако сакаме да дејствуваме за општото добро и во рамките на етичките и моралните норми, слободата мора да биде неделлива од одговорноста, која се зголемува пропорционално со моќта на медиумот. Сè што новинарот прави како носител на таа моќ мора да биде и одговорно.

Значи, целата работа е во етиката на одговорноста.

Тоа е содржано и во македонскиот кодекс на новинари, во следниве членови:

3 Code of Ethics, Society of Professional Journalists
<http://www.spi.org/ethics.asp>

4 Кодекс на новинарите, Здружение на новинарите на Македонија
http://znm.org.mk/?page_id=1412

5 Радмила Шеќеринска исчезна, www.press24.mk, 26.05.2014
<http://press24.mk/radmila-shekerinska-ischezna>

6 (Фото) Запознајте го новиот претседател на СДММ – Центар Јон Фрчкоски, www.falanfa.mk
<http://falanga.com.au/foto-zapoznajte-go-noviot-pretседatel-na-sdmm-centar-jon-frchkovski>

7. Новинарот ќе ја почитува приватноста на личноста, освен кога тоа е во спротивност со јавниот интерес. Новинарот е должен да ги почитува личната болка и жалост;
8. Начинот на информирање, во случаи на несреќи, елементарни непогоди, војни, семејни трагедии, болести, судски постапки мора да биде ослободен од сензационализми.

Секаде во светот (повеќе или помалку) во највисоките државни акти е загарантирана слободата на говорот. Но, еклатантен пример е оној во САД.

Првиот амандман на Уставот на САД⁷ го штити правото на слободата на религијата и слободата на изразување од мешањето на владата. Слобода на изразување се состои и во тоа граѓаните, новинарите... да можат да поднесуваат претставки до владата за исправање на неправдите.

Сепак, европските земји не познаваат вакви примери, но кај високоразвиените демократии постои строга одговорност кај новинарите. Таа одговорност, пак, многу се разликува од земјите на Балканот, особено во Македонија.

Без одговорност

Новинарите во Македонија немаат одговорност за напишаното или изговореното. За да почнат земјите од ЕУ да ја сметаат Македонија за демократска држава, во која дејству-

ваат медиуми што се придржуваат на новинарскиот кодекс, потребно е пропагандните активности, говорот на омраза, политички ангажираните новинари и слично, да се намалат на минимум.

Ако не го сфатиме тоа, никогаш нема да напредуваме на листата на „Фридом хаус“⁸ со вакви текстови:

- ФОТО: Зоран Заев со нови таленти, се маскираше во самурај⁹
- Братучедот на Шекеринска со потсмев кон Црквата¹⁰
- One million dollar baby¹¹
- ФОТО: Кој го лови синот на Претседателот Иванов?¹²
- ФОТО: Со ракиичка и морски плодови опозицијата договара стратегија¹³
- Црвенковски уловен со Нора Шакири¹⁴

Вториот голем проблем што го прават ваквите текстови е таблоидизирање на медиумите. Не дека не треба да ги има, но тие како да го преземаат приматот. А, таблоидизацијата на медиумите значи и таблоидизација на државата.

Кога се зборува за таблоидизација на медиумите, веднаш се мисли на жолто новинарство. Тоа, пак, е новинарство кое навлегува во приватноста на познатите, а и на непознатите луѓе. Информациите за тие луѓе можат да бидат и целосно точни. Друга работа е ако имаме полуписмени текстови кои се базираат на полуистини, измислици, површински информации, злонамерни тенденции...

7 The Bill of Rights, The First 10 Amendments to the, Constitution as Ratified by the States, December 15, 1791 <http://www.billofrights.org/>

8 About Freedom of the Press, Freedom House <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/macedonia>

9 <http://www.time.mk/c/93d5091c95/video-zoran-zaev-stana-samuraj-negovata-sopruga-gejsa.html>

10 <http://daily.mk/vesti/bratuchedot-na-shekerinska-so-potsmev-kon-crkvata>

11 <http://vecer.mk/makedonija/one-million-dollar-baby>

12 <http://www.idividi.com.mk/showbiz/celebrity/830861/index.html>

13 <http://www.maxim.mk/foto-so-rakiichka-i-morski-plodovi-opozicijata-dogovara-strategija>

14 <http://republika.mk/263390>

Дел од популацијата, сепак, мисли со своја глава и ја знае разликата помеѓу губре и квалитет. Тоа, значи, не е жолто, туку лошо новинарство. И го има застрашувачки многу.

Потерова кутија

Дали постои начин да се задржи етиката на медиумот? И како новинарот да одлучи дали некоја вест е за објавување или не? И како да си ја преземе одговорноста? Секако, постои начин.

Еден од најраспоространетите начини на донесување одлуки е познат како Потерова кутија¹⁵ (Patterson, P-Wilkinson, L – 1994). Него го развил харвардскиот теолог Ралф Потер. Тој се состои од четири чекори до носење одлука. Првиот чекор е разбирање на

На медиумите не им е неизвесно да шираат невистини, да омаловажуваат, да го повредуваат угледот и честта на јавните личности (а, и на колежите новинари).

фактите, вториот е потврдување на важните моменти, третиот чекор е примена на филозофскиот пристап и четвртиот – артикулирана лојалност.

Етичарите се фокусираат на следниве принципи: „Не прави му го на друг, тоа што тебе не сакаш да ти го прават“ (Конфуцие), „Не повредувај ги другите со тоа што тебе би те повредило“ (Буда), „Сè што сакате да ви се случи вам, правете им го на другите луѓе“ (Исус). Овие правила, кои се застапени во различни религии, многу се слични и имаат иста порака: Почитувајте ги другите и правете добро.

Аристотеловата златна средина или златно правило, се однесува, на пример, кога имате фотографија од новинар-фоторепортер, а со неа и етичка дилема дали да се објави. Самата фотографија не е етичка доколку е сензационалистичка, што би била една крајност, но не е ниту професионална доколку е банална, затоа што не би привлечла внимание кај читателите. Значи, треба да се најде прецизна линија да не се премине професионалноста, а притоа и да се биде актуелен. Сепак, ако сакаме поточно да разбереме што значи Потерова кутија, тоа значи да се избере и да се објави информација која индиректно или директно не би го нарушила општото добро. Тоа добро може да не биде видливо (контрола на власта) или, пак, да биде јасно како ден (известувањето за помошта на Србија), но, новинарите треба само, секако со помош на уредниците, да ја најдат – златната средина.

Како да се реши

Овој модел во Македонија најверојатно многу малку или воопшто не се употребува.

Но, кој би требало да носи одговорност за ваквото однесување на медиумите?

Иако новинарите ги создаваат содржините, тие не се единствената алка во медиумскиот синџир. Одговорноста мора да ја носат сите – уредниците, сопствениците на медиуми, владата, државните институции, но и граѓаните како публика. Со тоа состојбата во медиумите, која е далеку од добра, можеби би можела да се поправи преку заедничка иницијатива. Затоа, во сложени процеси во општеството, секој од нас е должен на себе да преземе дел од одговорноста за да го подигнеме квалитетот на новинарството. Но, најнапред она што треба да се стори е изградба на општоприфатени регулативни механизми, кои без цензура, по теркот на меѓународната и на европската практика, ќе се создадат и ќе ги почитуваат домашните закони.

¹⁵ Potter Box, www.en.wikipedia.org
https://en.wikipedia.org/wiki/Potter_Box

Студија на случај: СЛУЧАЈОТ „ТИТАНИК“ НЕВАЖЕН, ЕСЕНЦИЈАЛЕН ИЗГЛЕДОТ НА ОБВИНИТЕЛКИТЕ

Пишува: Силвана Жежова



Борба за свет без сексизам. Фојто: Шарлот Кујер <https://www.flickr.com/photos/cecocooper/6201855866>

Иако се мисли дека половата дискриминација е својствена за некое минато време, сексизмот во македонското општество е присутен и денес и тоа по многу основи. Можеби одреден период се мрдна од точката на традиционалното, но имајќи го предвид целиот општествен ретрограден процес, сексистичките ставови се вратија на голема врата. Потекнуваат од традиционалните стереотипи за половите улоги, а најчесто е дискриминирана жената. Во многу примери, жената не се оценува од аспект на професионална индивидуа која на одредено место и во дадено време настапува во името на својата професија, туку се третира како објект кој се набљудува низ призмата на изгледот и надворешната појава.

Објективизирање на жената и атак на нејзиниот изглед

Таков случај е колумната на Драган Павловиќ – Латас насловена „Мортиша“¹, во која, меѓу другото, се зборува и за прес-конференција на Специјалното јавно обвинителство или, попрецизно, за изгледот на обвинителките. Павловиќ во колумната нема спомнато ниту збор за суштината на акцијата „Титаник“², во која се најави отворање на истражни постапки против поранешните министри Гордана Јанкулоска, Миле Јанакиески и против секретарот на Владата, Кирил Божиновски, туку предмет на анализа е изгледот на обвинителките.

Практикувањето на сексизмот во новинарството денес, и што не само и прикриено, туку отворено и засилено до ниво на полова дискриминација, е недоушито во современите редакции. Фактот што сексизмот и полова дискриминација сè уште постојат и отворено се практикуваат, и што од новинари на највисоки позиции во професијата, покажува колку на таа професија ѝ е потребно ирочисување и што на многу нивоа.

„Морам да кажам дека обвинителката Ленче Ристоска и мене ме бендиса. Паметно изгледа, спастрена и убава. Ако морам да паднам во нечи раце, последна желба ми е да паднам во рацете на Ленче Ристеска. Некако ми личи на тоа, а и задоволството би било обострано“, од колумната на Павловиќ.

Илиќ додава дека предмет на напад најчесто се жените на клучни позиции.

„Тука жената, како и секогаш, се објективизира и се оди кон атак на нејзиниот личен изглед. Жените, кога се на клучни позиции, добиваат напади за тоа како изгледаат, што во споредба со мажите никогаш не се случува. Објективизирањето на жените е многу чест случај кога тие се на функција“, вели Илиќ.

Омаловажување врз основа на потеклото

Давајќи „осврт на ликот и на делото“ на обвинителката Фатиме Фетаи, во колумната има обид за дискредитација врз основа на потеклото по раѓање. Преку употребата на термините „селски“, „маалски“, се прави обид да се омаловажи нејзиниот настап, без да се спомне ништо за она што таа го кажа на прес-конференцијата.

1 Мортиша, www.vecер.mk, 14.02.2016
<http://www.vecер.mk/komentari/dragan-pavlovikj-latas/mortisha>

2 Како се краделе изборите: Детали за акцијата „Титаник“, www.meta.mk, 12.02.2016
<http://www.meta.mk/kako-se-kraделе-izborite-detali-za-aktsijata-titanik/>

„Фатиме Фетаи ја нема таа естетика и рафинман. Таа изгледа како маалска сировина, Мортиша од Адамс фамилија или уштре повеќе лика и прилика е близак на Круела де Вил од 101 Далматинец. До толку е во грч и спазми што заканите од нејзините зборови наместо плашење народ повеќе предизвикуваат сожалување за нејзината инфериорност и потребата да го сокрие маалскиот, селскиот сиров материјал да го прикаже како одлучност и моќ“, пишува во колумната.

Иако се мисли дека ѝоловајќа дискриминација е својствена за некое минато време, сексизмот во македонското општество е присутен и денес и тоа ѝо многу основи.

Според социологот Анета Кузевска Поп-Илиоски, уредниците и новинарите заборават дека првите три основни функции на нивната професија се едукација, информирање и социјализација, па дури потоа следуваат забавата и сензационалноста.

„Овој познат новинар, кој со години се наметнува како професионалец на нашата медиумска сцена, ни пласира текст кој во одреден свој дел, поради користење на апсолутна слобода на говорот, забегува од новинарскиот професионален аспект. Новинарот престанува да се посветува на професионалниот ангажман на лицата опфатени во текстот и почнува да зборува за своето доживување на истите како припаднички на понежниот пол, во за него препознатлив „мачо-стил“. Воедно, критикувајќи го нивниот надворешен изглед во крајно еуфемистично сексистички стил, придонесува кон квалитативното пропаѓање на новинарството“, смета Кузевска Поп-Илиоска.

СЈО загрижено за начинот на известување

Специјално јавно обвинителство не реагираше на оваа колумна на Драган Павловиќ-Латас, но неодамна испрати допис³ до медиумите во кој изрази загриженост за начинот на известување на одредени медиуми, поврзано со нивната работа, како и со работата на специјалната јавна обвинителка, Катица Јанева.

„Ова јавно обвинителство, иако беше изложено на неосновани напади и во претходниот период, покажа висок степен на толеранција спрема лицата што изнесуваа невиности, навреди, клевети и се служеа со говор на омраза насочен кон обвинителството. Со оглед дека бројните апели од наша страна не дадоа резултат, а за да се заштити интегритетот и безбедноста на јавните обвинители и на нивните семејства, ја известуваме јавноста дека во периодот што следува против одредени лица ќе бидат поведени соодветни граѓански постапки за клевета и за навреда, како и кривични постапки за лажно пријавување кривично дело“, се вели во соопштението на Специјалното јавно обвинителство.

Сексистичките ставови во медиумите се враќаат на голема врата. Потекнуваат од традиционалните стереотипи за ѝоловите улоги, а најчесто е дискриминирана жената.

3 Специјалното јавно обвинителство и Јанева најавуваат тужби за клевета и за навреда, www.meta.mk, 29.01.2016 <http://meta.mk/spetsijalno-javno-obvinitelstvo-i-janeva-najavuvaa-tuzhbi-za-kleveta-i-navreda/>

страница 262-269

ПОГЛАВЈЕ 15

Член 16 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарот ќе ги чува уредот и достоинството на својата професија, ќе ги почитува заемната солидарност и различност на ставовите и нема да го употреби својот медиум за пресметка со личности, вклучувајќи ги и своите колеги.

ЗЛОУПОТРЕБА НА МЕДИУМИТЕ ЗА ЛИЧНИ ПРЕПИСКИ И ЗА НАВРЕДИ

Пишува: Силвана Жежова



Photo by: Abevil, Reporters

<https://www.flickr.com/photos/abevil/7664485236>

Новинарите преку медиумите пласираат информации кои се од општ интерес на јавноста и кои информираат за одредени општествените состојби, врз основа на што граѓаните ќе го градат својот (не)критички поглед, став, кон истите. Во медиумите најмалку има место за употреба на вулгарности, навреди, пцости, односно јазик кој е недоличен за да биде консумиран од јавноста. За жал, истиот многу често се употребува на телевизиите во т.н. шоуа, дебатни емисии, а сè позачестен е и во медиумскиот интернет-простор. Таму речиси и не владеат никакви правила и многу ретко се запазуваат стандардите на професијата. Интернет-пор-

Во медиумите најмалку има место за употреба на вулгарности, навреди, пцости, односно јазик кој е недоличен за да биде консумиран од јавноста.

талите се т.н. сушно поле каде што не вуреат Кодексот и етиката на новинарите.

Пример за тоа како не треба да се комуницира преку медиуми беше неодамнешната преписка меѓу директорот на Државниот архив на Македонија, Филип Петровски, и новинарот Рубин Иваноски. Преписката се одвиваше преку порталите „Пулс 24“¹

1 Внимание: Ова е психопат кои шири невинности и повикува на немири и попатно шири омраза и навреди!, www.puls24.mk, 19.04.2016 <http://puls24.mk/mk/vesti/vnimanie-ova-e-psihipatot-koi-siri-nevistini-i-povikuva-na-nemiri-a-popatno-siri-omraza-i-navredi>

и „Народен глас“² и во неа се употребуваа навредлив говор, вулгаризми и недоличен јазик. Во овој случај станува збор за злоупотреба на медиумите, за меѓусебни лични навреди од кои јавноста нема никаква корист и потреба да ги консумира.

„Каде се сега цензурата сега, зошто на ваков психопат како Рубин Иваноски му се дозволува медиумскиот простор зошто ова не е санкционирано од никој. Очај и паника во редовите на СДСМ и СОРОС, паднат рејтинг поради насилните протести и уништувањето на спомениците.“

Еве еклатантен пример за кршење на упатствата и препораките од членот 11 од Кодексот на новинари, предадени во Прирачникот за етика во новинарството (стр. 22), во кои се вели дека „Јазикот на новинариџе секогаш треба да биде одмерен и неутрален, насипрот оној што нуди јојтови заклучоци и судови и е или се граничи со јоворот на омраза. Секогаш треба да се избежнуваат фрази кои во себе носат шовинистички, сексистички или какви било други дискриминаторски конотации“.

„П...а скапана, вечниот п...ч за директорски места во владата на ВМРО-ДПМНЕ Филип Петровски повикува на физички ликвидации и контрапротести.“

Вулгарен потенцијал за говор на омраза

Според професорот по медиумска етика и етика во новинарството, проф. д-р **Дејан Донеv**, употребата на навредувачкиот, а особено на вулгарниот јазик, во јавниот простор е повеќе од видлива и дегутантна. Тој смета дека тоа е особено изразено во дигиталната ера, кога на располагање ги имаме интернетот, новите медиуми и разноразни платформи за комуникација, чие постоење и дејствување е во мала мера законски регулирано, а морално се препуште-

ни на стихийното, без дури и навестување на етичка стандардизација.

„Се работи за феномен кој бил, сè уште е, а понатаму ќе биде израз на непристојност, затоа што оди под нивото на општествено прифатлива шема за комуникација или, аристотеловски кажано, израз за нешто што е атипично за човечкиот род, бидејќи истиот во себе го содржи како потенцијал умот и разумот и преку нив се изразува, со што и се прави разлика меѓу човекот и другиот свет, кој ја нема таа можност за експресија“, вели Донеv.

Фактот дека комуникацијата се спушта под нивото на пристојност, според него, зборува за интелектуалните можности на тие

**Интернет-порталите
се н.сушно поле
каде што не виреат
Кодексот и етиката
на новинариџе.**

што учествуваат во комуникацијата, за капацитетот на употреба на нивниот логос.

„Можеби и затоа овој тип на говор се подведува под категоријата „приватен говор“, затоа што за степенот на цивилизираност не би требало да знае и јавноста, бидејќи е навредувачки за истата, кога сте дел од неа“, додава Донеv.

Имено, употреба на вулгарниот говор во јавна комуникација, според Донеv, носи потенцијал за развивање на разноразни форми на говор на омраза.

„Преку навредата која се искажува и упатува кон другиот, не се земаат неговите човечки карактеристики, туку се „копа“ по неговиот живот, работа, конекции со околината, за да се прикаже истиот како „штетен“ за заедницата. Тоа предизвику-

2 П...а скапана, вечниот п...ч за директорски места во владата на ВМРО-ДПМНЕ Филип Петровски повикува на физички ликвидации и контрапротести?! www.narodenglas.mk, 19.04.2016

ва револт и повикува на дополнителна употреба на истиот говор, кој сега веќе вклучува и дополнителни форми од говорот на омраза, како алатка за развивање разни форми на дискриминација, а кои искажани преку употребата на медиумите со текот на времето стануваат клише, облик на развивање на супкултура, која бргу „се лепи“ во секојдневниот говор и станува образец за комуникација“, објаснува Донев.

Дискриминација врз различни основи

Извршната директорка на Советот за етика во медиумите на Македонија, **Марина Тунева**, смета дека користењето „офанзивен“ или вулгарен речник во новинарското известување честопати се граничи со или, пак, води кон, дискриминација врз различни основи.

„Тука може да се вброи и користењето пејоративни термини за болести, двосмислено користење имиња, користење религиозни зборови во комбинација со други

**Употреба на
вулгарниот говор во
јавна комуникација
носи идентифицијал
за развивање на
разно-разни форми
на говор на омраза.**

зборови со навредливо знаење. Таквиот речник е уште помалку прифатлив кога се користи на агресивен начин, насочен против поединец или за да се омаловажи поединец или група“, вели Тунева.

Според неа, потенцијално дискриминаторскиот речник се прифаќа доколку е од суштинско значење за новинарската сто-

рија, а особено доколку намерата е да се едуцира публиката или да се демонстрира негативно влијание на дадена појава, однесување и, секако, во функционални демократии.

„Доколку редакцијата настојува или процени дека е потребно користење таков речник, таа мора да го наметне и прашањето каков е тонот и контекстот што

**Користењето
„офанзивен“ или
вулгарен речник
во новинарското
известување
често иако се граничи
со или, пак, води кон,
дискриминација врз
различни основи.**

го создава новинарскиот производ. Мора јасно да се разбере каква е целта на редакцијата. И, секако, кога постои веројатност дека таквиот материјал ќе предизвика навреди, се наметнува потребата од јасно предупредување за она што следува. Исто така, сè она што е несоодветно за возраста, треба да биде означено како такво“, смета Тунева.

Таа нагласува дека користењето вулгарен речник, сепак, треба да биде сведено на минимално ниво и да се направи крајно внимателна проценка дали објавувањето таков материјал носи поголеми придобивки во исполнувањето на јавниот интерес отколку штетите што ги предизвикува врз јавноста, вклучително и врз самиот медиум.

„Публиката е вообичаено против користење на сите видови вулгарен речник преку медиумите, иако можеби има и некои кои веруваат дека таквите термини може да се користат доколку се во согласност со очекувањата на јавноста“, објаснува таа.

НОВИНАРОТ Е КУЧЕ ЧУВАР, А НЕ КУЧЕ ШТО ЛАЕ БЕЗ ПОТРЕБА

Пишува: Мирослава Бурнс



Од зборот многу убаво може да види дали стојалиштето од кое се тргнува е добронамерна критика и коректив на политичарите или кои било општествено-политички процеси, или, пак, станува збор за гола пропаганда и за неаргументиран напад за да се „запали“ читателот.

овие удари најмногу страда демократијата и нивото на политичка дебата, но ниту новинарството не може да ја одбегне улогата на колатерална штета.

Како никогаш порано, за изборите во 2014 година, пламна во полн капацитет огнот на омразата и на личните дисквалификации од непотпишани автори во медиуми кон учесници во изборната кампања. Пропандистичките кујни, олицетворени во овие непотпишани автори, не мереа ниту еднаш пред да пресечат дека некој е „предавник“, „кукавица“, „изгубен во просторот и времето“, „послушник“, „клекат на колена“, итн. Не е само што ќе кажете, туку и на каков начин ќе го кажете тоа. Особено во новинарството, каде зборот е „орудие за работа“, чувствувам потреба да кажам дека зборот скапо чини и искажува намера и стојалиште. Од зборот многу убаво може да види дали стојалиштето од кое се тргнува е добронамерна критика и коректив на политичарите или кои било општествено-политички процеси, или, пак, станува збор за гола пропаганда и за неаргументиран напад за да се „запали“ читателот и да му се сервираат ниски удари на линчување на политичарот. Од

Ад хоминем нападот никогаш не е мотивиран од јавниот интерес

Ниското ниво на навредите и дисквалификувањето нема да најдат решение во „солениот“ Закон за граѓанска одговорност за клеветата и навреда, бидејќи извираат од длабока неодговорност и од немање сенс за основни меѓучовечки и професионални релации и од свесна и намерна хајка без правила. Вистина е дека функционерите со самото седнување во фотелјата се откажуваат од дел од својата приватност и стануваат подложни на поголем степен на критика. Точно е и дека окото на јавноста будно ги следи нивните чекори и има право да знае, да ги критикува и да бара одговорност за нивните постапки поврзани со јавните пари и со одлуките што ги засегаат сите. Меѓутоа, сето ова не може и не би смеело да се поистоветува со грубото кршење на

стандардите и ад хоминем дискусиите од баре две причини. Прво, во ад хоминем дебатата, целта не е да се укаже дека треба да има корекција на нечие поведење, туку целта е да се омаловажи и да се дискредитира личноста. Личноста, сама по себе, се девалвира независно од тоа што го прави. Второ и уште поважно, ад хоминем нападите не се двигател на промени, туку средство за стагнација.

„Кристална ноќ“ – сè кажа, ама за среќа никаде ја нема

Во изборната медиумска кланица се пресекоа и неколку квалификации за политички одлуки, кои може да иницираат и насилства, особено бидејќи нивната употреба

Еден збор кој е семантички употребен неправилно, може да предизвика последици.

беше сосема нелогична. Се остави впечаток дека се знае нејзиното значење. На пример, терминот „Кристална ноќ“ (рецензија под наслов „Скандалозно: објавени измислици за „Кристална ноќ“¹), кој историски е поврзан со насилство и со убиство на Евреите во нацистичка Германија и со уништување на нивниот имот, се спомена во 2014 година за да се оквалификува чинот на непризнавање на изборниот резултат од страна на СДСМ („Скандалозно: Заев со сценарио за пропаѓање на изборите“²). Овој пример покажува колку неодговорно непотпишаните автори на ваквите медиумски производи му пристапуваат на користењето на зборовите. Зборот изразува стојалиште, а неговата употреба е предмет на многу општествени науки, меѓу кои и комуникологијата. Ова не

е случајно. Еден збор кој е семантички употребен неправилно, може да предизвика последици. На пример, за изборите, полесно од кога било, дел од политичарите беа навредувани и ставани во контексти кои не се занимаваат со нивните активности, туку со нивно дискредитирање и маргинализирање. Во сета занесеност кој поуспешно ќе го навреди човекот што е на „дневен ред“, во некои не-новинарски центри се коистеа вонконтекстуални фотографии, спинови, приказни без логични заклучоци и со пропагандистички премиси. Најжестоката критика сервирана со доза професионален пристап, достоинствен и издржан пристап, сее поле за промени. Кланицата „ад хоминем“ е со краток рок на траење и има погубна намера – да се навреди наместо да се аргументира, да се посее омраза наместо да се чека судот на јавноста. Сето ова остава впечаток на новинарска агенда. Создава море од омраза и од нетрпеливост, во кое е тешко да се плива кон брегот на демократијата. Новинарството и пропагандата не можат да одат рака под рака, зашто не се занимаваат со иста цел. Целта на новинарот не е да навреди, ниту да омаловажи, туку да отвори тема од јавен интерес, да контролира во границите на професионалноста и да развива тренд на демократичност. Пропагандата, пак, во недостиг на овие благородни намери, се открива преку зборови што го омаловажуваат поединецот. Зарем не е очигледно дека на ваков начин се прави штета на јавниот интерес? Наместо да ги анализираат политичките одлуки на кандидатите, на граѓаните им беше дадено да се занимаваат со тоа кој е „загубен во просторот и времето“ (квалификација што е навреда пар екселанс) и да прават чамче-муабети за нерелевантни и плитски теми за политичарите. Загуби јавноста, а се срамеа оние новинари кои ги познаваат новинарските стандарди и вис-тинската улога на новинарот – да биде „куче чувар“, а не „куче што лае без потреба“.

1 Скандалозно: објавени измислици за „Кристална ноќ“, СПФМ, Рецензии, 25.04.2014
<http://mediumi.vistinomer.mk/skandalozno-objaveni-izmislici-za-kristalna-nokj/>

2 Ибид

ЛИЧЕН НАПАД НАМЕСТО АРГУМЕНТИ

Пишува: Влатко Стојановски



Photo by: JD Lasica, Reporter
<https://www.flickr.com/photos/jdlasica/6151583682>

Станува збор за стандардизирани постапки за дефинирање на темата на расправата, поставување на тезите и за градење на мрежата на аргументи, кои треба да резултираат со резиме. Првиот чекор е дефинирање на основниот проблем, кој го определува фокусното прашање. Откако ќе го поставиме фокусното прашање, треба да се постави хипотеза, која претставува прелиминарен одговор на ова прашање, кој допрва треба да се поткрепи со аргументи и да се отфрли со контрааргументи.

Структура на аргументот

Изложувањето на аргументите е клучната фаза на расправата. Тие се нижат како алки

Кога аргументираме, штоа треба да го правиме логички, рационално и да не се потпираме на емоции, религиозни убедувања, традиција.

на синцир, се разгрануваат, за при крајот на расправата да се сумираат и да се изведе заклучок. Англискиот филозоф и логичар **Стефан Тулмин** развил метод на аргументирање¹ кој се состои од следните фази на организација на аргументот:

1. **Тврдење** – тезата што авторот ја застапува и сака да ја аргументира;
2. **Податоци** – докази што авторот ги прибрал за поддршка на тврдењето;
3. **Објаснување** – објаснување или оправдување зошто и како податоците го поткрепуваат тврдењето или што ги поврзува податоците со тврдењето;

1 Toulmin Model of Argument
<https://web.cn.edu/kwheeler/documents/Toulmin.pdf>

4. **Поткрепа** – дополнителна логика или резонирање која може да биде неопходна за да се потврди објаснувањето;
5. **Антитеза** – тврдење што го негира или не се согласува со тврдењето на тезата;
6. **Реафирмација на тезата** – докази што ја негираат антитезата.

Пример за организација на аргументот според Тулмин:

1. **Тврдење:** Констатуирањето на Специјалното јавно обвинителство е од големо значење за функционирањето на правната држава, за спроведувањето на правото и за враќање на правдата;
2. **Податок:** Прислушуваниите разговори што опозицијата ги објави во јавноста покажаа сериозни индиции за сторени кривични дела, во кои инволвирани се највисоки претставници на власта, кои дојдоа не биле предмет на кривичен прогон;
3. **Објаснување:** Поради тоа што регуларното Основно јавно обвинителство не довело ниту една предистражна постапка пред објавување на разговорите, а кога тоа го сторија то дојрен глас не поднесоа ниту

4. **Антитеза:** Но, формирањето на вакво обвинителство, како производ на политички договор на четирите најголеми политички партии во земјата, се проблематизира од правен аспект, односно спорно е дали тоа му противречи на македонскиот Устав, кој пројашува дека „Јавното обвинителство е единствен и самостоен државен орган“;

5. **Реафирмација на тезата:** Сепак, имајќи предвид дека Капица Јанева е избрана од Собранието, кое го донесе и законот за формирање на обвинителството, а воедно тоа е составено исклучиво од членови на регуларното јавно обвинителство, не се работи за паралелен орган во системот, туку за легален орган и, уште поважно, со крајно легитимна цел и задача да провери дали индициите за сторен криминал содржини во објавените разговори одговараат со фактичката реалност, ако е така да поднесе обвиненија и пред судот да бара одговорност од евентуалните прекршиители на законот, особено во ситуација кога Основното јавно обвинителство не ги истражише ваквите наводи.

Расправа за темата и за тезите, а не за личностите

Кога аргументираме, тоа треба да го правиме логички, рационално и да не се потпираме на емоции, религиозни убедувања, традиција. Притоа, важно е да ги избегнуваме логичките грешки. Инаку, постојат две групи логички грешки: грешки на релевантност, кога тврдењето не е релевантно на заклучокот, и грешки на недоволно докази, кога тврдењето не е поткрепено со доволно докази. Токму во групата грешки на релевантноста спаѓа личниот напад, кој новинарите го прават тогаш кога отфрлаат нечиј аргумент или тврдење, напаѓајќи ја личноста, а не нејзиното тврдење.

Во последно време во јавноста и многу новинари се обидуваат да ја дискредитираат це-

Во групата грешки на релевантноста спаѓа личниот напад, кој новинарите го прават тогаш кога отфрлаат нечиј аргумент или тврдење, напаѓајќи ја личноста, а не нејзиното тврдење.

едно обвинение, неопходно беше формирање на едно вакво обвинителство, чиј делокруг на работа и надлежности ќе бидат поврзани со сомнежите за законски прекршувања што произлегуваат исклучиво од овие разговори;

локупната работа на СЈО преку напад врз Јанева дека е некомпетентна, неелоквентна и необјективна во стилот: „Таа ли најде да ѝони за криминал лица избрани од народот, кога е анонимус без искуство, доаѓа од внатрешноста на државата, зема висока плата од 3.000 евра...“. Притоа, тие не говорат за работата на СЈО, за бројот на предистражни постапки и обвиненија, за наводите што специјалните обвинителки ги изнесоа во јавноста...

Имено, новинарот секогаш треба да расправа за темата, за тезите, а не за личностите. Кога се дебатира за личноста – *ад хоминем*, тоа се смета за знак на сериозна слабост на авторот. Кога основниот проблем е цврсто поврзан со определена личност, тогаш расправата добива карактер на полемика, но и во таква ситуација полемичарот не смее да

Инсистирањето на личноста и извлекувањето на личноста во преден план преку нејзините битни и небитни, објективни и субјективни карактеристики не се дел од новинарството, туку составен дел на пропагандата.

го дисквалификува и да го навредува својот, условно кажано, противник, бидејќи тоа се смета за одраз на личноста која го продуцира овој дискурс и за неговата култура и воспитание, а не на оној кому е упатена.

Таков пристап, кога се напаѓа и се деградира личноста и се нижат небитни карактеристики и неточни факти, само за да се омаловажи личноста, а преку неа и организацијата и опцијата на која оваа личност ѝ припаѓа, се сретнува во колумната² на главниот уредник на телевизијата „Сител“, Драган Павловиќ-Латас, објавена во дневниот весник „Вечер“ на 15 септември 2016 година.

„...Мислев дека од Заев, кој е лапсус-мајстор на деценијата, Шеќеринска, која има повеќе безлични фрази отколку Прада ташни, и Шилегов, кој е жртва на реклами за алкохол, нема бетер, но демантиран сум од Катица Јанева и од СЈО... Петре Шилегов не го забележал овој инцидент, бил во бифето, таму се пие најевтино. А на пијан човек никој кусур не треба да му фаќа, нели...“, пишува Латас.

Меѓу новинарството и пропагандата

Инсистирањето на личноста и извлекувањето на личноста во преден план преку нејзините битни и небитни, објективни и субјективни карактеристики не се дел од новинарството, туку составен дел на пропагандата. Персонализирање на политиката е еден прастар принцип на пропагандата и еден од основните методски постулати врз кои се темели политичкиот маркетинг. Овој принцип е идентификација на одредена политика, структура, организација, со одреден политичар, односно доведување во корелација со една или повеќе личности.

Овој принцип со сета сила продира на политичката сцена во 1970-тите години во САД, кога, како што забележуваат американските универзитетски професори, кои издаде низа трудови од областа на политичка комуникација, Роберт Дентон и Гери Водворд, се случува пресврт од таканаречена организациска кон т.н. персонализирана политика. Политичкиот маркетинг со сета сила инсистира на индивидуализацијата, бидејќи преку маркетиншка обработка сложените механизми на општествени промени се сведуваат на доблести и слабости на конкретни луѓе, чиј судир го драматизира и го привлекува вниманието. Но, новинарството не смее да го прави тоа.

2 СЈО шоу, www.vecер.mk, 26.09.2016
<http://vecер.mk/komentari/dragan-pavlovikj-latas/sjo-shou>

страница 272-277

ПОГЛАВЈЕ 16

Член 17 од Кодексот на новинарите на Македонија

Новинарој има право да одбие работна задача до колку е во споротивност со принципите на овој Кодекс.

САМОРЕГУЛАЦИЈАТА ВО МЕДИУМИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА – MISSION POSSIBLE!

Пишува: Теофил Блажевски*



Од промовивниите активности на Советот за етика на медиумите во Македонија

Слободата на изразувањето, вклучувајќи ја тука и слободата на медиумите како четврта власт во демократските општества, се едно од универзалните човекови права и како такви се признати и заштитени со соодветни документи од највисоките меѓународни организации (The Importance of Self Regulation of the Media in upholding freedom of expression Communication and Information, Andrew Puddephatt, UNESCO, 2011¹). Денес не постои општество што може да се смета за демократско доколку се соочува со поплаки за неслободни медиуми или страв од

Темата за начините и за средствата за заштитата на овие универзални слободи и права е исклучително важна тема за јавна дебата во сите современи општества.

јавно изразување на мислења и на ставови. Оттука, темата за начините и за средствата за заштита на овие универзални слободи и права е исклучително важна тема за јавна дебата во сите современи општества. Македонија не е исклучок во однос на ова

1 The Importance of Self Regulation of the Media in upholding freedom of expression Communication and Information, Andrew Puddephatt, UNESCO, 2011 <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191624e.pdf>

прашање. Релевантните организации и институции и на меѓународно ниво и на домашната сцена, веќе неколку години лифериуваат крајно загрижувачки извештаи за

**Саморегулацијата која
влече корени уште од 19 век,
а првиот Совет за печат во
Норвешка е основан во 1903
година, денес е доведена
речиси до совршенство во
однос на теоријата и на
практиката.**

состојбата со слободата на изразување во државата, а особено ја акцентираат лошата ситуација во која се наоѓаат медиумите во однос на нивната основна функција – слободно и без притисоци да ја информираат јавноста за сите релевантни прашања во општеството. Тоа доведува до континуирани дебати за овие прашања.

Ставовите во овие дебати се поларизирани. Додека државата и нејзините највисоки претставници тврдат дека не постои проблем или дека проблемите се минимални, голем број медиуми, професионални организации, невладиниот сектор кој се занимава со медиумската сфера и со слободата на изразувањето, како и огромен број новинари, го тврдат спротивното. Се разбира, поаѓајќи од фактите, вистината е една – состојбата е, најблаго речено, песимистичка, а излезот е во пронаоѓање алатки со кои универзалните права ќе се реализираат во практика. Всушност, механизми што ќе овозможат практично функционирање на споменатите права и слободи, кои, впрочем, се вградени и во член 16 од нашиот Устав, како и во Законот за медиуми.

Поаѓајќи од бројните критики, државата се обиде да ја регулира оваа сфера. Донесени

се неколку правни прописи, кои требаше да ја пополнат дупката во која две децении не постоеше основен закон за медиумите, а кои, пак, некако функционираа, на прв поглед контрадикторно, послободно и со помалку притисоци. Така, државата ги донесе најпрво Законот за заштита на правото на пристап до информации од јавен карактер, а потоа уште три закони – Закон за аудио-визуелни медиуми и медиумски услуги, Законот за медиуми и Закон за граѓанска одговорност за клевета и навреда. Државата, во исто време, формираше и регулаторни тела за дел од материјата регулирана со законите.

Иако овие закони имаат каде помалку, каде повеќе слабости и пропусти, државата, како релативно нова демократија која не ја разбира докрај суштината на слободата на изразувањето и слободата на медиумите, покажа отворени тенденции да контролира преку регулацијата. Така, со бројни трикови (вградени во прописите) и со бескрупулозно наметнување политичко мнозинство, ги де-рогираше и добрите членови од законите и практичната секојдневна работа на регулаторните тела.

Ваквите тенденции, се разбира, не се „ендемска појава“. Тие биле забележани и во развиените демократии, но многу одамна и тие го имаат решавано проблемот и пронашле механизми на заштита. Една од клучните алатки, меѓу другите, е саморегулацијата на медиумите – принцип кој произлегол од самите медиуми и од нивните сопственици. Целта е да ги заштитат основните интереси – слобода на изразувањето, а во, исто време, довербата кај јавноста во однос на нивните медиумски содржини. Така, саморегулацијата која влече корени уште од 19 век, а првиот Совет за печат во Норвешка е основан во 1903 година, денес е доведена речиси до совршенство во однос на теоријата и на практиката, а сето тоа резултира со помала регулација, со поголема доверба на јавноста

во медиумите и со намален број судски процеси поврзани со содржините во медиумите. Впрочем, често споменувано мото од застапниците на овој систем е колку повеќе саморегулација – толку помалку (државна) регулација.

Што е саморегулација?

Упростено кажано, саморегулацијата е систем на правила што ги воспоставуваат медиумите за да го заштитат сопствениот бизнис и да стекнат поголема доверба кај јавноста.

Саморегулацијата е систем на правила што ги воспоставуваат медиумите за да го заштитат сопствениот бизнис и да стекнат поголема доверба кај јавноста.

Суштината на медиумскиот бизнис лежи во информациите, т.е. испорачување на вистина преку вистинито, објективно и целосно информирање на јавноста и сето тоа сторено со почитување на етичките правила. На тој начин, со саморегулацијата се штитат и погоре споменатите универзални човекови права – слобода на изразување и право на информирање (слободни и професионални медиуми). Учесници во процесот на саморегулација

се медиумите и јавноста. Медиумите, т.е. сопствениците на медиумите (со уредниците и со новинарите) формираат професионално тело, чија основна улога е мост меѓу медиумите и јавноста кога станува збор за заштита на професионалните, а особено етичките стандарди во новинарството.

Основна алатка на саморегулаторните тела, пак, се етичките кодекси. Во светот, како што истакнува професор Сефер Тахири, комуниколог и член на првото саморегулаторно тело во Македонија што е формирано од медиуми и од невладини професионални организации, постојат повеќе од 400 кодекси. Но, главните принципи на овие кодекси се препознатливи и тие лежат во деветте принципи на Меѓународната федерација на новинари². Врз овие принципи е усвоен и Кодексот на новинари на Македонија уште во 2001 година. Тој е функционален, а покрај овој документ, постои и Прирачник за етиката во новинарството³, публикација на ЗНМ, чија основна цел е промоција на етичките правила и на саморегулацијата во рамките на ЗНМ, но има и дел каде се даваат препораки и упатства за толкување на членовите на Кодексот⁴.

Овој Кодекс е составен од принципи и од 17 членови и во основа ги покрива сите поважни професионални и етички норми до кои треба да се придржуваат новинарите. Но, како што наведуваат и меѓународни експерти, онаму каде што постојат повеќе од една професионална организација на новинари или на медиуми, треба да се направат напори за единствен кодекс прифатен од сите (Freedom and accountability: Safeguarding free expression through media self-regulation,

2 Declaration of Principles on the Conduct of Journalists, International Federation of Journalists (IFJ) <http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/>

3 Прирачник за етиката во новинарството, Т. Чаусидис, З. Бојаровски, Здружение на новинарите на Македонија, 20123 <http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Priracnik%20za%20etika%20vo%20novinarstvoto%20maj%202012.pdf>

4 Кодекс на новинарите, Здружение на новинарите на Македонија http://znm.org.mk/?page_id=1412

Article 19⁵). Таква е и состојбата во Македонија. Првото саморегулаторно тело формирано од медиуми, Советот за етика на медиумите во Македонија (СЕММ), работи главно според принципите на Меѓународната федерација на новинари и според Кодексот на новинари на Македонија донесен од ЗНМ, но во тек се подготовки за усвојување нов кодекс, кој би бил усогласен помеѓу сите професионални организации.

Како функционира саморегулацијата?

Саморегулацијата функционира и речиси секаде се спроведува на сличен начин, а процедурата почива на принципот на посредништво помеѓу јавноста (граѓаните) и медиумите. Двата чинители во овој процес се претпоставува дека пристапиле кон него во доверба, дека преку процесот ќе се постигнат саканите ефекти – медиумите до поголема професионалност и до етички стандарди, како и до доверба од консументите, а граѓаните до остварување на некое свое право кое го сметаат во даден момент загрозувано од даден медиум или група медиуми.

Посредник во овој процес е професионална организација, која најчесто се нарекува совет за печат, совет за медиуми или совет за етика. Во Македонија првото вакво тело е формирано на почетокот на 2014 година и официјалното име е Совет за етика во медиумите во Македонија⁶. (Само за појаснување – еден тип на саморегулацијата меѓу новинарите има долг историјат во рамките на ЗНМ, каде постои Совет на честа, но тој е со многу потесни надлежности и главно се однесува на пишувања на новинари, кои се членови на ЗНМ). Советот за етика е формиран по повеќето

дишна иницијатива на дел од медиумите и на ЗНМ и тој е поткрепен засега од дваесетина национални и регионални медиуми,

Основна алатка на саморегулаторниите тела, иако, се етичкиите кодекси.

меѓу кои и Јавниот медиумски сервис – МРТ, а составот на медиумите е од сите гранки – електронски, печатени и нови, т.е. интернет-медиуми.

Советот за етика е составен од три тела: управен одбор (УО), извршна канцеларија (ИК) и жалбена комисија (ЖК). Процедурата по која работи СЕММ е следна:

- Граѓанинот, правно лице или институција испраќаат претставка до СЕММ;
- Извршната канцеларија ја препраќа претставката до жалбената комисија;
- Жалбената комисија се состанува и ако оцени дека претставката е формално и суштински во ред, дава налог до ИК да го почне процесот на посредување;
- ИК се обраќа до уредништвото на медиумот, го запознава со добиената претставка и бара мислење од медиумот дали се согласува целосно или делумно со наодите од претставката или, пак, ја отфрла;
- Доколку медиумот се согласи целосно или делумно, тогаш следува писмено објаснување со евентуално извинување до подносителот на претставката. Тука процедурата завршува доколку подносителот на претставката се согласи со објаснувањето или извинувањето, а ЖК

5 Freedom and accountability: Safeguarding free expression through media self-regulation, Article 19, The Global Campaign for Free Expression, International Federation of Journalists, March 2005
<https://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/self-regulation-south-east-europe.pdf>

6 Совет за етика во медиумите во Македонија
<http://semm.mk/>

го констатира тоа и предметот се смета за успешно завршен со посредување;

- Доколку медиумот ја отфрли претставката, ЖК на седница расправа за предметот на претставката и донесува одлука. Одлуката може да биде отфрлање на претставката или нејзино прифаќање;

Одлуките на ЖК (т.е. на Советот), кои се поткрепени со сериозни образложенија, се објавуваат на веб-страницата на СЕММ и се препраќаат до засегнатите страни. Медиумот кој е член на СЕММ е должен да го објави заклучокот на видно место во својот медиум. Ова засега е најголемиот проблем со кој се соочува Советот, зашто голем број од досега решените предмети не биле објавени во засегнатиот медиум, ако станува збор за прифатена претставка, односно негативен заклучок за медиумот.

Одлуката на ЖК е еден вид пресуда со морална димензија. Не постојат никакви санкции за медиумите освен моралната природа на заклучокот дека одреден медиум не ги почитувал етичките и професионалните стандарди во одреден поглед и со тоа ја нарушил професионалноста во своето работење.

Дали саморегулацијата е преценета и дали е доволна?

Овие дебати што се отворија и кај нас откако е формиран СЕММ, постојат и сè уште се актуелни и во светот. Особено по аферата со прислушување од медиуми во сопственост на Руперт Мардок во Велика Британија, што доведе до крах на тамошната Жалбена комисија на печатот, зашто, благодарение на тоа што најголемите финансии доаѓале од споменатите медиуми, комисијата не реагираше навреме и не успеа да се справи со последиците. Сепак, лани се формира одново како ново тело, со препорака да се вградуваат заштитни механизми за да не се повторат грешките.

Искуствата од повеќето стари демократии, се, сепак, позитивни. Позитивни стануваат полека и искуствата од регионот. Во Бел-

**Онаму каде
што постојат
повеќе од една
професионална
организација на
новинари или на
медиуми, треба да
се направат напори
за единствен кодекс
прифаќен од сите.**

град, под покровителство на Советот на Европа, се одржа регионална конференција на саморегулаторните тела од БИХ, Србија, Косово, Црна Гора и од Македонија, како и иницијатори на такво тело од Албанија. Беше донесен заклучок да се формира регионална мрежа на саморегулаторни тела, кои во потесна координација и размена на искуства би постигнале повеќе резултати и во сопствените средини и во регионот во целина. Досегашното неколкумесечно искуство на СЕММ е, исто така, многу или барем генерално позитивно. За краток период Советот реши триесетина предмети по добиени претставки (неколку други беа отфрлени поради застареност на поднесувањето кое треба да се изврши во рок од 30 дена од денот на објавениот спорен новинарски материјал). Од решените, неколку се со посредништво (бројката грубо се приближува до една третина), што само го потврдува и интересот на јавноста за постоењето на ова тело и интересот на медиумите за истото. Според меѓународните искуства⁷, што ги презентираше професор Тахири на дебатите

7 The Media Self-Regulation Guidebook, OSCE, 2008
<http://www.osce.org/fom/31497?download=true>

во Битола и во Охрид, има најмалку пет причини зошто е потребна саморегулацијата:

1. Се чува уредувачката слобода;
2. Се минимизира интервенцијата на државата;
3. Се охрабрува квалитетот на медиумите;
4. Се докажува одговорноста на медиумите;
5. Им се овозможува на читателите (слушателите, гледачите, публиката на интернет-медиумите) да имаат пристап во медиумите.

Но, постојат уште најмалку две сериозни причини што се поврзани со нашите искуства и кои укажуваат на тоа зошто е потребно постоењето и работењето на СЕММ.

Првата е посредништвото. Посредништвото, тоа беше истакнато уште на првата прес-конференција на Жалбената комисија, се очекува да придонесе за намален број судски предмети за навреда и за клевета. Имено, последното искуство, кога комисијата решаваше по еден предмет во кој беа инволви-

Одлуките на Советот за етика во медиумите во Македонија, де факто, може да се користат како стручно мислење во евентуална судска постапка за навреда и за клевета.

рани две универзитетски професорки и една национална телевизија, го потврди тоа. Со посредништво на СЕММ, медиумот се извини и истакна дека сториле ненамерна грешка, а подносителите на претставката јавно наведоа дека ако тоа го стори медиумот, тие ќе се откажат од намерата за тужба.

Втората сериозна причина е тоа што одлуките на СЕММ, де факто, може да се користат како стручно мислење во евентуална судска постапка за навреда и за клевета. Имено, како што беше истакнато од Филип Ѓурчиновски, член на ЖК на СЕММ, во актуелниот Закон за граѓанска одговорност за клевета и навреда⁸ е вграден член 5 со толкувања на изразите и на термините во законот. Во став 3 од тој член, се наведува дека, „Како професионални правила на новинарската професија се сметаат правилата за прибирање, анализа и за публикување на информации утврдени од професионалната организација на новинарите“.

Бидејќи Советот е организација формирана од медиумите, во кои работат новинари и бидејќи основна работа на Советот е толкување на професионални правила, преку оценка на кодекс, принципи, како и од искуства од пресуди од Судот за човекови права во Стразбур, сосема е јасно дека оценка или мислење или одлука на СЕММ, т.е. на Жалбената комисија, би било релевантно мислење или дел од дадена судска постапка за навреда или клевета. Наведените причини се само дел од многуте што ја потврдуваат потребата од постоењето на саморегулацијата во Македонија. Се разбира, предизвиците се големи, а еден од посериозните е и финансирањето на ова тело. Засега тоа успешно работи, меѓу другото, и поради поддршката од Холандија, но и од УНЕСКО (UNESCO), кои ја разбраа и ја поддржаа идејата. По правило, ваквите совети се финансирани од членките, но и од државата и тоа без никакви условувања околу работата. Постојат можности тоа да се постигне и кај нас. Засега, нема дилеми дека вистинска саморегулација во Македонија, од невозможна станува mission possible.

***(Авторот е новинар и член на Жалбената комисија на СЕММ)**

8 Закон за граѓанска одговорност за навреда и клевета
<http://mdc.org.mk/zakon-za-gragjanska-odgovornost-za-navreda-i-kleveta>

ДЕЛ II

страница 282-339

ПОГЛАВЈЕ 01

Во основите на новинарството

Како да се известува од прес-конференции ПРЕС-КОНФЕРЕНЦИИТЕ И „ЗАВЕТОТ НА МОЛК“

Пишува: Теофил Блажевски



Photo by: European Central Bank monthly press conference
<https://www.flickr.com/photos/europeancentralbank/15943686511>

Прес-конференциите се одличен индикатор за нивото на (не)знаење и на (не)подготвеност на новинарите за темите за кои се зборува. Ова особено доаѓа до израз на оние т.н. тематски конференции, каде се изнесуваат податоци за нови инфраструктурни проекти, за зголемување на извоз, производство, буџетски приходи, расходи, субвенции, макро и микроекономски показатели, податоци за пораст во разни пропульзивни дејности... Сличен е случајот и со прес-конференции на кои се зборува за општествени или политички теми, поврзани и регулирани со низа меѓународни конвенции, резолуции, договори... Ваквите прес-конференции, со ретки исклучоци, завршуваат со молк, токму тогаш кога говорникот треба да биде „бомбардиран“ со прашања.

Без двонасочна комуникација

Отсуството на прашања од новинарите на прес-конференции покажува дека тие нај-

**Со молк наместо со
прашања, новинариите
веќе подолг период
рефлектираат
слика за себе како за
инфериорни субјекти
во процесот на
информирање**

често доаѓаат неподготвени за темата за која се зборува, дека не располагаат или имаат многу малку знаење за неа, дека само површно, а не длабински „покриваат“ одреден ресор, што ги презентира како приврзаници на „поштарското“ пренесување на информациите што се соопштуваат. Тоа во најголем број случаи е и причината што не се впуштаат во анализа на реченото, ниту поставуваат прашања по кои јавноста би добила појасна и подетална слика за состојбите во одредена сфера. Со таквото континуирано форсирање на молкот наместо на прашањата, новинарите веќе подолг период рефлектираат слика за себе како за инфериорни субјекти во процесот на информирање, кои доброволно се откажуваат

од двонасочната комуникација меѓу нив и субјектот што соопштува информации. Сведени на држачи на микрофони и на пенкала, кои без никаква професионална љубовитност само рутински го забележуваат тоа

Сведени на држачи на микрофони и на пенкала, кои без никаква професионална љубовитност само рутински го забележуваат тоа што говорникот сака да им го соопшти, тие најдиректно ѝ го ограничуваат правото на јавноста да добие повеќе информации

што говорникот сака да им го соопшти, тие најдиректно ѝ го ограничуваат правото на јавноста да добие повеќе информации.

„Има ли прашања? Дали има прашања? Добро, ако нема, ви благодариме што присуствувате на оваа прес-конференција“. Со оваа стандардна фраза, завршуваат најголемиот дел прес-конференции. Ваквата инфериорност на новинарите автоматски му овозможува супериорна позиција на соопштувачот на информациите, а на пласираните информации – статус на апсолутна вистина, која не подлежи на јавна проверка, најчесто поради неподготвеност на новинарите.

Подготовка за прес-конференција

Новинарите специјализирани во одредени области мора да располагаат со бројки во областите што професионално ги следат, со податоци за актуелните трендови во земјата, регионот и во светот. Пред да дојдат на прес-конференција, мора да ги проверат најновите податоци за актуелната и за претход-

ните состојби, за најавените проекции, анализи, коментари и сè друго што дава целосна слика за третираната тема. Тоа ќе им помогне на новинарите да ги анализираат бројките презентирани да прес-конференцијата или компаративно да ги стават во контекст, на пример, на буџетот, на кризата, на непродуктивни расходи и соодветно на тоа да увидат и да прашаат зошто бројките се движат во надолна, нагорна линија или стагнираат. Има новинари кои и покрај непознавањето на состојбите во соодветната сфера, се обидуваат интуитивно да ги толкуваат и да ги коментираат бројките, па завршуваат како во познатата анегдотска формула „новинар плус бројки, еднакво на грешка“. За да не се случи тоа, неопходно е новинарот да биде „опремен“ со сите релевантни податоци за темата. Ако се работи за исклучително компликувана и непозната тема за која новинарот во моментот не располага со податоци и со знаење, пред прес-конференцијата би било добро да обезбеди брифинг со експерти во таа област или од искусен специјализиран новинар, кој долги години ја следи таа тема. Од разговорот со нив може да дознае кои се актуелните проблеми во таа сфера, па лесно може да ги скицира вистинските прашања и да ги антиципира можните одговори и потпрашања за нив.

Кога таа темелна подготовка ќе биде завршена, она што му останува на новинарот е да ги постави суштинските прашања и да инсистира на прецизни одговори. Важно е и да се спротивстави на напорите на модераторот или на говорникот ако тој бара одеднаш да бидат поставени неколку прашања, бидејќи во такви случаи секогаш постои можноста да одговори само на оние поедноставните, а да ги „заборави“ потешките. Со крајот на прес-конференцијата не завршува можноста да се постават и дополнителни прашања. Треба да им се пријде на говорниците пред да ја напуштаат просторијата, бидејќи многумина од нив со задоволство ќе одговорат и на други прашања ако увидат дека новинарот владее со темата.

Насловница

ОПРЕМА НА ТЕКСТ – НАДНАСЛОВ, НАСЛОВ, ПОДНАСЛОВ

Пишува: Александар Писарев



Photo by: Sarah, Newspaper
<https://www.flickr.com/photos/riots/2325906559>

Како треба да изгледа една вест, информација, анализа, репортажа во медиумот, за да привлече внимание на читателите. Без оглед дали читателите ги делиме на оние кои информациите од медиумите ги апсорбираат како брза храна или сакаат на старовремени начин со кафе да продискутираат за содржините внатре, постојат правила како треба да се пласира информацијата. Читателите најчесто во првиот момент не го читаат целиот весник, не читаат ни цели текстови. Тие најнапред го разгледуваат насловниот блок и насловите во весникот. Односно, наднасловот, насловот, поднасловот и фотোগотрафијата со легенда, доколку таа го збогатува текстот. Овие елементи се основната опрема на еден текст.

Зошто и колку се тие важна и каква е нивната меѓусебна поврзаност е темата на оваа новинарска лекција.

*Сиџе новинарски кодекси
 љредуљредувааџ дека во
 насловоџ може да се наџласи
 само оно шџо е содржина
 на шџексџоџ. Таблоидиџе,
 а мноџу чesџо и друџиџе
 медиуми, во љоџтраџа
 љо ексклузивносџ не џо
 љочииџувааџ ова љравило*

Опрема на текстот: Читателите најчесто се задржуваат на оние вести и информации кои имаат добра опрема и кои најмногу им го привлекуваат вниманието. Некои текстови веројатно никогаш не ги погледнуваат, во голема мера поради лошиот наднаслов, наслов и поднаслов или затоа што текстот не е опремен со овие основни елементи на новинарската форма.

Која е нивната функција: Со помош на наднасловот насловот и поднасловот, читателот добива кратка, комплетна и јасна информација за тоа што содржи текстот. Добар наднаслов, наслов и поднаслов поттикнуваат да се прочита целиот текст:

(Уапсен Љубе Бошковски), а лошите, долги и неекономични наслови во кои авторот непотребно се обидува да ја раскаже целата вест го одбиваат читателот и од најдобриот текст (Селани од Таринци тепале татко од Штип, а потоа се нафрлиле на полицајци).

Насловната страница е излог на секој весник и со оглед на тоа насловот на секој поединечен текст е неговото огледало и реклама за да се прочита. Од исклучително значење е новинарите да водат сметка во каков медиум работат и од која рубрика ѝ се обраќаат на читателската публика. Начинот на пишувањето и опремата на текстот со наднаслов, наслов и поднаслов мораат да бидат хармонично со интересите на публиката. Тоа, пред сè, се однесува на изборот на темите и генерално на начинот на нивната презентација, како и на формирањето на насловниот блок заедно со вкупната опрема на текстот. Најголем број читатели најнапред го регистрираат насловот, а потоа во наднасловот и во поднасловот ја бараат дополнителната информација за да утврдат дали треба да го прочитаат целиот текст. Доколку ни тогаш не се одлучиле, последната шанса да им се привлече вниманието е во меѓунасловите, антерфилеата или во извадоците за чија функција ќе побзборуваме подоцна.



Рейка ситуација кога само еден збор во насловот е доволен: весничкиот „Мејл лиф“ од 11 мај 1945 година, во рацете на канадски воени лица во нивниот штаб во Париз, Фото: [BiblioArchives / LibraryArchives](#)

Наднаслов: Може да биде еклектичен и често да го упатува читателот во новинарскиот жанр што е пред него: репортажа, интервју, досие, фелџон. Или, може да упатува дека станува збор за некоја постојана рубрика: „Дом и семејство“, „Здравје“, „Образование“, „Култура“, „Урбан живот“. Може да биде и временска одредница (Денес во Скопје), може да ја апострофира должината на текстот кој е пред нас (Накратко; Блиц вести)... Сè се тоа наднаслови – вовед во насловниот блок. Наднасловот е важен затоа што ја истакнува темата за која медиумот пишува. Кратките написи не мораат да имаат наднаслов.

Наднасловот е релативно краток и составен е од една простра реченица која може да се собере во еден, најмногу два реда во весникот. Сите делови на насловниот блок (наднасловот, насловот и поднасловот) мора да бидат ускладени, да се претопуваат еден во друг и да не бидат здодевни. Затоа во насловниот блок треба да се избегнува повторување на истите фрази, именки, функции, освен ако за тоа постои добра причина. Кога читателот во еден здив ќе ги прочита овие три носечки елементи на секој напис, мора да добие точна претстава што сака медиумот да му соопшти. Читателот веднаш или ако нема време подоцна, може да се наврати на целиот текст и да биде детално информиран за настанот.

Во последно време вестите на порталите најчесто немаат наднаслов, што е грешка. Наднасловот е потребен за да ја лоцира веста и да придонесе за економичност на насловот, односно да го скрати. Еве како изгледа еден предолг и неекономичен наслов, без наднаслов и без поднаслов: „Во сообраќајката на Брза помош, присебната медицинска сестра спасила четиригодишно дете“.

Информацијата нема наднаслов, нема ни поднаслов. Има долг наслов кој на читателот му дава нејасна информација за тоа што се случило. Дали брзата помош предизвикала сообраќајка во која настрадало четиригодишно дете, па медицинската сестра го спасила или се случила сообраќајка во која

учествувала и брзата помош, а детето било во другиот автомобил... Доколку авторот или уредникот го опремили текстот со наднаслов, наслов и со поднаслов, само со еден поглед врз веста на читателот сè ќе му било јасно. Еве пример како тоа можело да изгледа:

Наднаслов: Брза помош предизвика сообраќајка во центарот на градот.

Наслов: Спасено четиригодишно дете.

Поднаслов: Со присебност на медицинска сестра, избегната е трагедија.

Вака споени трите елементи ја формираат веста. Читателот кој само прелетува преку весникот или порталот, дури не мора да навлегува понатаму во деталите, сосема доволно е информиран за тоа што навистина се случило.

Насловот ја содржи клучната информација или главната вест. Тој мора да биде информативен, експресивен и економичен. Природно, тој се надоврзува на наднасловот, но може да биде и самостоен доколку соопштува некоја интрига или ексклузивна вест. Тогаш мора да биде краток, јасен и ударен: „Уапсен Љубе Бошковски“. Оваа вест има само пет реда, а во опремата има и наслов и поднаслов. Нема какофонија, ништо не се повторува, сè е кажано во одговор на пет основни новинарски прашања. Школски пример за добро сработена ексклузивна информација.

Сите новинарски кодекси предупредуваат дека во насловот може да се нагласи само оно што е содржина на текстот. Таблоидите, а многу често и другите медиуми, во потрага по ексклузивност не го почитуваат ова правило (Венизелос: Меркел на средба со Нимиц ја поддржа Грција). Насловот е реклама за текст, привлечен излог кој читателот треба да го погледне, кој треба да го повика читателот да го прочита текстот. Во последните децении насловот доживеа еволуција и по сè изгледа и понатаму ќе се менува. Во ера на нови технологии, читателите се затрупани со вести, па затоа насловите се подиректни, впечатливи, за жал, сè почесто и вулгарни, двосмислени, „жолти“ за барем

накратко да го привлечат вниманието на читателите: „На Бразилците им е најмал, а на Хондурашани најголем“.



Класична употреба на наднаслов, наслов и поднаслов во европското новинарство, фото: m. aquila

Од класичниот наслов, кој се негувал до крајот на втората половина на минатиот век и кој најчесто претставувал самостојна новинарска форма, во кој често среќававме игра на зборови и содржина на текстот, не остана речиси ништо.

При одредување на насловот, новинарот треба да се стави во улога на читателот, треба да има вродено чувство за наслов, одлично да го познава јазикот на кој пишува и целото негово богатство.

Насловот може да ѝ даде свежина и на „најздодевната“ вест. „Иконите од западна Македонија ќе се чуваат во Св. Јован Бигорски“. Со коректен поднаслов оваа вест ги задоволила критериумите за содржајност, но има огромен пропуст во насловниот блок. Зборува за иконите, а на фотографијата е ситна пластика од глина.

Насловот не треба да има повеќе од три-четири збора. Долгите наслови се заморни за читателите. Насловот не смее да се измислува, тој мора да го одразува битието на информацијата. Тој мора да биде прилагоден и на весникот за кој се пишува и на жанрот. Не можете да ставите спортски наслов на сериозен политички текст во весникот или дел од весникот кој објавува политички содржини: „Македонија во дисциплина 2200 километри со пречки“.

Насловот по правило треба да биде многу јасен и исклучително прецизен. Тонот на насловот мора да биде ускладен и со наднасловот и со текстот. Ако текстот е сериозен и насловот мора да биде сериозен, ако текстот е духовит или со ведрa содржина, и насловот мора да биде таков. Ако треба да побуди емиции, мора да го погоди читателот во „жица“, да биде директен, силен, но истовремено и точен: „Борис Трајковски е убиен од ЦИА оти ја знаел вистината за военото профитирање?“.

Прекумерно и често користење на цитатите во насловот е последица најверојатно на фактот што тоа е наједноставен начин да се дојде до наслов. Честата употреба на цитати во насловот доведува до девалвација на силата на цитатот, а насловот го прави премногу габаритен. По правило, ваквата форма во насловниот блок (две точки, запирка, наводници...) не треба да се користи зашто лажно го упатуваат читателот дека се работи за нешто многу, многу, важно, но разочарувањето на читателот е големо доколку тие очекувања се изневерени. „Коњановски од Кривогаштани: „Ако си мал земјоделец за ич пари ќе ти земат сè!“ Ниту Коњановски е многу важен (тој е заменик на министерот), ниту тоа што е во насловот извлечено како цитат е секогаш точно.

Читателите најчесто се задржуваат на оние весии и информации кои имаат добра опрема и кои најмногу им го привлекуваат вниманието

Измама во насловот не се простува: „Вензелос: Меркел на средбата со Нимиц ја поддржал Грција“. Насловниот блок, кој е посилен од текстот, а кој во себе содржи нешто што не е составен дел на текстот или во текстот не е објаснето, па дури не се ни спомнува, е целосно промашен наслов и на текстот му нанесува голема, а на новинарот што е потпишан под него, несогледива

штета и последици. Читателите се исклучително чувствителни на измама во насловот, на лажната надеж која е претставена во насловот и во наднасловот. Таквите наслови треба да се елиминираат, особено во медиумите кои претендираат да бидат уважувани, сериозни и респектабилни, но и во оние кои се таблоиди. Ни нивните читателите не поднесуваат измама.

Поднаслов како составан дел на насловниот блок треба подетално да го објаснува она што следува. Поднасловот е најдолгиот дел од опремата на текстот и може да биде составен од повеќе реченици.

Порталите имаат лоша практика воопшто да не користат наднаслов и поднаслов дури и кога се работи за подолги текстови во кои се обработува некој настан, или се прави политичка, економска или друга анализа. Само насловот на информацијата, „Изјавата на Волерс за идентитетот ја разбранува јавноста“, без наднаслов и поднаслов, објавена на портал, изгледа анемично и апсолутно непривлечно за читање. Дали на просечниот консумент зборот „Волерс“ веднаш нешто ќе му значи? Дали тој веднаш ќе го поврзе со американскиот амбасадор и со ставот на САД околу нашето идентитетско прашање? Одговорот е „не“. Доколку оваа информација би имала опрема:

Наднаслов: Расправата за идентитетот се сели на домашен терен.

Наслов: САД го критикуваат начинот на кој се гради нашиот идентитет

Поднаслов: Американскиот амбасадор во Македонија смета дека со оглед на разликите во нашето општество, погрешно е современиот идентитет да се бара во историјата, читателот од првите неколку реченици би добил претстава за што се работи, би можел да биде заинтересиран да го прочита текстот понатаму и тој кај него, како дел од јавноста, би предизвикал некакво „разбранување“ на што авторот сака да укаже.

Идентичен пример е и овој текст од портал (без наднаслов и поднаслов) само со насловот

„Музеј не е зграда“. Апсолутно некреативен, сиромашен и непривлечен за читателите насловен блок. Да се разбереме, прво, музеј е зграда во кој е сместена некаква музејска поставка или збирка. Понатаму, тоа е научна институција која, меѓу другото, се занимава и со проучување на оние предмети што се сместени во зградата... Ако целта на авторот била низ широкиот осврт да ја објасни негрижата на институциите за културното наследство, тоа можел да го најави со:

Наднаслов: Понижувачки однос кон музејските експонати

Наслов: Директор на музејот не знаел што има во витрините

Поднаслов: Последната кражба на уметнички предмети од Музеј на Македонија ја потврди поразителна слика за формалното постоење на институциите во државата

Кај порталите често, наместо поднасловот, првиот пасус од текстот е истакнат (болд) и

Насловната страница е излог на секој весник и со оглед на тоа насловот на секој њоединечен текст е неговото огледало и реклама за да се прочита

има двојна улога – да служи и како глава (вовед) и како поднаслов. Доколку не се повторува како составен дел од текстот, таквата опрема може да ги задоволи критериумите за насловен блок.

Меѓунаслов, извадок, антерфиле. Во подолги аналитички текстови, репортажи, истражувања, најчесто кај порталите нема меѓунаслови, антерфилеа или извадоци, па текстовите личат на „чаршафи“. Таквите прилози изгледаат одбојно на прв поглед и предизвикуваат „замор“ кај читателите. Подолгите текстови, истражувања, анализи, интервјуа, репортажи можат во истиот

текст да имаат различни тематски содржини. Тие од повеќе причини треба да се разбијат со меѓунаслови. Читателот, така, со еден поглед врз текстот може да определи дали таквиот текст е во зоната на неговото интересирање или не.

Во текстот со наднаслов „Паравоените формации на Западен Балкан“ и со наслов „Марионети во рацете на политичарите“, кој е разбиен со многу меѓунаслови, антерфилеа и извадоци, авторот му дава на читателот избор, најнапред да ги прочита содржините на оние делови што му привлекуваат најголемо внимание.

Антерфиле: Подолгите написи имаат елементи што често не се во контекст на текстот, но се интересни и важни како дополнителна информација на содржината и можат да го привлечат вниманието на читателот да го прочита целиот текст. Тоа се дополнителни податоци што не се инкорпорирани во содржината на текстот, најчесто се обајснувања на одредени ситуации, толкувања на експетите, коментар на авторот.

Извадок или фичер (feature): Ова е типичен интерпретативен жанр со елементи на фактографија. Иако содржи елементи на вест, главната функција му е да хуманизира, да сврти внимание, да едуцира. Во извадокот авторот има можност да го каже личниот став на живописен, не на сувопарен начин, да го покаже богатството на јазикот, да коментира, да изрази лично доживување. Целта на извадокот е да привлече внимание на читателот и тоа внимание да го задржи до крајот на текстот. Може да содржи бекграунд, кратка анализа, мора да содржи интересен детаљ кој ќе го вовлече читателот во приказната, може да содржи историска контекстуализација, гледиште, став, важно е сите елементи на извадокот да бидат засновани на фактографски податоци. Додека во вест (hard news) информациите одат според значењето, во извадокот (soft story) има сопствено значење, одложена поента на приказната.

Агенциско новинарство АГЕНЦИИТЕ КОН ИЗВЕШТАИТЕ МОРА ДА ПРИСТАПУВААТ СО ПОГОЛЕМА ОДГОВОРНОСТ

Пишува: Лубомир Костовски



Photo by: Andy Miah, Reuters
<https://www.flickr.com/photos/andymiah/7668619438>

Со оглед на фактот што агенциските статии се пренесуваат од многу корисници, новинарите кои известуваат за настани за одредени агенции или нивни сервиси, секогаш имаат поголема одговорност кон читателите. Непристрасноста, целовитоста и потпирањето врз факти и аргументи кај агенциите секогаш се претпоставува и кон нив јавноста секогаш има речиси априорна доверба. Кога во Велика Британија ќе се рече дека за некој настан јавил „Би-би-си“, тоа значи дека веста или извештајот оттаму треба да се третира како точен или поточен во однос на она што е објавено од сопствени

Со оглед на фактот што агенциските статии се пренесуваат од многу корисници, новинарите кои известуваат за настани за одредени агенции или нивни сервиси, секогаш имаат поголема одговорност кон читателите

извори во другите медиуми! Секако, историјата на агенциското известување бележи спротивни примери, како што се она „ТАСС објавува“, „Како што пренесува ТАЊУГ“ и слично, кога државните агенции служеле за кон внатрешната, а особено кон надворешната јавност да се пренесе одредено мислење или став на државното раководство во идеолошки монополизираните системи.

Она што е повод за ваквиот вовед е извештајот на МИА¹ од седницата која за нас секако беше многу интересна, бидејќи, се случуваше последните денови пред европските институции да го оценат напредокот на земјите кандидати за влез во Европската Унија во јуни 2013 година, односно тие евентуално да добијат дозвола да стапнат чекор поблизу во евроинтеграциите. Во конкретниот случај се работеше за поднесениот извештајот за постнадзорниот дијалог со Македонија, виден низ очите на МИА, а пренесен од најмалку две дузини медиуми кај нас. Извештајот што беше поднесен го изработи британскиот парламентарец, Роберт Волтер.

Извештајот на МИА, доколку се спореди со овде-онде објавените и поинакви читања на истиот, односно со оригиналните текстови објавени на веб-страниците на институциите на Унијата, јасно покажува дека содржи редукција на оние делови од извештајот на

Ова се само илустрации, кои на помладите новинари треба да им објаснат како се манипулира при известувањето од еден значаен собир

Волтер каде е недвосмислена критиката кон актуелната власт или таа е направена така што критиките врз власта се претставени во помал обем. На моменти се добива впечаток дека известувачот на МИА можеби следел некој друг настан!

Извештајот на агенцијата МИА, која, може да се рече по името, дури и наспроти не тол-

ку долгата традиција, сепак го претставува и новинарството на целата земја во однос на вистинитоста и заснованоста на факти, има сериозен проблем во изборот на темите и на цитатите, кои не ја одразуваат суштината на изнесеното од страна на известувачот Роберт Волтер.

Извештајот на МИА, кој е доста опширен од формална точка на гледање, централно место става на критиките што ги дава Волтер на позицијата на Грција во преговорите со името, при што се цитира делот кој се однесува на непочитувањето на одлуката на Судот во Хаг од 5 декември 2011 година од страна на Грција.

„Парламентарното собрание на Советот на Европа (ПССЕ) жали што прашањето за името продолжува да го одложува отворањето на преговори за членство во ЕУ, иако за тоа има препораки секоја година од 2009 година досега од страна на Европската комисија, како и обидот на Македонија за членство во НАТО, притоа без да се почитува одлуката на Меѓународниот суд на правдата (ICJ) од 5 декември 2011г. од страна на Грција. ПССЕ се надева дека Грција ќе примени и прифати пофлексибилен приод кон решавање на ова прашање. ПССЕ ја поканува Македонија да го продолжи дијалогот под покровителство на Обединетите нации за решавање на прашањето за името, како и да развива конструктивни односи со соседите, со тоа придонесувајќи за целокупната стабилност на регионот.“

Ова е, инаку, цитат кој не извира во толкав обем од скусениот, презентиран извештај на Волтер, туку од оној подолгиот, усвоениот, како и од заклучоците на резолуцијата на ПССЕ за Македонија и од препораката.

Сите овие три документи заедно го маргинализираат ставот во однос на преговорите со Грција, односно не му даваат ниту од далеку такво значење, како што тоа го прави

1 ПССЕ денеска ќе расправа за Македонија, „Утрински весник“, 27.06.2013
<http://mediumi.vistinomer.mk/wp-content/uploads/2013/07/2-agenciite-kon-izveshtaite-mora-da-pristapuvaa-so-pogolema-odgovornost.png>

известувачот на МИА. Без оглед што ние мислиме за ваквиот пристап, документите на ПССЕ за Македонија далеку најголемо внимание посветуваат на меѓунационалните односи во земјава. Ако пренесениот заклучок за односите со Грција е практично усвоениот став 2, следните пет ставови и со број и со содржина се однесуваат на меѓунационалните односи! (Од број 3 заклучно со број 7, со што една од точките, четвртата, која има многу алинеи со прецизирања и со дообјаснувања, е посветена на земјава како „џоделено оџшџесџво.“)

Извештајот, значи, сакале тоа да го признаеме или не, не става голем акцент на македонско-грчките односи, туку на меѓунационалните односи внатре, гледани од аспект на спроведување на Охридската спогодба. Неколку членови се посветени на политичките односи и тие немаат нималку добра оценка, а изворот на проблемите е јасно ставен на настаните од 24 декември 2012 година (тоа се заклучоците од 8 до 12), што јасно ја одбележува драматичноста на тој настан за европските институции, а што, во извештајот на МИА го нема воопшто, односно само се напомува дека „џосебен дел е џосветџен на наџнаниџе до 24 декември“ и толку! Ист е случајот и со слободата на медиумите, кои во заклучоците по извештајот се содржани во два посебни членови (еден за рангирањето на медиумите и нападите врз нив – член 6, односно за финансирањето од страна на државата на одредени медиуми, кои, се вели, се 50 отсто од сите медиуми во земјата, на што во извештајот на Волтер е посветен членот 12).

Ова се само илустрации, кои на помладите новинари треба да им објаснат како се манипулира при известувањето од еден значаен собир и нешто што во основа е драматичен осврт врз политичките состојби во Македонија и посебно во однос на сѐ поголемите меѓунационални проблеми и поделби, а што во „рапортот“ на МИА се претвора безмалку само во – наводна недвосмислена критика за Атина. Најголем дел од содржината на

извештајот на Волтер, како и на документите кои потоа следуваа и кои се усвоени со огромно мнозинство од присутните, дописникот на МИА практично ги турнал настрана. Но, затоа, само тој видел дека извештајот

Сериозна аџенција во ова време мора да им џи џонуди извориџе на информирање на своиџе чџиџаџели, кои, освен шџџо ќе џо џрочиџаџџ џексџџџ на новинароџ (доџисникоџ), ќе можџџ да сџекнаџџ џ џошироки сознанија за некој наџнџан

нџе споменува цело време со името „Македонија“ (видете го скриншотот на извештајот на МИА објавен во „Утрински“ за да се уверите дека тоа се тврди од страна на МИА) и при тоа се користи придавката „македонски“. Тоа воопшто не е вистина и читателите од веб-страниците лесно можат да се уверат дека се користи стриктно изразот „Лоранешна јуџословенска...“, што покажува дека некој во текстот на Волтер видел нешто што сакал да види, а не што тој содржи!

Оттаму, сериозна агенција во ова време мора да им ги понуди изворите на информирање на своите читатели, кои, освен што ќе го прочитаат текстот на новинарот (дописникот), ќе можат да стекнат и пошироки сознанија за некој настан.

Зошто е ова важно – би се прашале помладите колеги? Најпрвин ова ќе покаже дека агенцијата навистина се потпира врз сигурни извори и така ќе ја заслужи априорната доверба во иднина, кога некој читател или корисник на информација од агенцијата ќе нема време или интерес да пребарува по веб-страниците.

Новинарски жанрови: Интервју КОНФРОНТИРАЧКО ИНТЕРВЈУ НЕ Е ИСТО ШТО И АГРЕСИВНО ИНТЕРВЈУ

Пишува: Зоран Бојаровски



Photo by: Marc van der Chijs, Sunday morning TV interview
<https://www.flickr.com/photos/chijs/4610275225>

Колку и да звучи наивно или идеалистички, интервјуирањето политичари, во сите услови и со секој од нив, треба да биде занаетчиски совршено и професионално. Секој новинар треба да знае дека тие, политичарите, имаат сопствена мотивација и агенда. Затоа новинарите треба да внимаваат да не бидат „заведени“ на теренот на политичарите, односно да дозволат нивната страна од приказната да го „киднапира“ интервјуто, а она што треба секогаш да го имаат предвид е дека ќе бидат најдобро подготвени и ќе ја „владаат“ темата совршено и дека никогаш нема влезат во дебата на навреди кои политичарите знаат да ги употребат наместо дебата на аргументи.

Најважно од сè што треба да запамети новинарот е дека тој е тука, во интервјуто, за да открие информации од јавен интерес. Кога јавниот интерес е врвниот приоритет, стилот на интервјуто е прашање на лична определба и на брендирање на кариерата на

Колку и да звучи наивно или идеалистички, интервјуирањето политичари, во сите услови и со секој од нив, треба да биде занаетчиски совршено и професионално

новинарот. Сè додека новинарот не ја продал сопствената душа за да прави нарачани, однапред подготвени интервјуа, прашањето на стилот е небитно.

Затоа првата препорака за новинарите е секогаш да имаат предвид дека:

- 1. Интервјуто е за публиката, за јавноста, а не за нив лично или за сопствениците или менаџерите на медиумот**

Да не се заборави: и на новинарите, како и на политичарите, им припаѓа дел од јавноста на која ѝ се обраќаат. За политичарите тоа се потенцијалните гласачи, а за новинарите - публиката. Разликата е што публиката кај

новинарите е составена и од утврдените гласачи на политичарот, но и од тие што тој се обидува да ги придобие. Оттаму, новинарот има поголема одговорност, додека политичарот има поголем предизвик.

Следствено, новинарите се обврзани интервјуата да ги спроведуваат непристрасно, без предрасуди, избалансирано, за да се „извлече“ точна и релевантна информација.

Уште нешто не треба да се заборава: пред камери политичарите не лажат. Махерите за односи со јавноста ги „тренираат“ политичарите дека треба да ја зборуваат вистината, но не и целата вистина. Толку колку што тие сметаат дека е потребно да се каже и во контекст во кој делумната вистина ќе изгледа како целосна.

Затоа, кога седнува на столчето спроти политичарот, новинарот треба да знае дека тој презел одговорност во име на јавноста и на јавниот интерес, да добие колку што е можно поголемо парче од целосната вистина. Кога ќе се вклучат камерите и (или) микрофонот, целта на новинарот е вистината, а не да изгледа убаво или да ја искористи позицијата што може да организира интервју, за да добие некаква лична битка или битка што некој друг ја нарачал од него.

2. Да се има предвид мотивацијата на политичарите

Мотивацијата на новинарот е информација плус во име на јавниот интерес, која ќе се добие со бескомпромисно интервју. Во име на таа цел, новинарот ќе биде секогаш добро подготвен за да понуди различни аргументи во своите прашања, кои ќе ги постави во име на јавноста. Одговорите на таквите прашања се важни за одлуките и за ставовите на публиката. За време на една таква постапка, личните амбиции, личниот интерес, личните добивки, одмаздата и другиот личен „багаж“, претставуваат „товар“, кој ќе се исправи како пречка во потрагата по целата вистина.

Новинарите имаат должност и одговорност да се ослободат од тој „товар“. Кога новинарот ќе се ослободи од него, останува во костумот наречен новинарски професионален интегритет. Не е можно да се прави добро интервју со политичар доколку новинарот нема интегритет.

Мотивацијата на политичарот, навидум и на прв поглед, не се разликува од онаа на новинарите – да им ги испорачаат на гласачите вистинитите информации и ставови од кои произлегува нивниот интегритет. Но, лојалноста и припадноста кон една партија, стравот дека ќе ги загубат стекнатите позиции и привилегии, амбициите, идеологијата, како и мотивите што произлегуваат од неговиот личен карактер, се заканувачки темни облаци. Обврска на новинарот е да прозре низ тие облаци и да ги соочи нивните аргументи со аргументите на новинарот и во тој пресек да се открие мотивацијата.

Политичарите забораваат дека се јавни службеници, односно дека му служат на јавниот интерес, на граѓаните. Тие се избрани, во одреден период, да управуваат со ресурсите што се сопственост на граѓаните и кои тие им ги отстапиле на еден мандатен период. Нивното службување и ефикасност се секогаш подложни на контрола и на критика. Дел од јавната сфера која има право да ги контролира и да ги критикува политичарите се и новинарите. Да се „копа длабоко“ е уште една обврска и одговорност на новинарите во име на јавноста.

Тоа може да се прави добро и убедливо само доколку новинарот е облечен во костумот интегритет.

3. Нека биде едноставно

Политичарот секогаш ќе се обидува да ги компликува работите бидејќи секогаш се обидува да најде најдобар начин да не ја каже целата вистина, како и да ја стави во рамка од која се гледа само нивниот интерес. Понекогаш се обидуваат да ги прикажат работите така за да се стекне впечаток

дека новинарите не разбираат за што станува збор. Бездруго се сеќаваат на одговори на политичарите кои почнуваат со фразите: „Работите не се баш така како што ги претставувате во Вашето прашање...“. Или: „Мора да ги знаете околностите за да Ви одговорам на прашањето“. Или мојот омилен почеток на одговор за да не се одговори на прашањето: „Многу добро прашање. Ќе се вратам на него, но пред тоа сакам да ...“, за на крајот да заклучите дека воопшто немаат одговор на поставеното прашање.

Затоа новинарот не треба да му даде шанса на политичарот да се „извлече“ на таков начин. Секогаш, и во прашањата, треба да ги има основните новинарски прашања: што, кој, кога, каде, како и зошто. Прашањата нека бидат едноставни и со поента. Не усложнувајте ги прашањата со широки и долги елаборации, а најмалку со „две, или три во едно“ прашања. Тоа е „жива радост“ за политичарот. Во најдобра варијанта, тој ќе го избере прашањето што најмалку ќе му наштети, а во најлоша ќе ја искортисти широката елаборација на прашањето за да елаборира широко без одговор.

Доколку ви се случи оваа ситуација и доколку, внимателно слушајќи, сте утврдиле дека нема одговор на вашето прашање – не отстапувајте. Сега треба да следува едноставно кристално јасно прашање. Повторувајте го прашањето сè додека не го добиете одговорот. Нивниот гнев нека не ве вознемирува. Вие останете мирни. Тоа ќе покаже дека ја владеете ситуацијата.

4. Не дозволувајте да ве заведат на нивниот терен или да ве изместат од фокусот на интервјуто

Политичарите денеска имаат советници за односи со јавноста и со медиумите и тие нив ги учат, меѓу другото, да ги пренасочат дебатите на теми од нивен интерес. Уште една од лекциите е да ја „скротат“ офанзивата на но-

винарите и да ја преземат иницијативата. За да успее ова, советот е да се наведе новинарот на теми кои не се во фокусот на јавноста и во првичната намера за интервјуто и да се прикажат тие прашања како побитни.

Новинарите не треба да наседнуваат на овие трикови и спин-постапки. Треба да се држат до нивната првенствена цел и до прашањата предвидени за интервјуто, за кои рековме дека имаат цел да ја откријат колку што е можно повеќе вистината.

Понекогаш, како совет од спин-докторите доаѓа и сугестијата на новинарската упорност и конструктивно конфронтирање, политичарите да одговарат со уште поголема конфронтација, па дури и со агресивност за да се поколеба, да се исплаши новинарот.

Не дозволувајте да ве заплашат. Треба да ги препознавате тие трикови и да не дозволите да ве извадат од „колосек“. Новинарот треба да остане ладнокрвен, смирен и секогаш и постојано да ја води играта на својот пат. Впрочем, новинарот е тој што во интерес на јавноста, му дава шанса на политичарот да каже или да докаже дека го извршува своето службување во името на народот на начин кој го утврдуваат владеењето на правото, транспарентноста, почитувањето на институциите и процедурите...

Да се запамети: тогаш кога новинарот ќе ја изгуби ладнокрвноста, го губи и интервјуто.

5. Нема правење „зделки“ со политичарите

Колку и да е повторувано, никогаш не е отповеќе да се повтори: со политичарите никогаш не се договара интервју врз основа на каков било договор, експлицитен или имплицитен. Со нив нема „зделки“ и нема какво било заедничко подразбирање дека интервјуто се прави за да добијат двете страни, новинарот и политичарот, по нешто. Новинарот половина од вистината, а политичарот поен плус кај гласачите. Таков договор е форма на корупција и се противи на суштината на новинарството.

Политичарот секогаш ќе настојува да го добие она што било негов мотив да го прифати интервјуто. Тоа е во суштината на политиката, политика на можното и на шансите. Но, новинарот треба да се издигне над таа, политичка, платформа. Тоа е во суштината на новинарството, суштина на новинарскиот интегритет.

Новинарите треба да внимаваат да не бидат „заведени“ на теренот на политичарите, односно да дозволат нивната страна од приказната да го „киднаира“ интервјуто

Најмалку што се очекува е да се договори текот на интервјуто однапред. Единственото нешто за кое може да се постигне договор е должината на интервјуто, која е обратнопропорционална на новинарската страст која треба да се вложи за да се добие колку што е можно повеќе од вистината, ако не целата вистина.

6. Тие ќе дојдат со подготвен концепт

Додека се подготвуваат за длабинско интервју со некој политичар, новинарите си прават концепт, истражуваат, подготвуваат и пишуваат прашања за кои сметаат дека во тој момент се најважни за да ја откријат вистината. И политичарите го прават истото. Односно, уште поточно, тие ќе поминат неколку работни сесии со своите советници за односи со јавноста и со медиумите. Спин-докторите ќе ги советуваат и ќе ги подготват политичките пораки што во тој момент треба да бидат испратени преку интервјуто. „Остани на пораката“ е насловот на третата лекција на махерите за односи со јавноста што ја споменуваме во оваа лекција. Влади-

ните одделенија за комуникација со јавноста, како и советниците во политичките партии, трошат огромни пари на експерти за комуникација. Манипулирањето со медиумите е голем бизнис. Честопати советите и обуците ги прават поранешни новинари кои многу добро знаат како функционираат медиумите и што очекува публиката, односно јавноста. Она што треба да се запамети е дека политичарите, можеби, не се подготвени да ја кажат целата вистина, но секако се одлично обучени да останат на политичката порака на моментот.

Бидете сигурни дека тоа се случува во моментот кога нивниот одговор ќе почне со фразата „Многу ми е мило што ми го поставивте тоа прашање, но мора да разберете дека вистинската причина за тоа се крие зад...“. Или „Вашето прашање содржи важна поента, но главната тема во овој случај е...“. Затоа, запамете: никогаш немојте да сметате на тоа дека сте подобро подготвени од нив. Тоа е наивен став. Кога седнувате спроти политичарот, треба да знаете дека се соочувате со човек зад кој стои цел тим експерти за медиуми и за односи со јавноста. Доколку сте секогаш свесни за тоа, ви останува да изградите став дека, како новинар, нема да дозволите да бидете искористен како мегафон за политичката порака, туку, напротив, ќе го испотите политичарот оставајќи фокусирани на вашата единствена цел - од него да извлечете вистина.

7. Слушајте внимателно и секогаш со отворен ум

Иако е исклучително важно да знаете што ќе прашате и да ја следите претходно утврдената патека на интервјуто, доколку слушате внимателно и доколку е отворен умот, како новинар секогаш ќе препознаете дел од вистината вметната, скриена, во некоја долга фраза. Тоа е четвртата лекција што ја позајмуваме од спин-махерите. Лекција која вели: користете многу зборови, долги

реченици за да го вметнете одговорот или дел од вистината што е проблематичен (за политичарот, н.з.). Идејата е дека додека политичарот ја употребува оваа тактика, опаѓа вниманието на новинарот и на публиката и дека е можно во таква ситуација да се „протне“ непријатниот одговор без да се забележи. Подоцна политичарот има алиби доколку треба да докажува дека одговорил на тоа прашање и дека му е многу жал што тоа поминало незабележано кај новинарот. Затоа, слушајте внимателно. Одговорите кријат во себе елементи за нови прашања, а отворениот ум треба да му помогне на новинарот да излезе од рамката што си ја поставил претходно. Тоа не значи дека ја губи контролата над интервјуто. Само докажува дека внимателно слуша и дека нема да му се измолкнат скриените одговори кои бараат дополнителни прашања. По една таква куса дигресија, интервјуто треба да се „врати“ на предвидената патека.

Ако оваа дигресија не биде на тој начин изведена, а политичарите имаат развиено сетило да почувствуваат несигурност, тоа ќе им даде шанса да ја исцрпат таа можност докрај и да ја пласираат својата политичка порака или, уште полошо, да пропагираат.

8. Не дозволувајте да ги избегнуваат прашањата

Веќе споменавме неколку начини на кои политичарите се тренирани да избегнуваат непријатни прашања. Многу е важно новинарот да препознае кога се случува тоа. И публиката знае да препознае кога политичарите избегнуваат прашања, но никогаш не е доволно да ги потсетите дека не ви одговориле на вашето прашање.

Кога правите интервју со политичари, треба да ги подготвите сите прашања за кои сметате дека ќе ве доведат до целата вистина. Секогаш постои опција дека нема да успеете да ги поставите сите прашања, исто како што секогаш постои реална можност да не ги доби-

ете одговорите на сите поставени прашања. Затоа треба да се владее со контролата над текот на интервјуто. Лимитираното време и јагулестите политичари ќе ве соочат со фактот

***Слушајте внимателно.
Одговорите кријат во себе
елементите за нови прашања,
а отворениот ум треба да
му помогне на новинарот
да излезе од рамката што
си ја поставил претходно***

дека интервјуто треба да заврши, а вие немате многу од вистината. Кога имате контрола, дури и во таква ситуација, постои можност да се извлечете и да поентирате со креативни и ефикасни поенти во последните прашања.

Сепак, за да не се соочите со таква ситуација, се препорачува еден едноставен трик. Поставете ги најважните, најпровокативните, најусштинските прашања на почетокот. Ова е добра тактика зашто ги изместува политичарите од удобната позиција што ја очекуваат на почетокот кога, вообичаено, се почнува со љубезен вовед и со лесни прашања за опуштање.

Обидете се еднаш да постапите така. Ќе ја забележите разликата. Се разбира, препораките за целосна контрола и за очекување на противударот сè уште остануваат.

9. Треба да ги запознаете од повеќе аспекти

Иако извршуваат битни општествени функции, и политичарите се луѓе, но со една посебна црта што ги издвојува од другите – тие се под постојан притисок повторно да ја добијат поддршката од електоратот. Сепак, бидејќи се и тие луѓе, како и сите ние, и тие имаат слаби точки што ги кријат затоа што така им налагаат експертите за односи со јавноста.

Затоа новинарите треба да запознаваат и да откриваат различни аспекти на нивните работни навики. Тоа ќе им даде можност да го изберат најдобриот начин за да ја пробијат студената фасада, што, пак, ќе им даде можност да „копаат подлабоко“ за да се стигнат до вистината од јавен интерес.

Поконкретно, тоа понекогаш може да бара конфронтирачки настап, полн со енергија кој недвосмислено и, најважно, аргументирано, ги поставува прашањата така што е многу тешко да се избегне одговорот. Од друга страна, понекогаш е можеби попродуктивен еден мек, итар, аналитичен пристап во стилот на интервјуто, за да се стигне до вистинските одговори. Зашто, да се запамети, понекогаш неоснованиот конфронтирачки стил на интервјуирање може да го „затвори“ политичарот, а кај јавноста да создаде впечаток дека новинарот бил груб.

10. Бидете сигурни дека последниот збор е ваш

Кој треба да го има последниот збор? Новинарот или политичарот? Според истражувањата, заклучните зборови во едно интервју, особено на телевизија, се оние кои најдолго се паметат бидејќи во нив, вообичаено, е содржана синтезата, клучните поенти од разговорот. Политичарите го знаат тоа. Затоа, експертите за медиуми на тие последни зборови им посветуваат особено внимание. За тие последни зборови се подготвуваат специјални „саундбајти“. Куси, впечатливи, силни изрази кои имаат цел првенствено да ги покријат сите слаби точки во текот на интервјуто, а како второ, но не помалку важно, да одсвонуваат во ушите на публиката, односно гласачите.

Политичарите нема да пропуштат да го направат тоа. Но, потоа треба да следува резимирањето на интервјуто кое треба да го направи новинарот.

Затоа, препораката за новинарите вели: освен што многу внимателно го слушавте вашиот соговорник за време на целото интервју, задача на новинарот е да ги запише најважните поенти од одговорите и на крајот од интервјуто да го сумира настапот на политичарот низ една куса презентација. Добрата тимска работа во една редакција претпоставува еден асистент на новинарот што интервјуира, кој има задача да ги запише и да ги избере најважните цитати од одговорите на политичарите и на крајот од разговорот, за потребите на новинарското резиме, да му ги предаде на „домаќинот“ на интервјуто. Тие цитати се најдобрата илустрација на неговите резимирачки поенти.

На крајот, дури и доколку го знаете сето ова, па дури и да го промените, ќе ви треба и среќа, но во многу помало количество. Тоа е едното чувство на задоволство, другото поважно е она кога новинарот може да си каже: „Да не бев јас, јавноста ова немаше да го знае!“

Тоа се тие ретки моменти во оваа професија што ја прават толку убава.

Користени линкови:

- [The death of the political interview](https://www.ft.com/content/bd0b95c4-3477-11e4-b81c-00144feabdc0)¹
- [The aggressive political interview: it's not just Sales and Alberici](https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/20/the-aggressive-political-interview-its-not-just-sales-and-alberici)²
- [Soledad O'Brien's confrontational interview style](http://www.politico.com/video/2012/10/soledad-obriens-confrontational-interview-style-010404)³
- [The Interview](http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/elections/interview)⁴
- [Confrontational interviews: do they work?](http://www.irishtimes.com/news/politics/confrontational-interviews-do-they-work-1.1840095)⁵

1 <https://www.ft.com/content/bd0b95c4-3477-11e4-b81c-00144feabdc0>

2 <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/20/the-aggressive-political-interview-its-not-just-sales-and-alberici>

3 <http://www.politico.com/video/2012/10/soledad-obriens-confrontational-interview-style-010404>

4 <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/elections/interview>

5 <http://www.irishtimes.com/news/politics/confrontational-interviews-do-they-work-1.1840095>

Новинарски жанрови: Вест и извештај КОИ ФАКТОРИ ВЛИЈААТ ВРЗ ВЕСТ И ИЗВЕШТАЈ?

Пишува: Александар Писарев



Photo by: Marc van der Chijs, Sunday morning TV interview
<https://www.flickr.com/photos/chijs/4610275225>

Зошто олакв вовед за „производство“ на вест и на извештај? Затоа што задача на новинарот не е само да оди во потрага по вестите, туку и умешност да ги селектира и објективно да ги пренесе до аудиториумот.

Многу медиуми денес се определени за едноставен, евтин, тривијален медиумски производ, кој е прилагоден и треба да ги задоволи комуникациските потреби на консуметните на популарната кич-култура. За жал, таквите содржини имаат најголеми тиражи без оглед што дистрибуираат тривијалност, невкус, интриги, навреди...

Читателите, гледачите, слушателите не се свесни дека медиумите на тој начин ги експлоатираат преку програмите од типот на реални шоуа, квизови и разни спектакли и на тој начин ја компензираат сопствената изгубена моќ како медиуми да се посветат на сложеноста и на сериозноста на секојдневниот живот.

*Сè почесто доминираат
вести кои не се докрај
содржајни, доминираат
недовршени извештаи и
информации што не се
проверени, што оставаат
многу отворени прашања,
бидејќи нудат само
фрагменти*

Поради тоа, на медиумскиот пазар сè почесто доминираат вести кои не се докрај содржајни, доминираат недовршени извештаи и информации што не се проверени, што оставаат многу отворени прашања, бидејќи нудат само фрагменти. Се фаворизираат информации што не придонесуваат за создавање критичко мислење во општеството, не поттикнуваат јавна дебата за прашањата од општ интерес. Едноставно, не се совет на заедницата. Стануваат моќна машинерија која на граѓаните им кажува што да мислат, наместо да им кажува за што да мислат.

Монолошки и дијалошки новинарски форми. Од овие два збора можете и сами да насетите за каков вид новинарска форма се работи. Монолошките новинарски форми се: **вест,**

извештај, белешка, коментар, рецензија, некролог и цртичка, каде новинарот лично, сам, ни го соопштува своето гледање на она што се случило. Меѓутоа, тој поглед понекогаш е ограничен и зависи од многу фактори. Ние ќе се задржиме само на **веси** и на **извештај**.

Овие жанрови подразбираат собирање информации од теренот каде нешто се случува и известување од местото на настанот во облик на вест (како основна новинарска форма) и на извештај – проширена вест со додадена вредност. За која било од овие две форми да се определи, новинарот мора да одговори на оние пет фамозни, замислени прашања што ги поставува аудиторумот: кој, што, кога, каде, како (зошто) нешто се случило. Веста е, всушност, најсубјективен вид на новинарското искажување и поради тоа е континуирано под опсервација на комуниколозите. Д-р. Дубравка Валиќ-Неделковиќ, професор на новинарската школа во Белград, вели дека веќе се појавила нова научна поддисциплина „Социологија на вест“¹. Новинарството почива на вестите.

Секоја вест мора да одговори на правилата за доброто раскажување кои ги втемелил Цицерон уште во 86 година пред новата ера:

- *quis* (кој);
- *cur* (зошто);
- *ubi* (каде);
- *quando* (кога);
- *quemadmodum* (што, со кои средства).

Тие се практично преточени во основната формула за вест:

- **Што** се случило;
- **Каде** се случило;
- **Кога** се случило;
- **Кој** учествувал;
- **Зошто** се случило;
- **Што** ќе произлезе од тоа.

Контекстот ја формира главата (лид, вовед). Редоследот на прашањата што ја

Задача на новинарот не е само да оди во истрага по вестите, туку и умешност да ги селектира и објективно да ги пренесе до аудиториумот

формираат главата на веста и чии одговори ја прават содржината на веста, не се утврдени и зависат од контекстот. Контекстот ја формира главата која може да биде:

- **Кратка, отсечна (стакато лид):** „Од ујтре исцлаќа на камаџи“, „600 работници на „Југохорм“ одат на принуден“;
- **Комуникативна**, кога новинарот му се обраќа на аудиторумот: „Вашиџе камаџи од ујтре можеџе да ги зајишувате“, „Не излеѓувајџе од дома поради преѓолема загаденост на воздухот“;
- **Цитатна:** „Глиѓор Бишев: „Во сџџе експозиџури на „Шпаркасе“ од ујтре ујис на камаџи“, „Коџе Трајановски: „Ја следиме сосџојбаџа со прекумерното загадување“;
- **Прашална:** „Дали сџџе, и кои банки, сџѓурно ќе зајочнат од ујтре со ујис на камаџи“, „Дали џрадскиџе власџи ќе преземаџ нешџо поради загадувањето на воздухот“;
- **Контрастна:** „Работнициџе од „Југохорм“ ќе проџесџираат, а бордоџ не џоушџа-сџџе има да одат на принуден одмор“, „Во џрадоџ нема да се вовече џар нейар, џраѓа-ниџе ќе излезат на улица со џас маски“.

Како да се избере тема (она што е најважно за читателите, односно гледачите и слушателите). Новинарите главно се интересираат за настаните, појавите и за луѓето. Угледните и сериозни медиуми водат сметка за јавниот интерес и врз основа на тоа ги определуваат темите. Што е јавен интерес?

1 <http://novinarska-skola.org.rs/vodic/zanrovi/Novinarski%20zanrovi.pdf>

Според теоретичарите, јавен интерес е интерес на сите граѓани без оглед на нивното етничко, верско или социјално потекло и тој треба да биде приоритет во развојот на демократското општество.

Според принципите на ИФЈ (Меѓународната федерација на новинарите) приоритетите одат по следниот ред: борбата против криминалот, поголема грижа за социјалните прашања, човековите и граѓанските права, економскиот развој и пазарното стопанство, транспарентност на владите и на парламентот, локалната самоуправа, потребите на граѓаните, односите помеѓу позиција и опозиција, сигурноста на граѓаните, инфраструктура, партиципација на граѓаните во политичкиот живот, право на

Редоследот на прашањата што ја формираат главата на вестта и чии одговори ја прават содржината на вестта, не се утврдени и зависат од контекстот

граѓаните да бидат информирани за имотната состојба на политичарите... Тоа би биле централните теми кон кои треба да биде свртен погледот на новинарите.

Класификација на настани (теми) за кои медиумите и новинарите известуваат.

Настани за кои задолжително сите медиуми известуваат без оглед на идеолошките, политичките и културните разлики, се: големите несреќи, земјотреси, поплави, војни, пожари, епидемии...

Настани за кои се известува, но не им се дава соодветен и ист третман. Поточно, во едните медиуми се премногу експонирани, во другите се недоволно експонирани. Тоа се оние настани за кои сите медиуми би требало да известуваат без оглед на програмската ориентација, но не мораат да им посветат исто внимание. Медиумите чија програмска ориентација е информативно-политичка,

секако дека ќе посветат поголемо внимание и простор на вестите за протестите во Украина, ако треба ќе испратат и специјален известувач, за разлика од медиумот чија уредувачка или програмска шема е музичко-забавна и кој за овој настан ќе објави само една реченица.

Планирани и неочекувани настани. Понекогаш однапред најавен настан може да биде безначаен или обратно. Неочекуван настан може на прв поглед да изгледа медиумски атрактивен, а подоцна да се покаже дека информативно бил целосно невалиден. „Боки 13 закажа конференција за печат и повод Евровизија“. Настанот беше многу атрактивно најавен, меѓутоа Боки 13 на конференцијата за печат не кажа ништо значајно, освен дека ќе беше подобро тој да ја претставува Македонија на евровизискиот фестивал.

Псевдонастани и медиумски иницирани настани. Псевдонастани се однапред искреирани само за да се обезбеди публицитет за одредена структура (политичка, економска, безбедносна...) и се однесува на политичка партија, јавна личност, голема компанија... Тоа се таканаречени медиумски настани што се организираат само за медиумите да ги забележат. „Отворени денови на Владата за граѓаниите“, „Порие Македонија“ организира шеттирање на најновиот модел на „Шкода“. Тие, според стандардите, не би требало да претставуваат вест. Вест е ако тој модел на автомобили почне да се произведува во некоја фабрика во Македонија.

Во такви ситуации новинарите мора да го проценат значењето на настанот и колку тој е важен за граѓаните за соодветно да му посветат внимание.

Вести кои не смеат да „протечат“ во јавноста. Постојат настани и процеси за кои поедини центри на моќ никако не би сакале како вест да се најдат во медиумите. Тоа се медиумски иницирани настани кои медиумите ќе ги издвојат и ќе ги постават на општествена агенда како приоритет од исклучителна важност за остварување на јавниот интерес.

Тие од маргините преминуваат во центарот на вниманието на граѓаните. „Може ли директори на тајната полиција, Сашо Мијалков, да има приватна фирма во странство?“

На новинарите секогаш им е потребна добра тема, (настан), но не треба да се заборава дека и на тие кои произведуваат теми (настани) им е потребен публицитет. Затоа, новинарите мора да бидат многу претпазливи и внимателни за да не се претворат во гласоговорници и во трансмитери на своите извори на информации. Тоа зависи од опкружувањето и од контекстот во кој се произведува информацијата.

Постојат неколку контексти што директно влијаат на квалитетот и на формата на вест и на извештај, кои ќе бидат пласирани во јавност, без оглед за кој жанр се работи. Тие можат сериозно да влијаат на објективноста на веста или извештајот.

Општествено политички / идеолошки контекст, цензура и автоцензура во веста или извештајот условно, за секоја рубрика е статичен. Информацијата се подготвува во одредена политичка клима, во одреден географски простор, кој е ограничен со доминантна идеологија која директно влијае на начинот како одредена информација ќе се обработи и ќе се пласира во јавноста. Општествено-политичкиот и идеолошкиот контекст може да биде силен ограничувачки фактор за реализација на одредена вест или извештај. Во такви околности, во моментот на подготовка на веста или извештајот, кај новинарот „проработува“ свеста за цензура и за автоцензура.

Автоцензурата е особено опасна бидејќи таа е скриена длабоко во свеста на новинарот и под нејзиното влијание новинарите на јавноста ѝ кажуваат многу помалку отколку што тоа приликите го наметнуваат. Несигурни за својата работа, можеби недоволно дораснати за новинарските задачи пред кои се поставени, недоволно подготвени за настаните од кои треба да известуваат, со недоволно знаење за областа и за пробле-

матиката во новонастанатата ситуација од која известуваат, оптоварени со грешка која можеби порано во слична ситуација ја на-

Извештајот и вестта главно се пишуваат уште додека случувањето е во тек или е нейосредно завршено. Затоа, како новинарска форма тие се пократки, концизни, помалку сценски

правице, политички или синдикално обележени... многу новинари во такви ситуации прибегнуваат кон линијата на помал отпор. И тогаш автоцензурата при подготовката на извештајот е многу посилна од околностите што ги наметнуваат одредени политички или партиски центри на моќ кон медиумите. Просто кажано, во таквите ситуации новинарите голем дел од случувањата на настанот ги кријат „под тепих“. Познатиот настан поврзан со пресудата на новинарот Томислав Кежаровски еден новинар го виде вака: „И денес ЗНМ организираше протест поради пресудата на новинарот Томислав Кежаровски на кој ги видовме познатите личности од минатото, блиски до СДСМ... ЗНМ наместо заштитник на фелата се претвори во чувар на политички интереси“ - (Курир). Друг новинар од истиот настан има дијаметрално различна вест: „Фронтот го сочинуваат новинарите и граѓанските организации, присудени со молк, мирно, обележени во црно, на симболичен начин протестираа поради превисоката казна изречена на новинарот Томислав Кежаровски. Полицијата ги сиречи да се доближат до зградата на Музејот на ВМРО каде требаше да се одржи протестот...“ („Нова ТВ“, ТВ „Телма“).

Цензурата, за разлика од автоцензура, која е прикриена и многу поопасна за слободата на јавното информирање и за новинарството, е видлива и со закони, уредби, соопштенија ја

регулира „вистината“ која ќе биде објавена во медиумите. Таа директно наметнува општествено-политички и идеолошки контекст.

Културниот контекст како фактор кој влијае врз веста и извештајот е, условно кажано, статичен. Тој однапред, повеќе имплицитно отколку експлицитно, ја одредува конструкцијата на извештајот што ќе се пласира до јавноста. Културниот контекст е а priori присутен и кај новинарите и кај медиумската публика. За ова особено треба да се води сметка кога се известува или се пишува извештај за случувањата од другата култура. За извештајот да биде реален, но-

Мора да воспостави дистанца кон сопствениите и туѓите митови и симболи, особено кон оние кои се политички инструментализирани за производство на ксенофобија, на мизогинија, нетолерантен говор за другиот, различниот

винарот треба, односно мора да се соживее со дадената култура и да известува од стојалиштето на таа култура, а не од рамка и со диоптрија на сопствената култура.

Истовремено, мора да воспостави дистанца кон сопствените и туѓите митови и симболи, особено кон оние кои се политички инструментализирани за производство на ксенофобија (... Пеењето од џамиите е знак за етничко чистење на немуслиманското население...), на мизогинија (Девојката е виновна што момчето во Куманово го изболело со нож), нетолерантен говор за другиот, кој е различен (...нема да им дозволиме бракови на хомосексуалците...)

Контекст на простор и на место. Извештајот и веста главно се пишуваат уште додека случувањето е во тек или е непосредно завршено. Затоа, како новинарска форма тие

се пократки, концизни, помалку студиозни. И на крај, еве неколку прашања на кои новинарот мора секојдневно сам пред себе да одговори при пишување вест или извештај:

- Треба ли за самоубиство на стечаец во Куманово, како облик на политички протест, да се посвети насловна страница, може ли тоа и другите да ги поттикне на ист таков чекор?;
- Што да направам со вест или извештај ако поради крутиот однос на огласувачот или поради идеолошко-политичко определување може во редакцијата да се случи комерцијален крах?;
- Треба ли поради идеолошко-политичка кампања насочена кон некои спорни прашања да се маргинализира нормалното и балансирано покривање на настаните?;
- Треба ли новинар да подгрева тривијални теми само за да се пополни просторот?;
- Треба ли поради итноста да се пополни празниот простор во медиумот, да се објави недоволно проверена вест и без консултација на релевантен извор?;
- Колкава е одговорноста и обврската на новинарот да разговара со повеќе лица пред да го напише извештајот?;
- Колкава е одговорноста на новинарот да ја дополни и прошири агенциската вест од опкружувањето, особено ако информацијата е „тенка“ и без адекватни извори?;
- Како новинарот треба да одговори на предизвиците и на притисоците од изворот на информациите, владата или други центри на моќ, кога знае дека писмената информација добиена од изворот не ја кажува целата вистина?

Ова е само еден дел од дилемите со кои новинарите секој ден се сретнуваат, а многу од нив нема да ги решат во текот на целата кариера. На некои прашања веднаш ќе имат одговор, а на други повторно и повторно ќе се навраќаат, зависно од контекстите кои понапред ги набројавме.

Новинарски жанрови РЕПОРТАЖА

Пишува: Александар Писарев



Photo by: Robert Cooke, Photographer
<https://www.flickr.com/photos/m0rdc/7182802818>

Репортажата е најубавата, но воедно и најсложената новинарска форма, во која настанот се прикажува низ приказната. Бара сериозна подготовка, многу труд, учество во настанот, забележување на сите детали, енциклопедиско знаење... Ја сместуваат во паракнижевност, таа е личен печат на новинарот според кој, и без потпис, читателите го препознаваат неговиот стил.

Репортажата нема клише

Репортажата е плод на новинарската инспирација која најчесто доаѓа од почетната, основната новинарска форма, вест или информација. Ако имаме вест и ако новинарот со сите свои сетилa ја доживее, ја почувствува и знае од неа да извлече повеќе, може да се впушти во авантура од неа да направи репортаж. Според поделбата на новинарските форми репортажата влегува во паракнижевност, во белетризираните

Репортажата е најубавата, но воедно и најсложената новинарска форма, во која настанот се прикажува низ приказната. Бара сериозна подготовка, многу труд, учество во настанот, забележување на сите детали, енциклопедиско знаење...

форми. Некои теоретичари дури слободно велат дека репортаж е книжевна форма која некој настан, проблем, ситуација ја опишува со новинарски стил - едноставно, лесно и интересно. Тоа е, всушност, публицистичко прикажување на некој реален настан со помош на книжевните алатки каква што е, пред сè, наративната. Репортажата е слика на настанот онака како што авторот го доживеал. Она што репортажата ја прави да биде уметничка новинарска форма е артистичко, наративно редeње и поврзување на податоците и на фактите. За разлика од другите новинарски форми (од коментар, на пример), репортажата не смее отворено да го убедува читателот во ставот што го презентира, ниту смее да биде мобилизаторска. Нејзината функција е да предизвика емоции кај аудиториумот кон многубројните

субјекти кои учествуваат во репортажата. Затоа е репортажата полифониски новинарски жанр.

За пишување репортажа, за разлика од другите новинарски форми, не постои модел или

**Рейорџажајџа ја сметаат
за ѝаракнижевносѝ,
џаа е личен ѝечай на
новинароѝ сѝоред кој, и без
ѝоѝѝис, чѝѝаѝелиѝе го
ѝреѝознаваат неговѝоѝ сѝил**

клише. Таа е одраз на новинарската инспирација и соживување со темата, настанот, актерите на настанот. Добра репортажа по правило би требало да ги содржи елементите на драмска творба: вовед, заплет, кулминација, расплет и, на крајот, порака или поука, но не морализација, придика или наравоучение.

„... Ова е приказна што се роди на скопските улици. Станува збор за средношколци помеѓу 15 и 17 години со веќе изграден став за животот. Треба да се заработат многу пари, бргу, сега и тука. Тоа се малолетни дилери на дрога кои за еден ден заработуваат повеќе него нивните родители за цел месец. Поминав неколку дена меѓу нив во Градскиот парк, на Водно, меѓу старите и напуштени вагони помеѓу населбите Кисела Вода и Пролет, во Маџари, порта Влае..., ТИНЕЈЦЕРИ СТАНАА НАРКО ДИЛЕРИ¹

Најголемата опасност при пишување на репортажата е авторот да не западне во патетика или мелодрама.

„После интензивно зелената преселка на пролетта, природата добива доминантно жолта боја. Сонцето ја разлива својата боја

врз земјата и растенијата, импресионирајќи не со секакви нијанси на жолто-зелени и бледникави бои. Сепак, тоа не важи за зеленото срце на нашата убава Македонија“. ДЕМИРХИСАРСКИТЕ УБАВИНИ²

Репортажата е хармоничен состав кој има свој вовед, во кој најавуваме одредена тема за која ќе пишуваме, заплет низ кој влегуваме во проблемот, кулминација во која кај читателот создаваме напнатост и исчекување на најбитното во настанот, расплет во кој го разврзуваме заплетот и порака со која ја завршуваме приказната.



„Рисѝе владеѝ со Андора, Марко со Малиѝа, а Марѝин со Сан Марино“ – рејорџажа на „Нова Македонија“ (рецензирано овде³)

Тематски, репортажите можат да бидат од најразлични подрачја на животот (социјална, воена, патетична) или поврзани со разни настани (несреќи, елементарни непогоди, спортски натпревари, јубилеи). Може да биде документарна во која се прикажуваат настани од минатото кои се актуелизираат. Притоа, новинарот мора добро да ја познава темата, да ги проучи документите. Меѓутоа, репортажата не е само личен впечаток на новинарот. Таа во себе мора да синте-

1 <http://www.globusmagazin.com.mk/print.asp?ItemID=F251F013B2D36B4D8E4E63D31E462A60>

2 <http://zenica.mk/2013/03/04/%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%80%D1%85%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D1%83%D0%B1%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%BE-%D1%81/>

3 <http://mediumi.vistinomer.mk/recenzija-riste-vladee-so-andora-marko-so-malta-a-martin-so-san-marino/>

тизира истражувачки и уметнички елементи на текстот. На тој начин таа станува читлива, а воедно укажува на проблемот, предупредува, се бори и низ автентичните факти прикажува некоја општествена ситуација.

„... Штом слушнале дека нуклеарната депонија ќе биде изградена на нивната територија и тоа во близина на населбата, граѓаните жестоко реагираа. Веќе не постоеше никаква сила која би можела да ги спречи да не излезат на улица и да протестираат поради нејзината изградба во Петровец...“ РАДИО АКТИВЕН ОТПАД⁴

Без притисок од роковите

Репортажата е единствената новинарска форма која не се работи под притисок на роковите и на времето. Таа се пишува подолго, постудиозно и истражувачки.

Она по што репортажата е специфична е потреба новинарот да се соживее со неа, бидејќи тоа е преусдно за добрата приказна, но, како и кај веста и извештајот, потребно е да постои повод за пишување.

Кога авторот знае за што ќе пишува, време е да направи мало истражување на темата. За репортажа не постојат рокови, ниту добра репортажа може да се напише набрзина. Тоа истражување се сведува на собирање на информациите, фотографиите, разговор со луѓето кои се важни за приказната, запишување или аудиозапис на нивните изјави и човечки приказни, консултирање со експертите или надлежните служби и институции. Потребно е да се контактираат сите заинтересирани страни во приказната за да се добие објективна и поширока слика за настанот што е предмет на приказната. Кога ќе се собере доволно материјал, мора да се селектира, да се реши што од сè што е собрано ќе биде искористено, а што не. Ретко кога новинарот при пишување на репортажата го искористува целиот собран материјал.

Односот на собраниот и на употребениот материјал најчесто е еден спрема десет, па некогаш дури и еден спрема сто. Практично,

За еден новинарски производ да го оцениме како репортажа, тој текст треба да има во себе драматургија - вовед, заплет, кулминација, расцеп, завршеток, порака

од собраниот материјал во медиумот влегува една десетина, влегува она што е најважно и најинтересно за публиката.

За еден новинарски производ да го оцениме како репортажа, тој текст треба да има во себе драматургија - вовед, заплет, кулминација, расцеп, порака. Заклучокот, наравоучението или поуката се битни одлики според кои репортажата се разликува од обичната вест или извештај. Важно е и авторот да остави свој личен печат, белег, стил, според кој ќе го препознаваат, а тоа не го може секој. Потребно е да се внимава и да не се претера во личните коментари и ставови поврзани со приказната, па да се изгуби она што е најважно - објективноста.



„Во 1964 Скопје беше пред времето“ – свој на рецензија и репортажа, *Вест*⁵ (рецензирано овде⁶)

4 <http://www.globusmagazin.com.mk/?ItemID=999E443A6A370F489BB5FCBCB24FF9DC>

5 <http://www.vest.mk/default.asp?ItemID=191FD3E5868F114EA98B5A43B3544783>

6 <http://mediumi.vistinomer.mk/recenzija-vo-1964-skopje-beshe-pred-vremeto/>

Колку е репортажата ценет и почитуван новинарски жанр, најдобро покажува податокот дека на сите новинарски фестивали или конкурси, репортажата е сместена во посебна категорија.

Често се поставува прашање дали одредени теми се за репортажа. Ајде да се присетиме на славните новинари и писатели како што се Хемингвеј, Егон Ервин Киш и Џон Рид, кои од своите репортажи од воените жаришта направиле врвни уметнички дела на светската книжевност.

Патеписните репортажи се, на пример, вистинска книжевна форма во која успешно се докажале многу познати писатели.

„... Пред два викенда седев во Солун на Платија Аристотелу. Пиев Метрија фραπε со малку млеко и размислував за преубавата Хелена и принцот Парис поради кои избила Тројанската војна. Загледан во морската широчина на Егејот, се запрашав: „Зошто секое летување во Грција мора да започне и да заврши во Солун...“ СОЛУН Е ПОЧЕТОК И КРАЈ⁷

Малите луѓе во големите приказни

Репортажите од секојдневието на обичните мали луѓе се посебен предизвик, бидејќи пред новинарот се поставува задачата во нив да ја откријат темата која ќе го привлече вниманието и ќе ги заинтересира читателите, ќе ги разбуди нивните чувства и ќе ги наведе на емпатија со ликовите во репортажата. Тоа не е нималку едноставна задача. Многу е полесно да се направи репортажа за „големата тема“ – војна, значаен историски настан, патопис од некој непознат крај. И токму во тоа е предизвикот за новинарите кои се спремни да се впуштат во авантурата наречена репортажа и истражувачка работа надвор од редакцијата и надвор од

однапред организираниите и институционализираните настани, како што се седници, конференции, конгреси...



„Риболовството извор на егзистенција за многумина велешани“ – рејорижен прилог/активна рејорижажа – ѝорштал „Дума“ (рецензирано овде⁸)

Во репортажата, за разлика од белетристиката, имаме конкретен настан кој постои или постоел, имаме конкретни односи меѓу луѓето, вистинит амбиент и вистинитата атмосфера во која нешто се случило или се случува. Како и секоја друга новинарска форма, и репортажата се базира на факти, само што начинот на нивното прикажување е наративен, интересен и по него често го препознаваме стилот на новинарот. И тоа е известување, собирање факти и нивна презентација на јавноста преку медиумот, но е и книжевна творба која некој настан го прикажува преку интересен новинарски стил.

„... Репортажата за Источна македонија ја продолжуваме во виничкото село Блатец, симбол на иселувањето во последните 20-тина години. На патот го среќаваме свештеникот Орце Пешов. Истиот ден требаше да ја изврши најнепопуларната церемонија во христијанството, да погребва една постара жителка. „Од почетокот на годината досега во селата Блатец,

7 <http://www.globusmagazin.com.mk/?ItemID=1365A9C3EC66594993DEDA33F02CBEB3>

8 <http://mediumi.vistinomer.mk/recenzija-ribolovstvoto-izvor-na-egzistencija-za-mnogumina-veleshani>

Липец, Пеклани... погребав 17 жители, а крстив само три деца“...“ ИСТОЧНА МАКЕДОНИЈА МАСОВНО НА ПЕЧАЛБА⁹

Чувство за одговорност

Секоја репортажа почнува на свој начин и со сопствениот стил на авторот. Елементите што ја обликуваат добрата репортажа се автентичност, документираност и конкретност. Сигурни податоци, мера и рамнотежа во оценките, одговорна употреба на податоците и на информациите, мерка и вкус во опис на атмосферата и во претставувањето на амбиентот во кој настанот се случува или се случил. Репортажата мора да биде објективна, а новинарот не смее да ја загуби реалноста во извлекување на заклучоците. Авторот на репортажата мора да има истенчено чувство за општествено-политичка одговорност. Нарацијата и изразот мора да бидат едноставни и разбирливи. За репортажата е многу важен насловот, бидејќи тој

Функција на репортажата е да предизвика емоции кај аудиториумот кон многубројните субјекти кои учествуваат во репортажата. Затоа е репортажата полифонски новинарски жанр

треба да го привлече читателот со внимание да ја прочита. Може, но и не мора да ги има комплетниот насловен блок. Но, зависно од должината, важни се меѓунасловите кои мора да бидат внимателно и креативно обликувани (ТИНЕЈџЕРИ СТАНАА НАРКО

ДИЛЕРИ¹⁰). Елементите кои репортажата ја прават да биде уметничка новинарска форма се креативно, уметничко редување и поврзување на податоците и на фактите. За разлика од сите други форми на новинарски производ, (коментар, информација) репортажата не смее отворено да убедува во пласираниот став, не смее да мобилизира. Нејзината основна функција е преку презентирање на интересни моменти, кои се однесуваат на субјектите присутни во неа, кај читателот, кај аудиториумот да предизвика емоции. Затоа, репортажата е полифониска новинарска творба.

Кога се во прашање електронските медиуми, особено телевизијата, која има документарен код, составен дел на репортажата е или може да биде кратка новинарска приказна од обичниот живот. Таа е важна затоа што на репортажата ѝ дава печат, потврда и непобитни докази за некој настан, или нечие мислење и може да биде од пресудна важност во наративниот контекст на приказната. Исто како и веста, и репортажата, особено кога се работи за документарна репортажа, мора да се базира на факти, на вистински локации, а не на измислена уметничка креација.

Кратка приказна на човек кој е во репортажата, провоцира на размислување и таа е од јавен интерес, бидејќи се занимава со луѓе и со настани, појави кои се поврзани со квалитетот на животот. Кратка новинарска приказна како составен дел на репортажата не се занимава со светски проблеми, таа е поврзана со секојдневниот живот, со локалната заедница (ИСТОЧНА МАКЕДОНИЈА МАСОВНО НА ПЕЧАЛБА¹¹). Таа е најчитаниот или најгледаниот дел од репортажата, делот кој се гледа, се чита, се памети и се препознава. Само така може да предизвика цел репертоар социо-психолошки реакции на публиката.

9 <http://inbox7.mk/archives/560>

10 <http://www.globusmagazin.com.mk/print.asp?ItemID=F251F013B2D36B4D8E4E63D31E462A60>

11 <http://inbox7.mk/archives/560>

Новинарски жанрови КРАЈОТ НА ФИЛМСКАТА УМЕТНОСТ И ПОСЛЕДНИОТ КРИТИЧАР

Пишува: Стојан Синадинов



Photo by: John, Film

<https://www.flickr.com/photos/brandflair/6234711821>

Дали во последно време сте прочитале некоја филмска критика и зошто не?

Ваквото прејудиицирано прашање е лесно предвидливо. Филмската критика во домашните медиуми денес е спорадична појава. Колку-толку редовна филмска критика во печатените медиуми има само во еден весник, а специјализираното филмолошко списание излегува еднаш годишно. Во електронските медиуми, само на една телевизија, во рамките на магазин за филм. На интернет-порталите е инцидентна појава, најчесто како дел од извештаите од трите поголеми домашни филмски фестивали.

Филмската критика не треба да се меша или поистоветува со пишувањата за филмовите во дневниот и во неделниот печат или прилозите на телевизиите и на радијата, кои се фокусирани на славните актери, заработувачката на филмовите на благајните и на другите содржини од доменот на славните личности.

Но, најфреквентна е во блогосферата, со сите предности и маани: нема филтер кој ќе ја оддели промислената, стилски дотерана, поткована со знаење и – зошто да не, духовита – критика со сосем личен – а најчесто и квазилиричен – став за филм кој некому му се допаднал или не.

Филмската критика не треба да се меша или поистоветува со пишувањата за филмовите во дневниот и во неделниот печат или прилозите на телевизиите и на радијата, кои се фо-

кусирани на славните актери, заработувачката на филмовите на благајните и на другите содржини од доменот на славните личности. Критиката, според лексиконите, е вештина на оценување, анализа и просудување за некое дело или постапка. Според д-р Владимир Петриќ¹, еден од основоположниците на филмската теорија и критика во СФРЈ, филмската критика во најдоследната смисла подразбира длабинска анализа: најдетална анализа на едно филмско дело, односно на неговата содржина, форма, функционалност и усогласеност. Филмската критика е своевидна „практична“ дисциплина, која заедно со филмологијата (филмската теорија и историја) и филмското творештво го сочинуваат трилингот.

Дури и да рецензира некој лош филм, критичарот треба да има големо познавање од социологијата, психологијата, од општата, националната и од уметничката историја, од драматургијата, политикологијата, традицијата на националната кинематографија каде што е создаден тој филм... Потоа, нужни се познавања на нарацијата, филмската форма, композиција на кадарот, работата со камерата, ритамот на актерите, нивниот начин и техника на глума, мизансценот и на мизанкадарот (режирање на сцената и на кадарот), стилот на монтажата („меки“, „тврди“, „брзи“ резови...), филмски трикови и специјални ефекти, на звукот и на музиката...

Или, како рецепт за добар коктел, вистинските елементи кои се битни за одреден филм, фино помешани, а ако некој милува, и чадорче како украс.

Кој пишува филмска критика и кој ја чита?

Теоретичарот на масовните медиуми Маршал Маклуан во неговата поделба на медиумите на „студени“ и на „жешки“, филмот

(заедно со радиото и со фотографијата) го ситуира во „жешките“. За разлика од „студените“ (говорот, стрипот, телефонот, телевизијата), кои се „ниско одредени“ бидејќи не

Критиката, според лексиконите, е вештина на оценување, анализа и просудување за некое дело или постапка

создаваат заситеност со информации што ги нудат, па примателот мора да ја довршува пораката со засилено учество, „жешките“ нудат богатство од информации.

„Филмот претставува спектакуларен спој на старата механичка технологија и новиот електронски свет, па соединувањето на механичкото и на органското во светот на „брановидни форми“ го врзува за технологијата на печатот и му обезбедува сопствено разбирање како продолжение на писменоста... Типографскиот човек брзо се прилагодил на филмот бидејќи тој, како и книгата, го развива светот на фантазијата и соништата низ фрагментација на универзумот“, Маршал Маклуан.

Сигурно дека од овие редови не би требало да изведуваме (нај)проста равенка со две познати меѓу создавањето филм и пишувањето за него (критиката). Но, зошто да не? Полскиот режисер со светска слава Анджеј Вајда во своите размисли за филмското творештво („Филмот наречен желба“) вели дека најопасни се оние сценаристи кои создаваат сценарио-импресија, текст за филм кој сценаристот го „гледа“ со очите на сопствената душа, кој веднаш (о)станува затворена книга, бидејќи таков филм евентуално би можел да сними само сценаристот.

Слично е и со критиката-импресија, пишувана со единствена цел да покаже што чувствувал критичарот додека го гледал

1 Vladimir Petric Teaches Film, www.thecrimson.com, 15.05.1978
<http://www.thecrimson.com/article/1978/5/15/vladimir-petric-teaches-film-professor-vladimir/>

филмот, како тој го доживеал, зошто токму така го доживеал...

„Филмската критика како дисциплина која за цел го има вреднувањето на филмското творештво, денес сè повеќе филмовите во медиумите ги третира како настави, а не како содржини. Денес, во ситуација кога се консумираат главно само што-туку произведени филмови, публиката е предизвикана од агресивниот маркетинг, а не од естетските дострели на филмската уметност...“, Христо Петрески во хрестоматијата *„Македонска филмска криџика“*.

Парафразирајќи го американскиот политиколог футуролог Френсис Фукујама („Крајот на историјата и последниот човек“), може ли да

Дури и да рецензира некој лош филм, критичарот ѝ треба да има големо познавање од социологијата, психологијата, од општеството, националната и од уметничката историја, од драматургијата, политикологијата, традицијата на националната кинематографија каде што е создаден тој филм

заклучиме дека комерцијализацијата и (интернет) дигитализацијата доведоа до „смрт“ на филмот како уметност и негово „ослободување“ исклучиво како пазарен производ? Каде, во таа ситуација, е критичарот?

Вообичаено се мисли дека филмската критика низ историјата, по правило, ги следела мените на филмската естетика. Какви филмови (и жанрови) – таква критика.

Создавањето филм и неговата рефлексija во уметноста, според теоретичарот и историчар на филмот Никола Гилиц² од Хрватска, во уметноста се третираат како две дејности. Полемиката меѓу филмските автори и филмските критичари околу кадарноста и кредибилитетот на вторите да оценуваат некој филм, трае од почетокот на минатиот век. Со променлива убедливост на аргументите, општо прифатено е дека тој што е способен да (пре)суди на филмското дело – тој е критичар.

Како се пишува филмска критика?

Не треба да се заборави дека пионерскиот период во филмот како уметност, кој со мало претерување можеме да го растегнеме до почетокот на седумдесеттите години од минатиот век, освен што филмскиот автор често ги промислувал другите дела како критичар, не ретко и критичарот застанувал од другата страна на камерата. Синергијата на ова двојство се случила во шеесеттите години, кога група млади критичари „селектирани“ и менторирани од тогаш свежиот онтолошки пристап на теоретичарот Андре Базен, во влијателното филмско списание *„Каје ди синема“*, стануваат протагонисти на „новиот бран“. Жан-Лик Годар, Франсоа Трифо и другите подоцна го заразија светот на филмските творци нивниот „авторски филм“ и снимањето со „камера од рака“.

„Филмот *„Бал на вода“* со Естер Вилијамс во главната улога (еден од првите американски филмови прикажани во ексјугословенските кино-сали по Втората светска војна) ни покажува дека на светот постојат народи чии припадници се капат и кога не се валкани... Сценариото за филмот *„Ричард Трејси“* во режија на Лоренс Оливије го напишал извесен Вилијам Шекспир...“.

2 Nikica Gilić: Odnosi filmskog stvaralaštva, filmske teorije i filmske kritike, www.fak.hr, <http://www.fak.hr/intervju/nikica-gilic-odnosi-filmskog-stvaralastva-filmske-teorije-i-filmske-kritike/>

Новинарски жанрови ФОТОРЕПОРТАЖА – ЖАНР НА БЕСКОНЕЧНОТО ЛУБОПИТСТВО

Пишува: Љубомир Костовски



Photo by: Thomas, Photographers

Кога неодамна се случија оние немили настани во Ѓорче Петров, за кои имавме неколку рецензии во проектот¹, кога значи имавме „случување на народот“ во населбата, беше видливо дека имавме многу малку употребливи фотографии од тие настани, а да не говориме за фотографии во низа кои би спојувале во себе автентична приказна што би ни ги пренела тие „жешки ноќи“.

Фоторепортажата е жанр каде акцентот на извештувањето иаѓа на фотографикот, кој, покрај новинарот, присуствувал на некој настан и со својата работа е иодоминантниот извор на сознание за чиста ствар.

Немаше фотографии од каменувањето на Општината Ѓорче Петров, од убедувањето на градоначалникот на бесните граѓани, од горењето на продавниците (со мали исклу-

1 Рецензија: На Ѓорче Петров, на Скопје, на Македонија им се доста трагични бркотници, СПФМ, www.proverkanafakti.mk, 28.05.2014
<http://proverkanafakti.mk/recenzija-na-gjorche-petrov-na-skopje-na-makedonija-im-se-dosta-tragichni-brkotnici/>

чоџи, кои беа неџвалитетни), од доаѓањето на групи млади од други населби (Орман, Волково), од тепањето... Факт е дека на некои наши колешки им беше одземен снимен материјал и избришан од нивните апарати, ама, сепак, од толку многу редакции да нема повпечатлива фотографија, а за фоторепортажа и да не зборуваме, тоа е сигнал што не зборува добро за состојбите во новинарството и сведочи дека и тука, кај луѓето со камери, како да си опстојува нешто што се нарекува – автоцензура.

Францускиот жанр

Фоторепортажата се смета за „француски жанр“, бидејќи во Париз е создадена технолошката основа за користење во многу области, секако и во медиумите. Зборот „репортажа“ на француски значи извештај и за тој жанр неодамна е пишувано во оваа рубрика. Но, фоторепортажата е жанр каде акцентот на известувањето паѓа на фотографот, кој, покрај новинарот, присуствувал на некој настан и со својата работа е подоминантниот извор на сознание за читателот. Или, неретко, единствениот пренесувач на некој настан. Втора особеност на жанрот е „невидливоста“ на фотографот како сведок на некој настан. Значи, што помалку има позирање, односно што помалку било видливо присуството на фоторепортерот на настанот, толку поблиску сме до спецификите на жанрот! Она што е неопходно за да имаме успешна фоторепортажа е личното искуство и понесеност од некој настан, инспирацијата, било да се работи за спортска репортажа (од некој меч), форум, изложба или можеби и погреб! Посебен поджанр е фоторепортажата од животот на обичните луѓе, каде поводот се јавил при случајна средба на камерата со секојдневието, кои можеби некогаш, како снимки или серија на поврзани фотографии, ќе имаат и историска важност, но не и во мигот кога се направени.



Фоторепортажа „Бојџе на шаренајџа револуџија“, Фотографија: Ванчо Цамбаски, www.prizma.mk, <http://prizma.mk/galerija-boite-na-sharenata-revolutsija/>

Рускиот пекол

Еве еден таков пример. Во 2008 година фоторепортерката Ирина Попова направила цела сторија за животот на едно мало девојче, чии родители се наркозависници, и тоа случајно. Една ноќ, шетајќи по улиците на Санкт Петербург, оваа руска фотографка ја забележала Лиља, целосно пијана жена која јавно мочала на улица, додека покрај неа, во количка, спиеело нејзиното девојче. Побарала дозвола да ја фотографира, а Лиља ја повикала во својот стан. Попова боравела неколку недели во тој пекол, едноособниот стан на Паша и на Лиља, во кој тие живеат со девојчето кое е оставено само на себе и со својата репортажа низ слики ја шокирала јавноста². Попова смета дека ако ја напишала сторијата, никој не би ѝ верувал, ќе мислеле дека измислува, претерува и слично! „Моето внимание беше концентрирано главно на светот на малото девојче. Речиси и да станав дел од семејството, а мојата фотосесија на крајот наликуваше на мој личен дневник“, изјавила Попова. По објавувањето на фотографиите на интернет, многумина ѝ забележале зашто не ги известила социјалните служби и полицијата. Била поведена и кампања за одземање на детето од родителите. „Не можев ниту да сонувам дека ќе има такви реакции“, изјавила шокираната фотографка, објаснувајќи дека

2 A raw, heartbreaking look into the life of a 2-year-old and her drug-addicted parents, www.featureshoot.com, 14.04.2014 <http://www.featureshoot.com/2014/04/irina-popova/>

намерата ѝ била со фотографиите да проговори за можностите за љубов меѓу општествено-маргинализираните и дека се надевала оти тие ќе поттикнат на разбирање и ќе ја кренат свеста за тоа дека одгледување на дете воопшто не е лесна задача. По бројни проблеми и конфликти предизвикани од објавувањето на фотографиите, брачниот пар се развел, но девојчето останало да живее со таткото, неговата нова партнерка и со нејзиниот син. Паша повремено работи, како електричар. Лиља, пак, поминала третмани за одвикнување и се вработила во еден дуќан.

Хронолошка линија на настаните

Дали серијата фотографии како дел од фоторепортажата е обврзувачка? Не, може да се издвои само една и таа да е клучната, бидејќи, низ неа се согледува цела историја на една личност, град, појава, од настанокот до финалето! Но, најчесто фоторепортажата е замислена како серија на проследувачки фотографии со хронолошка линија, сè до некакво финале или кулминација. Фоторепортажата многу често нема потреба да биде „диригирана“ од новинар „писар“ како дел од екипата. Големите светски репортери патуваат сами или се движат по улиците и низ настаните, „мири-сајќи“ некој повод од кој ќе добијат – ексклузива. Една од најпознатите „солистки“ во тој контекст е Германката Ања Нидрингхаус, која на почетокот на април, во 2014 година, загина во Авганистан (48 г.). Како фоторепортерка на американската агенција „Асошијетед прес“ (АП), убиена е од авганистански полицаец (!) додека била во придружба на колешка од Канада, која, пак, е сериозно ранета со два куршуми, на истокот на Авганистан. Канадската новинарка Кети Генон (60) го преживеала тој

настан. Нидрингхаус ги следела сите големи светски судири, доби веќе Пулицерова награда во 2005 година за фотографии од судирите во Ирак. Фотографиите на Нидрингхаус постојат сами за себе како што покажа и изложбата од нејзините фотографии кои се посмртно објавени во магазинот „Атлантик“³, кои дојдоа во Скопје во форма на изложба. Секоја фотографија е високо естетизирана и може да „опстои“ сама за себе, но таа е дел од еден воен „рингишпил“ кој е своевиден есеј напишан со фотоапарат на боиштето и кој има и една јасна поттема – формирањето на младите момчиња во воено опкружување.



Фоторепортажа „Боите на шарената револуција“, Фотодографија: Ванчо Цамбаски, www.prizma.mk, <http://prizma.mk/galerija-boite-na-sharenata-revolutsija/>

Драма која се создава

Еве и уште некои примери на користење на фоторепортажата онаму каде не се ни надевате. Така, познато е дека во весниците често сретнуваме критики за драмските премиери. За некои фоторепортери ваквите претстави (се разбира, преку пробите) се сами за себе привлечни и тие ни го прикажуваат создавањето на едно уметничко дело, од почетокот, во првиот чин до финалето. Фоторепортажата е на Драган Митрески, кој имал намера „само“ да ги повика читателите да појдат во Драмски, ама потоа решил и тој да „напише“ свое видување на оваа пиеса на Душан Ковачевиќ („Тесни чевли“)⁴. Предмет

3 Afghanistan: Seen Through the Lens of Anja Niedringhaus, [www.theatlantic.com](http://www.theatlantic.com/photo/2013/11/afghanistan-seen-through-the-lens-of-anja-niedringhaus/100621/), 04.11.2013

4 Животот во тесни чевли и не е толку лош!, [www.vecer.mk](http://vecer.mk/kultura/zhivotot-vo-tesni-chevli-i-ne-e-tolku-losh), 09.03.2014

за работа за фотограф „кој има време“ и не го чекаат во редакција „во пет до дванаесет“, нема ограничени теми, секако. „Ние сакаме да сфатиме сè што ни влегува во очите“, рекол уште во 1889 година францускиот фотограф монументалист Алберт Лонд. Првата фоторепортажа е дело на њујоршки фотографии во 1859 година (значи, пред 155 години), кои снимале фотографии во низа и ги прикажувале со примитивен проектор како „подвижни слики“, односно во тој случај фоторепортажата е предок на филмот! Тоа биле драматични стории – имало убиства, пожари во првите високи згради, комични сцени... Вистински историчар на жанрот е Олег Шишкин⁵. Тој смета дека основа на фоторепортажата е потребата на читателите да ја задоволат речиси никогаш незатворената љубопитност за сè, пред сè, за светот на познатите. Има особена сласт во тоа кога нашите очи влегуваат во тие затворени светови, вели тој. Тоа наше љубопитство ги тера во најголем можен ризик фоторепортерите и ги прави во исто време – натрапници.

Јас не сум таму, а таму е навистина неудобно!

Така читателот – гледач е во многу комотна позиција во дневната соба, додека фоторепортерот често и го жртвува својот живот или се изложува на стрес. Суштината на тој однос е во следното: „Сакам да сум таму и да немам ризик“, односно задоволството често е практично во тоа што „Јас не сум таму!“. Да земеме еден пример од нашето секојдневие. На порталот „МКД“ е објавена фоторепортажа⁶ од селото Побожје, каде еден постекологист, некогаш информатичар, се повлекол од урбаниот

живот и опстојува без „услугите на модерната цивилизација“. Фотографиите на Роберт Атанасовски се прекрасни, разговорот пријатен и јасен во однос на мотивите на сограѓанинот Илија Ѓорѓевиќ, но неизоставно заклучуваме

Особеност на фоторепортажата е „невидливоста“ на фототографот како сведок на некој настан.

дека огромен број од читателите во потсвеста ќе се споредуваат со именуваниот, предметот на репортажата, и ќе бидат задоволни „што тие не се тој“, односно што имаат дома тоалет, топла вода, фрижидер, телевизор... Оваа репортажа, како и многу други, секако, потврдува дека ние имаме „штоф“ кај колегите, ама немаме амбиент за вистински подвизи во жанрот! Деновите сме сведоци како читателите преку фотографии на Петернек се потсетуваат на драматичните демонстрации во Белград (2 – 8 јуни 1968 г.)⁷. Тие се секако правени и објавени во едно време кое се нарекува едноумие, кога уредниците и новинарите веднаш губеле работа ако не биле „на линија“ и слично. Па, ако во едни драматични ноќи, во едни настани во кои учествувала видливата и невидливата полиција, се сочувани толку многу фотографии кои говорат, на пример, за прекумерно употребуваната сила, зашто денес немаме такви примери?! Разликата е во актуелниот амбиент, во кој некогаш работеле или денес работат фоторепортерите. Не треба да се кажува на чија штета е таа споредба!

5 150 лет фоторепортажа, [www.kommersant.ru](http://kommersant.ru/doc/2283792), 01.07.1996
<http://kommersant.ru/doc/2283792>

6 Илија Ѓорѓевиќ, Информатичарот што го напушти урбаното и живее во тркалезна кука во Побожје – опкружен со слободни животни (фотогалерија), www.mkd.mk, 22.03.2014 <http://www.mkd.mk/makedonija/informaticharot-shto-go-napushti-urbanoto-i-zhivee-vo-trkalezna-kukja-vo-pobozhje#16>

7 Photography Peternek
<http://www.peternek.rs/katastrofe-i-protesti/>

Специјализирано новинарство ОД НАДРИЖУРНАЛИСТ ПРЕКУ НАДРИЛЕКАР ДО ОБЈАВУВАЊЕ ОПАСНИ ГЛУПОСТИ!

Пишува: Теофил Блажевски



Photo by: Emily Jackson, At Mulago Hospital
<https://www.flickr.com/photos/ubcart/5982678626>

„Зад зборовите мора да има знаење. Разбирањето на медицинската наука е она што ги издвојува новинарите за медицина од новинарите што покриваат општи теми... Вие не мора да бидете научник или доктор, но мора да знаете како функционира науката, да размислувате како ќе ги преведете нивниот жаргон и нивните идеи на разбирлив јазик“

(Томас Линден, професор по медицински журнализам)

Пред десетина дена во „Сервис за проверка на фактите во медиумите“ (СПФМ) беше рецензирано едно такво неодговорно известување¹ од оваа област. На веб-страницата на ТВ „Сител“ беше објавен текст кој целос-

Не мора да бидете научник или доктор, но мора да знаете како функционира науката, да размислувате како ќе ги преведете нивниот жаргон и нивните идеи на разбирлив англиски (мајчин јазик, н.з.)

но неаргументирано пропагира отфрлање на вакцините. Потребна е целосна неодговорност на новинар или уредник или, подобро речено, надриновинар, за да се пласира текст без никаква ограда на јавното гласило. Дотолку повеќе што текстот е нејасен и неразбирлив и личи на текст преведен со помош на „џуџл транслејт“!

Ова беше поттик за блиц-преглед за тоа што сè се објавува на порталите во Македонија на тема медицина и здравје, генерално. Мнозинството од порталите често се решаваат да објавуваат вести од медицината и, општо, од проблематиката поврзана со здравјето,

1 Рецензија: Истражување во Полска потврди: Вакцините немале никогаш никаква корист, СПФМ, www.proverkanafakti.mk, 21.08.2014
<http://proverkanafakti.mk/recenzija-istrazhuvanje-vo-polska-potvrди-vakcinite-nemale-nikogash-nikakva-korist/>

а мотивите се очигледни – читаност, кликаност, гледаност. Повеќето од нив дури и имаат посебни рубрики, најчесто наречени „здравје“, кои се или издвоени или се ставени како подрубрики во рубрики „живот“, „наука“, или дури и „стил“(!?). Еден помал дел од информативните портали („Телеграф“, „МКД“, „Курир“...) воопшто не објавуваат (или многу ретко) вести од здравје и од медицина, што може да се смета дури и за доблест – подобро да нема такви вести отколку да бидат погрешни или смешни. Но, спомнатите, пак, редовно објавуваат текстови посветени на здравството во Македонија генерално, а дел од нив тие текстови ги објавуваат еднострано и некритички.

При блиц-прегледот може да се воочи уште една специфика – мошне коректно од оваа област информираат портали кои немаат специјализирани новинари, но се држат до основни професионални стандарди, па задолжително го ставаат и изворот на веста, авторот, а понекогаш и линкови. Такви позитивни примери најмногу најдовме кај порталите „Точка“²³ и „Кајгана“, иако кај овој вториов ќе се сретне и по некој лош пример⁴. Повеќето текстови на овие два портали во рубриката „Здравје“ имаат извор или автор и се релативно коректно пласирани.

Од другите портали кои спаѓаат во популарни, а воопшто не наведуваат извори за ваквите вести, можеме да ги наведеме „**Фемина**“⁵ и „Идивиди“⁶, иако и тука може да се сретнат исклучоци, каде што има не само наведен извор, туку и линкови⁷.

Има и такви веб-страници и портали кои се или би требало да се специјализирани за овие области, но дури и кај нив можете често да сретнете вести и информации кои отстапуваат од новинарските стандарди. Таков пример најдовме на порталот „**Здравје и убавина**“⁸.

Позитивните примери се навистина ретки. Може да се издвојат интернет-платформите на „Нова Македонија“ и на „Дневник“ (овој вториов одамна има и посебен додаток „Здравје“⁹), како и тие на „**Нова ТВ**“¹⁰ и на телевизијата „**24 Вести**“¹¹. Кај овие медиуми текстовите ги пишуваат претежно специјализирани новинари што покриваат здравство, па оттука и нивните текстови за теми од здравството (па и медицината) се едни од покоректните во новинарска смисла. Мошне коректни текстови во смисла на задоволување на новинарските стандарди можат да се сретнат на порталот „**Здравство 24**“¹², но оваа веб-страница е речиси целосно посветена на здравствениот систем. Дефинитивно најдобрата веб-страница посветена

2 Неколку факти за витамините кои треба да ги знаете, www.tocka.mk, 11.08.2014
<http://tocka.com.mk/3/134076/nekolku-fakti-za-vitaminite-koi-treba-da-gi-znaete>

3 Ги конзумираме секој ден, а во нив е откриена хемикалијата која предизвикува тумор, www.tocka.mk, 03.07.2014
<http://tocka.com.mk/3/130722/gi-konzumirame-sekoj-den-a-vo-niv-e-otkriena-hemikalijata-koja-predizvikuva-tumor>

4 7 работи кои ќе ви се случат доколку почнете да цогирате, www.kajgana.mk, 12.08.2014
<http://kajgana.com/7-raboti-koi-kje-vi-se-sluchat-dokolku-pochnete-da-dzhogirate>

5 Листерииоза – симптоми и превенција, www.femina.mk, 25.07.2014

6 Мешавина од три состојки го победува ракот, www.idividi.com.mk, 24.07.2014
<http://www.idividi.com.mk/stil/zdravje/937430/index.html>

7 Природен начин за лечење на кариес, www.idividi.com.mk, 24.07.2014
<http://www.idividi.com.mk/stil/zdravje/937945/index.html>

8 Неплодност – болест на репродуктивниот систем, www.zdravjeubavina.com, 29.07.2014
<http://zdravjeubavina.com/zdravje/bolesti/neplodnost-bolest-na-reproduktivniot-sistem/>

9 <http://www.dnevnik.mk/?ItemID=8F8CC30A3724134CAADF59435FB5D124>

10 <http://novatv.mk/>

11 <http://24vesti.mk/>

12 <http://zdravstvo24.mk/>

на оваа проблематика е „Доктори“¹³. Таа водно е и единствениот успешен пример кај нас каде што се негува т.н. медицински журнализам. Текстовите и советите од областа на медицината и на здравјето се целосно релевантни, а тоа, меѓу другото, се должи и на

Зад зборовите мора да има знаење.

фактот што оваа специјализирана веб-страница ја уредуваат и за неа пишуваат исклучиво доктори по медицина, специјалисти и супспецијалисти и универзитетски професори или други научни соработници.

Ова е генералната слика и прилика за третирањето теми од областа на медицината и на здравјето (вклучувајќи го и здравството), за која не тврдиме дека е најпрецизна, но дека е релативно точна.

Медицински журнализам – непозната гранка

Таквата состојбата е безмалку трагична. Се објавуваат такви глупости како што е веќе споменатиот текст против вакцините или текстови во кои се опишува зошто морате да трчате секојдневно или дека треба да пиете вода најмалку три литри на ден, без да се стави никаква ограда, без да се нагласат спецификите, а со тоа се отвора патот што може да доведе до трагични последици. На пример, болен од рак можете да го охрабрите да се потпре исклучиво на алтернативна медицина, болен од срце можете да го убиете со тоа што ќе го охрабрувате да трча, а пациенти заболени од висок притисок можете да ги умрете со тоа што ќе ви поверуваат и ќе

пијат повеќе течност, без да ги знаат последиците или спецификите на нивната болест! Причината за ваквата состојба лежи во тоа што во македонските медиуми никогаш не била негувана специјализацијата на новинарите по области (чест на исклучоци, н.з.), како и тоа што на двете главни школи за новинари во земјава нема предмет кој би се нарекол медицински журнализам, како што е тоа пример нашироко во светот.

Доктор Томас Линден¹⁴, кој е професор на предметот медицински журнализам на Школата за новинарство и масовна комуникација при Универзитетот во Северна Каролина, вели дека¹⁵ не може да известувате за медицина и за здравство ако немате познавање од оваа област.

„Зад зборовите мора да има знаење. Разбирањето на медицинската наука е она што ги издвојува новинарите за медицина од новинарите што покриваат општи теми... Вие не мора да бидете научник или доктор, но мора да знаете како функционира науката, да размислувате како ќе ги преведете нивниот жаргон и нивните идеи на разбирлив англиски (мајчин јазик, н.з.)“

Според Линден, кој бил прв дописник за здравство и за наука на „Си-ен-би-си“ (CNBC), репортер за медицина на „Крона ТВ“ (KRONATV), уредник за медицина во „Фокс 11 њуз“ (FOX 11News) од Лос Анџелес, дефинитивно е потребна дообука за сите што се заинтересирани за специјализираното известување за медицина и за здравство. Тој вели дека се потребни два типа дообука. Оние кои се веќе во новинарството и работат како општи репортери потребно е да посетуваат барем некој курс за медицински журнализам и секако да поседуваат општи познавања од биологија, хемија, генетика и од физика.

¹³ <http://doktori.mk/>

¹⁴ Tom Linden, M.D., Distinguished Professor of Medical Journalism in the School of Journalism and Mass Communication at the University of North Carolina at Chapel Hill.
<http://www.unc.edu/~trl/>

¹⁵ Learning To Be a Medical Journalist, www.niemanreports.org,
<http://niemanreports.org/articles/learning-to-be-a-medical-journalist/>

Вториот тип (до)обука е за лекарите кои решиле истовремено да се занимаваат со медицински журнализам. Тие, според професорот, треба да посетат некој општ курс за новинарство и да ги научат основните правила за пишување.

Се грешат и на запад

Гери Свицер, кој повеќе од 40 години има кариера како новинар кој се специјализирал за известување за медицина и за здравство и кој е основач на најдобрата веб-страница за рецензии на текстови посветени на медицина „Хелт нјуз ривју“ (Health News Review), наведува дека голем дел од новинарите во оваа област често не успеваат во својата работа. Во истражувањето што го објавил во 2008 г.¹⁶, по двегодишно следење на 500 новинарски приказни од областа, утврдил дека новинарите најчесто не успеваат да поведат дискусии за цената на чинење, за квалитетот на доказите, за постоење алтернативни опции и за магнитудата на апсолутните придобивки или штети (од некои нови медицински откритија или лекови, н.з.).

Според Свицер, кој десет години предавал и медицински журнализам и медиумска етика на **Школата за новинарство и масовни комуникации од Универзитетот во Минесота**, известувањето за медицината или за здравството мора да биде **точно, балансирано и целосно**.

„Доколку известувањето е нецелосно, небалансирано или неточно, потрошувачите (читателите, н.з.) може да стекнат нереални очекувања и да имаат нереални барања за нивната здравствена заштита и нега, со што корисноста е мала или, пак, може да биде и штетна“, советува Свицер. Тој признава дека новинарите кои пишуваат за медицина или за здравствениот систем честопати се соочуваат со кусок од време за своите стории, со притисоци од уредниците

и со погрешни, односно нецелосни податоци добиени од своите извори. Но, сето тоа не е доволно за да се најде оправдување. На неговата веб-страница, на прашањето дали се фер кон новинарите во оваа област, стои

Доколку известувањето е нецелосно, небалансирано или неточно, потрошувачите (читателите, н.з.) може да стекнат нереални очекувања и да имаат нереални барања за нивната здравствена заштита и нега, со што корисноста е мала или, пак, може да биде и штетна

објаснувањето дека токму поради огромното влијание во образованието на луѓето околу нивното здравје, не смее да има компромис околу квалитетот на текстовите. И повторно се потенцираат трите основни критериуми – точност, балансираност и целосност!

Експертите кои работат на овој проект навеле десет критериуми по кои ги оценуваат текстовите објавени во главните американски медиуми, а кои се однесуваат на медицината и на здравјето. Бидејќи кај нас нема соодветни школи за ова, тука ќе ги пренесеме нивните критериуми што им ги сугерираат на читателите како потребни за да се уверат во релевантноста на еден текст, а истовремено им служат и на самите рецензенти во проектот. Овие критериуми (дури и без оглед на различниот контекст на здравствените системи), истовремено можат да се сметаат и како водилка за авторите или уредниците на сите идни новинарски текстови што треба да се објават на нашите медиуми, за да не се објавуваат неточности или дури и глупости од оваа област:

16 How Do US Journalists Cover Treatments, Tests, Products, and Procedures? An Evaluation of 500 Stories, www.journals.plos.org, 27.05.2008
<http://journals.plos.org/plosmedicine/article?id=10.1371/journal.pmed.0050095>

- Колку (третманот, лекот) чини севкупно?;
- Колку често е забележена добробит (од третманот или лекот)?;
- Колку често се случуваат повреди/штети (од третманот или лекот)?;
- Колку се цврсти доказите (за третманот, лекот, нови сознанија од разни истражувања)?;
- Дали опишаните состојби се преувеличени (од третманот, лекот или во истражувањето)?;
- Дали постои алтернативна можност (за третман, за лек)?;
- Дали навистина станува збор за нов пристап (нов начин на лекување)?;
- Дали е достапен за мене (дали третманот или лекот е достапен за сите пациенти во системот на здравството во дадена земја)?;
- Кој го промовира ова?;
- Дали постои конфликт на интереси (помеѓу сопственикот на медиумот, новинарот, уредникот и субјектот или околу темата за која се пишува)?

За велосипедизмот и за простатата

За крај, еден пример од нивна рецензија за тема за која пишуваа и нашите медиуми – студија за поврзаноста на некои болести, меѓу кои и ракот на простата кај мажите и возењето велосипед.

Еве што објавија во јули годинава некои наши портали, меѓу кои и „Здравство 24“: „Велосипедистите со 6 пати поголем ризик од добивање рак на простата“¹⁷.

Студијата или веста за студијата ја нашле и американските медиуми и еден од нив неодамна објавил вест со наслов: „Ризикот за рак од простата е зголемен кај мажите велосипедисти повозрасни од 50 години, покажа една студија“¹⁸.

Гари Свицер неодамна ја рецензирал сторијата (објавена во американскиот медиум) и

Разбирањето на медицинската наука е она што ги издвојува новинарите за медицина од новинарите што ѝокриваат оштите теми...

утврдил дека сторијата е погрешна, вклучувајќи го и насловот¹⁹! Оттука можеме да извлечеме конкретен и добар пример, споредувајќи го текстот објавен на нашата веб-страница што ја објавила веста (пренесена) од британски весник, при што убаво може да се види синџирот на погрешно информирање и доведување на читателите во заблуда!

Затоа, на крај, ќе повториме – зборот може и да убие или да нанесе огромна штета. Ова треба да го имаат предвид сите новинари, а особено тие што пишуваат за медицина или за здравје. Заинтересираните може да најдат и повеќе практични водичи за својата работа на порталот на Здружението на новинари за здравство (The Association of Health Care Journalists)²⁰ или, пак, нека посветат малку внимание, на пример, на страницата за здравје на „Би-би-си“ (BBC)²¹.

17 <http://zdravstvo24.mk/2014/07/10/velosipedistite-so-6-pati-pogolem-rizik-od-dobivanje-rak-na-prostata/>

18 <http://www.pbs.org/newshour/rundown/study-shows-prostate-cancer-risk-rises-in-male-cyclists-over-50/#.UPtW9ZezWL.twitter>

19 <http://www.healthnewsreview.org/2014/08/misleading-pbs-headline-study-shows-prostate-cancer-risk-rises-in-male-cyclists-over-50/>

20 The Association of Health Care Journalists, <http://healthjournalism.org/http://healthjournalism.org/slimguides#medicalresearch>

21 <http://www.bbc.com/news/world/health>

Специјализирано новинарство МЕДИУМИТЕ ЗА ПОЛИЦИЈАТА

Пишува: Мирјана Најчевска



Фото: Ванчо Цамбаски

Овој вид стории имаат исклучително големо значење во отсликувањето на безбедносната ситуација во државата, анализата на дејствувањето на полицијата и во контролата над државните структури кои се овластени за употреба на насилство во државата. Кои се најчести проблеми со кои се соочуваме при известувањата за полициските акции или за случувања поврзани со полицијата.

1. Многу често наместо анализа на некој случај се пренесува изјава на функционер од Министерството за внатрешни работи (МВР).

Медиумската анализа или барем медиумската вест се заменува со пренесување по-

Овој вид стории имаат исклучително големо значење во отсликувањето на безбедносната ситуација во државата, анализата на дејствувањето на полицијата и во контролата над државните структури кои се овластени за употреба на насилство во државата.

лициски билтен (дури и кога е апсолутно бесмислен), а новинарите стануваат дистрибутери на полицискиот билтен. На пример, под насловот „Рација на охридската полиција во Ловечки дом“¹ се вели:

„По претходно добиена наредба од Истражен судија при ОС-Охрид, вчера

1 <http://www.ohridnews.com/vesti/51044>

полицијата извршила претрес во Ловечки дом и други простории лоцирани во атарот на с.Куратица во местото викано „Тина“, каде според сознанија на полицијата престојувало 29 годишно лице од Охрид. Како што соопшти МВР предмет на претресот бил и џип „Чироки“.

При претресот во објектот биле пронајдени најлонска пакување со непозната зелена растителна материја, моторна пила непозната марка, две пакувања со ризли и рачен часовник. При извршениот претрес во возилото биле пронајдени и пиштол кал.7,65 со празна рамка и моторна пила. Предмети со потврда за привремено одземени предмети се одземени за понатамошна постапка, соопшти МВР².

Се поставува прашањето зошто новинарот ни ги дал овие податоци и зошто новинарот не ни помислил дека јавноста треба да ја информира за тоа за кое кривично дело станува збор и зошто се гони тоа 29-годишно лице, кое, замислете, има во свој посед часовник и моторна пила и дури две пакувања „ризли“. Во случаи во кои е инволвирана полицијата, најчесто како единствен извор на „информацијата“ се посочува лице или структура од МВР и целата „информација“ се исцрпува со официјалното известување од МВР:

- Според информациите на Секторот за внатрешна контрола и професионални стандарди (СВКПС)...;
- Од полицијата повеќе информации за акцијата најавуваат за подоцна...;
- ... велат од МВР;

На овој начин граѓаните не добиваат целосна информација, туку само она што сака да го прати како порака МВР, а медиумите не само што не ја извршуваат својата улога на контролори на полицијата, туку во буквална смисла на зборот функционираат како гласноговорници на полицијата.

2. Примена на законот

Во информациите поврзани со дејствувањето на полицијата, новинарите немаат обичај да ги консултираат законите (Закон за полиција, за внатрешни работи, за кривична постапка или Кривичниот законик), да ги стават во контекст на конкретен случај и да ги искористат за поставување прашања, односно за извлекување заклучоци.

На пример, во порталот „Журнал“, под наслов „Полицаец од Велес пукал во крадци“² е дадена изјавата на портпаролката на полицијата во Велес, според која:

„Полицаецот е на должност 24 часа. Неговата постапка да пука е сосема исправна,

Кога е инволвирана полицијата, и кога најчесто како единствен извор на „информацијата“ се посочува лице или структура од МВР и целата „информација“ се исцрпува со официјалното известување од МВР граѓаните не добиваат целосна информација, туку само она што сака да го прати како порака МВР

ако се знае дека за ова дело тешка кражба предвидена е поголема затворска казна од четири години“.

Новинарите ја зеле здраво за готово оваа изјава и не се помачиле да проверат во двата закони во кои може да има податоци за ова: Законот за полиција и Кривичниот законик. Според Законот за полиција (чл. 89):

2 <http://www.zurnal.mk/mk/cont.asp?k=24210172853&s=24210172915&ID=10111153711>

„Полицискиот службеник е овластен да употреби огнено оружје кога на друг начин и со употреба на другите средства за присилба не може меѓу другото: ... да спречи извршување на кривично дело за кое може да се изрече казна затвор во траење најмалку од четири години“.

Според Кривичниот законик (чл. 236):

„...за тешка кражба сторителот ќе се казни со затвор од една до пет години“.

Тоа значи дека не станува збор за дело за кое најниска казна е четири години. Тоа, пак, значи дека полицаецот не го употребил оружјето во согласност со законот. И тоа значи дека новинарите треба да ѝ постават прашање на портпаролката зошто полицаецот не го почитувал законот и зошто не е поведена постапка за негово казнување.

Во овој и во многу други случаи, новинарите не се заинтересирале ни за чл. 90 од Законот за полиција, според кој:

„Употребата на огнено оружје не е дозволена ако се доведува во опасност животот на други лица, освен ако употребата на огненото оружје е единствено средство за одбрана од посреден напад, опасност од напад врз животот на други лица“.

Во спомнатиот случај е пукано од зграда кон улица, со голема веројатност дека може да биде загрозен животот на некој случаен минувач.

Во поголем број случаи во кои надвор од работното време полицаецот употребува огнено оружје или едноставно немарно се однесува спрема него како во случајот „На полицаец му украде пиштол и значка“³, новинарите не се заинтересирале за одредбите на Правилникот за начинот на вршење на полициските работи, според кој (чл. 223) оружјето се подига пред вршење на должностите и се враќа по завршување на долж-

носта. Токму на овој начин и МВР е одговорно за тоа што се случува со употребата на оружјето кое е дадено на вработени во МВР. Посебен проблем на полициското постапување кој останува надвор од интересот на медиумите е законската употреба на средствата за присила. Според чл. 35 од Законот за полиција:

„Примената на полициските овластувања мора да биде сразмерна на потребата заради која се преземаат.“

Од полициските овластувања се применуваат само оние со кои со најмалку штетни последици и во најкраток временски период ќе се оствари целта“.

Според чл. 80 од Законот за полиција, лисиците се средство за присила за чија употреба треба да бидат исполнети и определени услови. Според чл. 85 од Законот за полиција, „Средствата за врзување лица се употребуваат заради:

- 1) спречување отпор на лица или одбивање напад насочен спрема полицискиот службеник;
- 2) спречување бегство на лица и
- 3) оневозможување самоповредување или повреда на други лица“.

Полицискиот службеник вообичаено му ги врзува рацете на лицето зад неговиот грб.

Наспроти ова, во медиумите постојано се појавуваат фотографии на луѓе кои се врзани со лисици, а нема никаков знак на тоа дека овие луѓе давале отпор, биле опасни по својот или животот на други или, пак, се подготвувале на бегство. И најчесто, на фотографиите може да се види дека рацете на луѓето на кои им се ставени лисици се напред, а не назад.

Вакви примери се известувањата за случаите „Расколник“⁴ или службеничката

3 <http://vecer.mk/makedonija/na-policaec-mu-ukrale-pishtol-i-znachka>

4 <https://www.youtube.com/watch?v=bI2hMbvoiG4>

осомничена за примање мито⁵ или заменикот јавен обвинител⁶ осомничен за прикривање кривични дела.

Ниту еден новинар не го поставува прашањето на исполнетост на овие услови кога ги поставува фотографиите на луѓе кои се спроведуваат со лисици на рацете. Дали навистина монахињата се подготвува да ги нападне полициските службеници или, пак, службеничката се подготвува да се самоповреди или заменикот јавен обвинител се дал во бегство? Ниту еден новинар не покажува интерес дали во ваквите случаи станува збор за незнаење на полицајците или за насилство и понижувачки однос кон осомничените или за наредба која е дадена од раководството или, пак, од страна на министерката. Или, поинаку кажано, можеби новинарот сработил некоја норма за да добие плата, но сигурно не ѝ дал „информација“ на јавноста.

3. Одговорност на државата за квалитетот на кадрите кои имаат право за употреба на насилство

Во одговорите дадени за случајот на убиството на Мартин Нешковски, министерката за внатрешни работи изјави: „Инцидентот беше изолиран“ и „Вакви немили настани имало и за жал ќе има и во иднина“⁷. Медиумските извештаи од овој случај и други слични случаи не се задржаа на ова и на слични тврдења и не ја прават врската со

одговорностите што државата ги презела со Уставот, меѓународните ратификати и со националните закони.

Токму во оваа насока се и препораките⁸ на Европскиот суд за човекови права⁹, според кој:

„...примарна должност за државата е да донесе законодавна и административна рамка, дизајнирана да обезбеди ефективна превенција. Оваа рамка мора да вклучува регулатива наменета за посебните карактеристики на одредени активности, особено внимавајќи на нивото од потенцијален ризик за човековиот живот. Државата мора да демонстрира особено внимание и да ги дефинира ограничените околности кога службените лица за спроведување на законот може да користат оружје“.

Во случајот Сашо Ѓоргиев против Македонија¹⁰, ЕСЧП констатира дека во одговорот добиен од Владата во врска со процедурите на регрутирање и на обука на лицата кои имаат право да носат оружје нема информации за тоа:

„...дали било каква оценка била направена од националните органи во однос на тоа дали Р.Д. бил способен да биде регрутиран и вооружен со такво оружје кое доведе до инцидентот во прашање. Во такви околности, Судот смета дека штетното дејствие што Р.Д. го презеде во барот мора да биде припишано на одговорната држава.“

Интересен момент во известувањето на медиумите е индивидуализацијата на случаите. Имено, полицајците не се третираат како

5 <http://www.plusinfo.mk/vest/50201/Lisici-na-race-za-podmitena-policiska-sluzhbenichka->

6 <http://kajgana.com/policiska-akcija-vo-prilep-i-bitola-uapsen-javen-obvinitel>

7 И двете содржини со изјавите на министерката за внатрешни работи Гордана Јанкуловска во врска со овој настан се отстранети од официјалната веб-страница на Министерството за внатрешни работи.

8 http://www.pravda.gov.mk/documents/gorgiev_mk.pdf

9 <http://mediumi.kauza.mk/2013/02/13/mediumite-za-presudite-na-evropskiot-sud-za-chovekovi-prava/>

10 http://www.pravda.gov.mk/documents/gorgiev_mk.pdf

дел од Министерството за внатрешни работи, како луѓе на кои државата им доверила носење и употреба на оружје и за кои државата презела одговорност да ги научи и да ги контролира, туку како индивидуи (поединци) кои треба да бидат перципирани на истоветен начин како било кој друг поединец. На пример, во медиумите се појавува информација дека:

„... двајцата осомничени за нападот врз Алчев за себе имаат работни досиеја со бројни дисциплински мерки, а Зоран во

Освен во некои исклучоци, новинариџе многу рејџко џо следаџ развојџ на сџториџе џоврзани со дејсџвувањето на џолицијата

февруари добил и отказ од МВР, бидејќи заедно со Јоцо учествувал во тепачка во ноќниот бар ‘Аудиториум’ кога нападнале ракометари на Металург. Поради инцидентот Внатрешната контрола на МВР го дала Јоцо на дисциплинска постапка и бил парично казнет и прераспределен на друго работно место.“

Во врска со ова во медиумот не се поставува прашањето како може полицајци со бројни дисциплински мерки да бидат сѐ уште полицајци? Каков е системот на заштита на граѓаните во ситуација кога МВР нема начин за селектирање на тие што ќе носат униформа. И која е одговорноста на МВР за тоа

граѓаните да не бидат изложени на насилство од државни службеници.

Отсуството на елементарна подготовка за пишување на ваков вид написи (со читање барем на Законот за полиција), доведува до ширење заблуди кај граѓаните. На пример, насловот:

„МВР: Се трага по напаѓачите на Алче. Лицата не биле на службена должност“¹¹

имплицира дека МВР нема врска со напаѓачите. Ова е апсолутно неточно ако се има предвид чл. 13 од Законот за полиција според кој:

„Полицискиот службеник е должен надвор од работното време да преземе неопходни мерки според околностите на случајот, заради заштита на животот, личната сигурност и имотот на граѓаните.“

Ова значи дека однесувањето на полицаецот не е поврзано со работното време туку со неговата служба. Меѓутоа, во реалноста се случува токму обратното: наместо да го оставаат службеното оружје во заштитените простории пред да излезат од работа, полицајците ја оставаат службената должност во работните простории, а со себе го понесуваат службеното оружје.

Дури и за случаи каде што се вмешани раководни лица во полицијата, како што е, на пример, акцијата „Детонатор“¹², новинарите не го поставуваат прашањето за поширока одговорност на МВР и за начинот на кој се врши селекцијата и контролата над кадрите во полицијата, кариерното напредување и соодветната контрола над нивното работење.

Истото прашање може да се постави и за случајот опишан во весникот „Вечер“¹³, според кој: „Полицаец од Демир Хисар нападнал човек, а потоа и пукал во него затоа што направил инцидент во кафулето на неговиот брат, соопшти МВР. Полицаецот Н.Н.

11 <http://www.ohridnews.com/vesti/52259>

12 <http://maxim.mk/zapochna-sudenjeto-za-%E2%80%9Edetonator%E2%80%9C>

13 <http://vecer.mk/makedonija/policaec-tepal-i-pukal-pred-kafule>

(32) ќе одговара само за предизвикување општа опасност иако посегнал по службеното оружје кога не бил на должност.“

Се наметнува прашањето дали овие новинари навистина мислат дека полицаецот, кому ние сите заедно сме му довериле лично и формациско оружје, но под мошне строги услови за да нè брани, пред сè и над сè, нас граѓаните е „обичен граѓанин“? Или барем дел од новинарите можеби свесно се обидуваат да ја расплачат јавноста над тешката судбина на овие „обични граѓани“ за таа, јавноста, да не обрне внимание не само на секојдневното и на сè поголемо оддалечување на полицијата од народот што токму таа треба да го штити туку и обратното – постепено поставање на народот во улога на непријател што треба да биде тепан, па дури и претепан до смрт.

4. Следење стории

Освен во некои исклучоци, новинарите многу ретко го следат развојот на сториите поврзани со дејствувањето на полицијата. Имено, нема посложени анализи во кои би се направило поврзување на различни стории ниту, пак, се следи завршницата од почнати процеси.

На пример, што се случило со лишените од слобода, дали била поведена постапка, дали се соодветно казнети полицајците кои направиле прекршувања и, најважно од сè, дали се преземени системски мерки за промена која би го намалила бројот на ваков вид прекршувања.

Медиумите не ги искористуваат претходно напишаните стории во функција на анализа. На пример, во известувањето за новиот прием на полицајци во МВР („Јагма за вработувањата во полиција“¹⁴), оваа информација не се поставува во контекст на проблемите со необучени полицајци или злоупотреба на

полициската функција, неоправдана употреба на сила и сл. Имено, не се анализираат критериумите за вработување, начинот на селекција на кадрите и понатамошната обука која треба да ја поминат пред да добијат оружје во раце.

Дури и во случаите кога во медиумското известување ќе биде воочен проблемот, тој не се анализира понатаму:

„Овој интерес можеби се должи и на позициите дадени во огласот, во којшто строг е единствено критериумот за физичката подготвеност. Кандидатите треба да имаат под 25 години доколку

Претставувањето на полицајците во јавноста зависи од тоа кој медиум го врши, односно, кон која политичка опција припаѓа медиумот

за прв пат бараат работа, минимум четиригодишно средно образование, да не се осудувани и да немаат судска забрана за вршење на професијата полициски службеник“.

Во известувањето не се користат случаи кои веќе предизвикале внимание, како, на пример, за полицаецот кој насилно се однесувал во Крушево¹⁵. И во овој случај сторијата не се проширува и не се поставуваат прашања за одговорност на државата, олицетворена во МВР, за изборот и за контролата на службениците кои имаат право да носат и да употребат оружје.

14 <http://evesti.mk/2012/06/21/jagma-za-vrabotuvanjata-vo-policija/>

15 <http://www.mkd.mk/8907/uncategorized/pijan-policaec-diveel-niz-krusevo>

5. Политичка конотација

Претставувањето на полициското дејствување во голема мера зависи од тоа кој медиум го врши, односно, кон која политичка опција припаѓа медиумот.

Во провладино ориентираните медиуми насловите и целиот начин на прикажување на настаните често се поставени на таков начин што прашањата кои би требало да бидат упатени кон МВР и кон власта се заменуваат со воспоставување негативна врска со опозициските партии.

На пример, насловите „Екс-обезбедување на СДСМ го избодело директорот на охридски ’Комуналец‘“¹⁶ или „Обезбедувачот на Шеќеринска го избол директорот на охридски Комуналец?!“¹⁷, целосно го игнорираат фактот дека станува збор за активни полицајци, вработени во МВР и дел од одговорноста на МВР, односно, воопшто не упатуваат на дејствување на полиција (дури ни во индивидуално својство, а камоли како државни службеници за кои е одговорно МВР).

На порталот „Комуникација“ е отидено и чекор понатаму и наместо да биде дадена фотографија на МВР или на министерката за внатрешни работи (со оглед на тоа дека станува збор за вработени во ова министерство), во текстот е ставена фотографија на Радмила Шеќеринска, што заедно со насловот „Бодигардот на Шеќеринска го избодел Сашо Алчев?“¹⁸ отворено ги дезинформира граѓаните и наместо одговорност на министерството, одговорноста ја става во контекст на член на опозициската политичка партија. Од друга страна, во медиумите кои се блиски до опозицијата, постои тенденција за неосновани обвинувања на полицијата за

пречекорување на овластувањата. Последен пример е медиумската вест пренесена од неколку опозициски ориентирани медиуми под наслов: „Полициска бруталност кон лицата од отпорот“¹⁹, „Полициска бруталност кон младите од Отпорот“ и „Полицијата денеска ги туркаше отпорашите“²⁰. Во ниту еден од овие медиуми не е дадена законската определба на полициска бруталност и не е направена анализа за тоа

Најисџиџе и извесџувањата џоврзани со активносџиџиџе на џолицијата вообичаено џредизвикуваат џнимание (особено коѓа сџанува збор за џоѓолеми акции на џолицијата, акции во кои се аџакува врз организираниот криминал или, џак, сџанува збор за џрекумерна уџоџреба на сила од сџрана на џолицијата).

дали навистина во случајот станува збор за вакво нешто или не? И зошто да го направат тоа кога тие „само пренесуваат“ – пренесуваат што кажало МВР, што кажал некој политичар, што кажал... Се чини дека единствено што не „пренесуваат“ се вистинити, објективни и непристрасни информации за јавноста.

16 <http://www.time.mk/cluster/4b92881004/izvini-raco.html>

17 <http://vecer.mk/makedonija/obezbeduvachot-na-shekjerinska-go-izbol-direktorot-na-ohridski-komunalec>

18 <http://www.time.mk/cluster/4b92881004/izvini-raco.html>

19 <http://a1on.mk/wordpress/archives/108831>

20 <http://www.plusinfo.mk/vest/82159/VIDEO-Policijata-deneska-gi-turkashe-otporashite>

НИКОГАШ НЕ ВЕЛЕТЕ МУ ЗБОГУМ НА РАДИОТО

Пишува: Љубомир Костовски



Photo by: Jeffrey Beall, Public Radio studio
<https://www.flickr.com/photos/denverjeffrey/8847170585>

Познатиот дубровнички диџеј Здравко Кеџо еднаш ќе рече дека новинарите од весниците цел ден пишуваат и бришат реченици, се мачат, за, на крај, божем, да излезат поумни од претходниот ден. На телевизија водителите цел ден се пред огледало, си говорат самите себеси за да излезат, ако може, поубаво. Само на радио може да се види дали е некој навистина умен или не!

Ова е, секако, е едно од многуте поедноставувања на сликата за медиумите, дадена од наш колега, кој до 2002 година работеше во Амбасадата на Хрватска во Скопје, а сега е докторант по политички науки на Универзитетот во Загреб. Ама, мора нешто кај радио-водителите да е одговорно за жи-

Познатиот дубровнички диџеј Здравко Кеџо еднаш ќе рече дека новинарите од весниците цел ден пишуваат и бришат реченици, се мачат, за, на крај, божем, да излезат поумни од претходниот ден. На телевизија водителите цел ден се пред огледало, си говорат самите себеси за да излезат, ако може, поубаво. Само на радио може да се види дали е некој навистина умен или не!

лавоста на овој медиум, кому одамна му предвидуваат крај. Особено откако се појави неговиот технолошки близак (по начинот на пренесувањето и приемот на сигналите) – телевизијата. Потоа се појави и персоналниот сметач и сите пак рекоа – збогум радио! Радиото сè уште функционира и неодамна стигнаа и процени дека некои изгубени жанрови, како радио-драмата, се враќаат во етерот.

Америка слуша само радио

Ако знаеме на што се должи долгиот животен век на медиумот, веројатно ќе одговориме на тоа зошто тој има и иднина! Според една од најпознатите американски радио-водителки, **Џули Брнстин**, која 25 години работи во разни шоуа и има добиено бројни признанија за својата креативност, блискоста на гласот до примордијалните искуства на поединецот веројатно е клучот. Значи, според неа:

„Радиото неколкупати е прогласено за мртво, но во САД сѐ уште се слуша радио кај 92 отсто од населението. Слушањето приказни отсекогаш било едно од најважните човечки искуства. Гласовите ги слушаме од своите родители пред да се родиме, а до крајот на животот сѐ уште се бараат приказни – и гласови – да знаеме дека некој има покрај нас и во последните мигови од животот“¹.

Искуството на потписникот на текстот потврдува дека нему, како не особено голем дружбеник на радио-програмите, во војничките денови малиот и лесен за криење предмет наречен транзистор му правел друштво и на најневозможни простори и во најглуви часови. Малото вревливо „гаџетче“ (според модерните речници) не бара ништо, ни претплата, ни особена грижа, освен по некоја нова батерија одвреме-навреме.

Зошто во САД има толку многу слушатели на радио-програмите? Едноставно, тоа е континент, огромен простор на кој се расфрлени луѓето, по ранчови, бензински станици, под некое пустинско небо... Нема услови за кабелска, уште помалку за класични репетитори, кои исчезнуваат, ама радио-брановите патуваат. Дали би било поинаку во бразилските џунгли, на падините на Кордилјерите, каде некој научник ги брои преживеаните лами, во сибирската тајга? Колку многу места каде човековата

осаменост го добива својот ненадеен утешител. Радио слушате и кога возите, ама не можете да читате весници, уште помалку да гледате и ТВ, иако можеби имате телевизиски приемник во возилото!

Толку многу техника, толку малку луѓе

Втората причина, се чини, е самиот факт што радиото некако најлесно преку себе ги прекршува техничките иновативности! Во 1960 година „Сони“ го претстави првиот транзистор – каков беше тоа само полет за радио-програмите! Во 1994 година имавме

*Радиото неколкупати
е прогласено за мртво,
но во САД сѐ уште се
слуша радио кај 92
отсто од населението*

најбрз влез на софтверското програмирање токму во радио-програмите (проект „Дарла“) и така се олесни нивното претставување: имавме толку многу техника, а во рацете на толку малку луѓе!

Да не говориме за оние многубројни слушатели кои го искористија интернетот, всушност, за да се прошири можноста за пристап до радио-програмите по своја волја и избор, со малку фантазија, да им се додаде визуелна компонента и згора, се овозможува програмата да не мора да се слуша во моментот кога се емитува, туку кога сакате. На навистина неочекуван начин, спојот на интернетот и на радиото стана одлична алатка за оние кои сакаат да раскажуваат и, згора на тоа, самите да видат како им звучи гласот. Радио-водителот **Пјер Орлиќ** во една дискусија на оваа тема ламентира:

1 <http://www.poslovni.hr/marketing-i-mediji/julie-burstein-dobitnica-peabody-nagrada-za-izvanredna-novinarska-postignuca-govori-o-buducnosti-radija-kao-medijske-platforme>

„Некаде кон крајот на 70-тите години на минатиот век, „Буглс“ (Buggles) пееја 'Ви-деото ја уби радио ѕвездата'. Кога во 1981 година, се појави „Ем-ти-ви“ (MTV), се чини дека „Буглс“ биле во право. Сепак, радио уште е тука. Вистина, не е онакво какво што беше во времето на *Орсон Велс* и на неговата 'Војна на световите' во 1938 година, но тоа е таму. Различно. Сосема поинакво.“²

Бесконечен дубокс

Но, оваа романтична слика за радиото тешко е вклоплива во нашите лични искуства. Она што секако тука, дома, кај нас – кога ќе се спомене радио-програмата – веднаш се јавува како асоцијација, е стереотипот, во форма на бесконечен дубокс, пред сè, и поради фактот дека кај нас долго време, а можеби и сега, музичките честититки беа главен извор на приходи, особено за малите радио-станици,

Но, ако, особено преку ден кога конкуренцијата е најголема, почнете да пребарувате

**Радио слушајте и
кога возијте, ама не
можете да чиијте
весници, уијте
помалку да гледајте
и ТВ, иако можеби
имате телевизиски
приемник во возилојто!**

радио-станици, ќе се види дека доминира т.н. водителска програма (со еден водител) или групно правена програма (да ја споме-
неме „Петар за појадок и пауза“, која ја прават тројца водители), а која има убав микс на информации, музика и – она што се чини најважно – пријатен, шеговит, ненагласен

повик за контакти, при што водителот/ водителите ги спојуваат индивидуалните светови на слушателите од домовите или работните места во едно заедничко, групно доживување.

Предноста на радиото е што својата проекција не ја сведува на ограничено време и

**Предноста на радиото
е што својата
проекција не ја сведува
на ограничено време
и што таму, во еден
миг времето како и да
застанува**

што таму, во еден миг времето како и да за-
станува. Во весниците сè се мери „на цице-
ри“, се оставаат маргини, сè спаѓа во крајни
рокови, на телевизијата се работи со часов-
ници за стопирање, ама атмосферата кај ра-
диото е просто „лангзам“. Оние што даваат
реклами, ако тие не се однапред местени (а,
кај нас секако се) би виделе и дека приемот
на пораките „за пари“ е полесен и изле-
да помалку стереотипно токму на радиото.
Таа форма, ајде да ја наречеме, на прес-ра-
дио, ни дава и водител кој (зачудувачки)
има поголема слобода од сите негови коле-
ги од другите медиуми. Веројатно, бидејќи,
цензорите (интерните) и не очекуваат дека
меѓу две музички нумери („меѓу Васка и Ви-
олета“) може да влезе толку многу политика
или „економија“ што сите се „на едно уво“!
Ова до скоро можеше да биде и предност на
радио-програмата, ама од неодамна сме све-
доци на засилени напори на политичката
власт да загосподари и на радио-брановите
преку сопствено кофинансирање (рекламни
пораки) на некои од нив.

Да, радиото навистина не е мртво. Ете, при-
знаваат и од Илинденска број 2.

² <http://ri-nadbiskupija.com/index.php/intervju-tjedna/381-pjer-orlic-obitelj-je-naivaznija>

ГОНЗО-НОВИНАРСТВО – ДИВЈАЧКО ПАТУВАЊЕ ВО СРЦЕТО НА ЛАС ВЕГАС

Пишува: Ана Анастасовска



Ханџер Томџсон (лево), креативорџџ на Гонзо новинарскиџвојџо со неџовиџџ адвокатџ
https://en.wikipedia.org/wiki/Hunter_S._Thompson

Иако оџозициџаџџа се давеше во неможностџа да влиџае врз одлукиџџе на Владаџџџа, џремиерџџџ не беше рамнодушен. Неџовиџџџе движеџџџа, забрзаноџџо дишеџџе и нервоза, како и неџриџаџџелскиџвојџо кое можеше да се џресече со рабџџџ на некоџ џоквалиџџџџџџен нож, оџкриваа дека комџромис нема ниџџџу на видик. (Гонзо-новинарскиџво – реална фикџиџа, ziher.hr¹)

Таков суров тип на известување, субјективен и необработен, без уреднички корекџии, се вика гонзо-новинарство. Гонзо-новинарството е новинарски стил кој се пишува субјективно, често вклучуваџџџи го самиот

Гонзо-новинарскиџвојџо е новинарски стил кој се џишува субјекџивно, често вклучуваџџџи го самиџџџ известуваџ како дел од џприказнаџџџа, џџо џаџџ на нараџиџа во џрво лице

известуваџ како дел од приказната, по пат на нараџиџа во прво лице.

Додека традиционалниот новинар може да интервјуира, на пример, дилери на дрога и зависници за да информира за локалната трговиџа со дрога, гонзо-новинарот, всушност, може да учествува директно во матните зделки на некоџ наркоклан или локална банда. Целта на гонзо-новинарството би

1 <http://www.ziher.hr/2013/11/02/gonzo-novinarstvo-realna-fikcija/>

била да се произведе брутално искрено или крајно субјективно новинарско парче врз основа на реалното искуство на обучен новинар кој пишува однатре. Гонзо-новинарот

Целта на гонзо-новинарството би била да се произведе брутално искрено или крајно субјективно новинарско парче врз основа на реалното искуство на обучен новинар кој пишува однатре.

не е задолжително заштитен од напорите за спроведување на законот, па дури и правните последици од акциите на новинарот би можеле да станат дел од веста.

Од каде потекнува изразот „гонзо“?

Гонзо-новинарството има тенденција да го фаворизира стилот на сметка на точноста и често користи лични искуства и емоции за да се прикаже контекстот на темата или настанот кој е покриен. Го карактеризира употреба на цитати, сарказам, хумор, претерувања и пцуење.

Изразот „гонзо“ во јужнобостонскиот ирски сленг значи последната личност која по цела вечер опивање и понатаму стои на нозе. Втората претпоставка е дека гонзо-новинарството го добило своето име според насловот на хит-песната *Gonzo* на ритам и

блуз-пијанистот Џејмс Букер од Њу Орлеанс во 1960 година².

Хантер С. Томпсон – творецот на гонзо-новинарството

За татко на гонзо-новинарството се смета Хантер Стоктон Томпсон³, (Hunter Stockton Thompson), американски новинар и писател, познат по својот роман „Страв и презир во Лас Вегас“ (*Fear and Loathing in Las Vegas*). Хантер, своето творештво го темелел врз размислувањата на нобеловецот Вилијам Фокнер (William Faulkner), кој сметал дека фикцијата често е најдобра вистина и факт, поверодостојна од која било новинарска форма. Така, на американското новинарство, кое во континуитет го критикувал со својата аверзија кон објективноста, му покажал еден голем среден прст.

Хантер С. Томсон бил сè, само не обичен човек. Писателот со посебен карактер, со силен афинитет кон опијатите, уште во раната младост ја открил својата бунтовничка линија низ секакви деликвентни дела, но покажал и голем талент за пишување. Откако ја завршил воената обврска, во 1957 година, заминал во Њујорк, градот кој во тоа време бил полн со можности за млади писатели. Така нашол работа во „Тајмс“, но по неколку дена добил отказ поради тоа што украде канцелариски материјал и шишиња виски од орманот на уредникот.

По периодот поминат во Њујорк, Хантер заминал во Сан Хуан, главниот град на Порторико, а во своето писмо во кое барал работа, напишал: „**Пропаста на американското новинарство е очигледна веќе подолго време, а моето време е предрагоцен за да го губам сервирајќи му ја на просечниот човек неговата дневна доза клишеа, озборувања и еротски будалаштини**“⁴.

² <https://www.youtube.com/watch?v=50We4vvau7c>

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Hunter_S._Thompson

⁴ <http://www.ziher.hr/2013/11/02/gonzo-novinarstvo-realna-fikcija/>



Книга и филм: *The Rum Diary*.

Фото: насловна страница од првото издание на книгата и филмски постер (главна улога Џони Деј)

Работата во „Сан Хуан стар“ не ја добил, но во 1959 година бил примен во редакцијата на порториканскиот спортски неделник „Ел sportivo“. Времето поминато во Порторико му послужило како инспирација за романот „*The Rum Diary*“. Меѓутоа, откако згаснал неделникот, Хантер се вратил во САД.

Кон крајот на 1964 година, почнал да пишува за „Ангелите од пеколот“ (Hells Angels), мотоциклическа банда која сеела страв меѓу згрчената американска средна класа. За што подобро да ја заврши својата мисија, морал да се инфилтрира меѓу озлогласените мотоциклисти, а како резултат на тоа настанала репортажата „*Мотоциклически банди: Губийници и аутсајдери*“ (*The Motorcycle Gangs: Losers and Outsiders*). Откако приказната била објавена во „Нејшн“ (The Nation), Хантер потпишал договор со издавачки куќи кои сакале од приказната да направат книга. Бидејќи авторот се мачел со смислувањето соодветен крај за својата книга, одлучил самиот да го креира. Така, ги испровоцирал членовите на бандата и едвај извлекол жива глава по тепачката со нив.

Меѓутоа, таа ситуација му послужила како совршено финале, па така била објавена книгата „Ангели од пеколот: Чудна и ужасна сага за одметната мотоциклическа банда“ (*Hell's Angels: A Strange And Terrible Saga of the Outlaw Motorcycle Gangs*).

Неговото прво вистинско гонзо-дело било „Дербито во Кентаки е декадентно и расипано“ (*The Kentucky Derby Is Decadent And Depraved*), репортажа од Дербито во Кентаки, големите коњски трки.

„Се симнав од авионот околу полноќ и никој не зборувааше додека ја поминував темната писта до терминалот. Воздухот беше густ и топол, како да скитам во парна бања. Внатре, луѓето се прегрнуваа и се ракуваа... Големи насмевки и восклицанија ваму-таму: До Бога! Ти старо копице! Добро е што те гледам, момче! Проклето добро... и јас го мислам!“, ја почнува Хантер својата репортажа од Кентаки.

Тој настан бил воедно и почеток на големата соработка на Хантер со илустраторот Ралф Сидман⁵ (Ralph Steadman), визуелниот претставник на гонзо-приказните.



Книга и филм: *Страв и презир во Лас Вејас*, Хантер С. Томпсон. Фото: насловна страница на првото издание на книгата и филмски постер.

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Ralph_Steadman

Сепак, познанството без кое не би дошло до „Страв и презир во Лас Вегас“⁶, манифестот на гонзо-новинарството, е она помеѓу Хантер и Оскар Зета Акоста (Oscar Zeta Acosta), латиноамерикански активист кој се борел за правата на имигрантите и на малцинствата во Калифорнија. Оскар воедно бил и голем уживател на ЛСД и непредвидлива личност со избувлив темперамент, што го правело идеален сопатник за патувањето во Лас Вегас, кога Хантер добил задача да напише репортажа од релито Минт 400. Кон крајот на 1971 година, „Страв и презир во Лас Вегас: Дивјачко патување до срцето на американскиот сон“ (*Fear and Loathing in Las Vegas: A Savage Journey To The Heart Of The American Dream*) е објавен

**Гонзо-новинаро̄и
не е задолжително
заштитен од
најорит̄е за
сироведување на
законо̄и, ѝа гури и
йравнит̄е йоследици
од акциит̄е на
новинаро̄и би
можеле да сѝанат̄
дел од весѝа.**

во два броја на магазинот „Ролинг стоун“. Делото е прогласено за класика, а со својот брилијантен опис на состојбата и со разоткривањето на пропаста на американскиот сон и ден-денес ги засмејува и ги интригира читателите во светот.

Хантер С. Томпсон се самоубил на 67-годишна возраст. На неговиот имот во Аспен е изграден голем топ со гонзо-шепата, заштитниот знак на гонзото, од кој, со огномет, била испалена неговата пепел.

Има ли гонзо-новинарство во Македонија?

Кај нас многу малку се знае за гонзо-новинарството, а тоа не се изучува ниту на Факултетот по новинарски студии. Според новинарот Веле Митаноски, Македонија е мала медиумска дестинација, како според професионалниот капацитет, така и според консументите, и поради тоа не можеме да кажеме дека имаме гонзо-новинарство од практиката на авторот, кој се смета за татко на тој стил, Хантер С. Томпсон. Но, секако, го имаме во некои варијации и девијации.

„Според моето сфаќање, на некој начин, тука го сместувам случајот со колегата и пријател од Кичево, Владо Танески. Со него, како дописник на „Нова Македонија“ (јас на „Танјуг“), заеднички го програвме познатиот случај со водите – Студенчица. Подоцна, како дописник на „Утрински весник“, до апсењето, известуваше од судот за еден познат случај на сериски убиства, за кој беше и самиот обвинет и заврши како „давеник во кофа вода“ во тетовскиот Истражен затвор“, објаснува Митаноски.

Според него, основната одлика на гонзо-новинарството е вознемирувачката реалност. „Токму затоа се послужив со примерот на Танески, за што има еден извадок во мојата книга „Рани спомени“. Во нашата непосредна реалност, може тука да влезе приказната на колешката од „Дневник“, Искра Коровешоска, за еднодневното искуство како питачка на скопските улици. Исто така, тука би го ставил и случајот со нашата позната авторка, професорката од УКИМ, Румена Бужароска, која смисли оригинална приказна за тоа како (не) станала геј, емитувана на ХРТ-3, по што некои наши портрала ѝ дадоа веродостојност со груби кфалификации“, посочува Митаноски.

6 <http://www.rollingstone.com/politics/news/fear-and-loathing-in-las-vegas-19711111?print=true>

Тој заклучува дека гонзо-новинарството е груба, жестока категорија, но не и површна. За да се практикува, треба, пред сѐ, многу инвентивност, знаење, но и храброст и одважност. Сепак, дециден е Митаноски, тоа е надвор од неговото лично поимање на новинарството, односно, дека новинарот го пратат настаните, а не обратно.

Пари не ти давам, да ти го оставам „ајфонот“?

„Облекувам стари и изветвени панталони, исти такви чизми, стар мантил и ма-рама, повеќе шминка за израз на уморно и истрошено лице, земам една кутија од чевли и подготвена сум за „авантура“. Како за прв впечаток, ефектот е постигнат. Чекорам низ Старата скопска чаршија. Со очи ме следат млади и стари, мажи и жени. Не можам да им го задржам погледот, згрозени се од сликата на жена-просјак. Еден човек ја отвора својата продавница, ме одмерува од глава до петици со подигнати веѓи, веројатно ова петочно утро не очекуваше дека ќе види ваква појава штом го отклучи дуќанот. Две жени ме одминуваат и уште неколку секунди чекорат свртени наназад, кон мене и коментираат нешто како „сирота душа, тешко неа“.⁷

Вака новинарката на „Дневник“, Искра Коровешовска, ја почнува својата гонзо-приказна на една питачка од скопските улици. Нејзиниот текст „Пари не ти давам, да ти го оставам 'ајфоноџ'“ е еден од ретките примери на гонзо-новинарство во Македонија, секако малку поблага форма на овој жанр, доколку се споредува со стилот на Томпсон. Коровешовска вели дека идејата за еден ваков текст произлегла, пред сѐ, од лични причини, но и од професионални, односно дека сакала да направи нешто што досега никој не го направил или барем последниве 10-12

години, колку што е присутна таа на македонската медиумска сцена.

„Тој тип на новинарство публиката го сака и го почитува и е специфичен вид на истражувачко новинарство. Одбрав да бидам токму питач затоа што тврдам дека е тоа едно од најтешките секојдневија на еден човек. Воопшто не ми беше лесно. Кога се преоблеков и излегов, тоа не бев јас, како да бев во улога од филм, така се чувствував“, посочува Коровешовска.

Ваквото искуство разбудило силни емоции кај неа и, секако, оставило траен впечаток за начинот на кој живеат, всушност, питачите и како тие се чувствуваат кога молат за некој денар.

„Како што одминуваа минутите, часовите, се освестив: Па луѓето цели денови молат за денар, лежат на земја и на минус 15

*Гонзо-новинарскиџвојџо
е ѓруба, жестока
катеѓорија, но не и
џовршна*

Целзиусови степени, додека минувачите те навредуваат, те гледаат со очи полни презир или сожалување. На средина од истражувањето бев дури и очајна, му благодарев на бога што реално не сум во таква животна состојба. Но, кон крајот, веќе целосно отрпнав, дури не ми беше ни студено. Ми беше сеедно кој и како ме гледа и што ми зборува. Така им е и на тие луѓе, целосно им е замрено чувството на сопствена вредност“, опишува Коровешовска. Таа вели дека и во иднина би прифатила слични предизвици, бидејќи на тој начин, од прва рака, вистински, репортерски се пренесува она што звучи поинаку за разлика од кога истото ќе се добие по пат на друг начин на истражување.

⁷ Пари не ти давам, да ти го оставам „ајфонот“, Дневник, 09.12.2014
<http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=0798631BD6EECA4283002D759A960BE8>

ВЕСТ ВО НИЗА – ДА СЕ ЗАИНТЕРЕСИРА НЕИНФОРМИРАНИОТ БЕЗ ДА СЕ ИЗГУБИ УПАТЕНИОТ

Пишува: Александар Пешев



Photo by: Maria Biblik, News

<https://www.flickr.com/photos/crazyyp2011/8237726412>

Веста во низа е форма на новинарски израз што се употребува за теми за кои се известува подолг временски период. Во основа, станува збор за повеќе поврзани вести за настан кој не е завршен, кој трае со денови, недели, а може и подолг временски период. (Пишување за печатени медиуми, Македонски институции за медиуми, 2005 год.)

Вестите што се објавуваат, по примарната информација, мора да содржат елементи од првата вест. Практично, потребно е кратко повторување на првичната информација. За разлика од најчесто користениот пристап на превртена пирамида, при кој новата информација добива приоритет, а другите „заднински“ информации, жаргонски по-

Вестта во низа е форма на новинарски израз што се употребува за теми за кои се известува подолг временски период. Во основа, станува збор за повеќе поврзани вести за настан кој не е завршен, кој трае со денови, недели, а може и подолг временски период

знати како „бекграунд“, се наведуваат кон крајот на објавата, клучно за веста во низа е публиката да се информира за контекстот во самиот почеток на новинарската композиција. Ваквиот пристап овозможува поголем ефект на објавената информација. Поточно, ако новинарот е информиран за текот на настаните од одредена сфера во подолг временски период, не мора да значи дека и публиката е еднакво добро информирана.

Едноставното пренесување на најновите информации ги исклучува неинформираниите гледачи, поточно презентацијата не е релевантна за делот од публиката која не ги следела претходните информации.

„Телеком“ во низа

Пример за вакво известување е покривањето на популарно наречената „Афера Телеком“. По првата објава за скандалот, интернет-порталот „Нова ТВ“ (novatv.mk) изработи вести во низа со новите информации околу аферата, кои се обелоденуваа во подолг временски период. Така, секоја нова информација околу настанот во самиот вовед вклучуваше информации од претходно објавена вест, како, на пример:

„Дел од парите од сомнителните исплати во аферата Телеком биле всушност наменети за локални експерти и локални таленти во Македонија по барање на владата, тврди во своето сведочење поранешниот генерален директор на Маѓар Телеком“. Авторот јасно го дефинира контекстот во првата реченица, со што на читателот уште од самиот почеток му е јасно дека станува збор за афера во врска со сомнителни исплати во македонскиот телеком. Токму овој елемент е ударната информација во претходните вести за овој скандал.

За илустрација, во информација објавена на порталот во 2013 година, се забележуваат елементите што се земени предвид при пишувањето на веста повеќе од две години подоцна:

„Ако во САД судот пред неколку дена ги отфрли сите приговори на Маѓар Телеком во големата корупциска афера во која е вмешана и Македонија, во Скопје наголемо се подготвува теренот кај плоштадот за изградба на хотел и на офицерскиот дом – не од било кој, ами од еден од актерите во аферата Телеком, Грчкиот милијардер Димитрис Кондаминас.“

Контрастно, доколку не се вклучат овие елементи, читателот кој не е информиран за

аферата тешко може да сфати за што точно станува збор, како, на пример, во следниов

Имајќи предвид дека и традиционалните медиуми се најдоа на интернет, информирањето преку вестии во низа може да се награти со неколку помошни методи. Практичен пристап би било линкување на претходните информации во секоја нова објава.

текст на иста тема, објавен без запазување на елементите потребни за вест во низа:

„Сведочењето на поранешниот разузнавач Слободан Богоевски кое открива вмешаност на високи политички функционери во криминал и корупција во случајот со Маѓар Телеком не ја изненадува домашната јавност.“

Авторот, едноставно, претпоставува дека јавноста е запознаена со аферата, како и со случајот „Маѓар телеком“. Неинформираниот читател не добива одговор на клучните прашања што треба да се одговорот со примената на принципите за креирање вест во низа, како, на пример:

- Што е случајот „Маѓар телеком“? За какви противзаконски дејства станува збор?
- Кој е Слободан Богоевски? Како поранешен разузнавач е поврзан со аферата и зошто се споменува?
- Зошто темата е од јавен интерес? Дали се проневерени народни пари или сомнителни исплати? Кој бил оштетен?

Дури и ако авторот даде одговор на овие прашања подолу во текстот или на сами-

от крај, неспоменувањето на јасни информации од првата вест во самиот вовед на текстот може да го натера читателот да сврти страница. Мора да се има предвид дека насловот и првата реченица во новинарска објава во која било форма се клучни за задржување на вниманието на публиката.

Предностите на новите медиуми

Имајќи предвид дека и традиционалните медиуми се најдоа на интернет, информирањето преку вест во низа може да се надгради со неколку помошни методи. Практичен пристап би било линкување на претходните информации во секоја нова објава. Така, на читателот му се дава можност со едно кликување да се наврати на првичните објави доколку не е детално информиран. Вметнување секција на интернет-страницата посветена на текстови на слична

Дополнителен пристап, кој може да помогне во јасна презентација на информации за настан што трае подолго, е популарно наречениот „тајмлајн“ или сумирање на хронологијата на настаните

тема или претходни објави за темата може да помогне за подетално информирање на публиката. Пример е секцијата на интернет-страницата на македонскиот сервис на „Радио Слободна Европа“. Објавата насло-

вена „Кој зел мито за Телеком пред суд?“¹ го информира посетителот за аферата во самиот вовед на текстот:

„Сведочењето на поранешниот разузнавач Слободан Богоевски пред јужниот окружен суд во Њујорк, во кое тој ги наведува македонските функционери кои земале мито од Телеком не е доволен доказ за покренување обвинение против функционерите...“

Со тоа се задоволува техничкиот аспект на веста во низа, но задржување на ваквиот пристап е оправдано во печатен медиум. РСЕ поставува пример на експлоатација на можностите на интернет-портал, па така на читателот му се нуди избор од текстови на слична тема, како, на пример, линк до прилог кој дава анализа на случајот земајќи ги предвид последните случувања. Ваквите елементи воедно помагаат и во задржување на посетители на интернет-порталот. Сепак, мора да се напомене дека ова се само помошни методи што би им биле од корист на потрпеливите посетители на интернет-порталите. Првата информација, за која корисникот ја посетува страницата, сепак, е главниот текст, а не сродните информации. Доколку нема јасни концизни информации кои би биле корисни и за најнеинформираниот дел од публиката, освен губење интерес, се создава и ризик од погрешни интерпретации.

Дополнителен пристап, кој може да помогне во јасна презентација на информации за настан што трае подолго, е популарно наречениот „тајмлајн“ или сумирање на хронологијата на настаните. Тоа може да се изведе едноставно, со текст, како краткиот преглед на настаните околу терористички напад во Париз во фебруари, 2015 година, што го објави „Ројтерс“². Имаме текстуален преглед на тоа што и кога се случило, подредено по датум. „Њујорк тајмс“³ оди чекор подалеку

1 <http://www.slobodnaevropa.mk/a/27232689.html>

2 <http://www.reuters.com/article/france-shooting-timeline-idUSKBN0TC09S20151123>

3 <http://www.nytimes.com/interactive/2015/11/13/world/europe/paris-shooting-attacks.html? r=0>

страница 342-366

ПОГЛАВЈЕ 02

Карактеристики на новинарот

ЛЕКЦИЈА ЗА УРЕДНИЦИТЕ: НЕГУВАЈТЕ ГО ОГНОТ

Пишува: Зоран Бојаровски



Класичен пример на „негување на огнот“ – најпознатата историја на сите времиња – Роберт Редфорд и Дасин Хофман како Вудворд и Бернстин, новинари на „Вашингтон пост“, во филмот „Сите луѓе на претседателот“ за скандалот „Вотергејт“ кој доведе до оставка на претседателот Ричард Никсон, фото: [vintageisclassic](#), 1976 г.

Работата во редакцијата треба да биде високо професионална, одговорна и пред сè – забавна. Кога репортерите доаѓаат на работа, треба да се радуваат. Секој ден. За менаџерите се вели дека треба да „внесат жар“ во работењето. На новинарите, заради просветителскиот карактер на професијата, не им треба жар. Тие го носат огнот на професијата. Вистинските новинари. Уредниците не треба да го палат огнот, тие треба да го одржуваат и да му додаваат гориво. Една од најважните задачи на уредниците е да ги инспирираат новинарите. Успехот на медиумите зависи

Понекогаш уредниците соопштуваат лоши вести за работата на медиумот, за одлуките на менаџерите, кои задираат во финансиската и во социјалната сигурност на новинарите. Но, тоа мора да го прават искрено и чесно – отворено. Тешко е, но не е невозможно.

од новинарите. Новинарите, доколку имаат таков уредник, се огледало на енергијата на ентузијастичкиот лидер или на летаргијата на обезличениот, обездуховен уредник. Уредникот секогаш треба да претпостави дали неговата одлука ја поттикнува или ја обесхрабрува креативноста на новинарите во редакцијата. Добриот уредник треба да знае дали тоа што го прави или вели, инспирира позитивен импулс кај неговите ко-

леги, дали неговите постапки охрабруваат или фрустрираат. Да, понекогаш уредниците соопштуваат лоши вести за работата на медиумот, за одлуките на менаџерите, кои задираат во финансиската и во социјалната сигурност на новинарите. Но, тоа мора да го прават искрено и чесно – отворено. Тешко е, но не е невозможно.

И да, работењето во редакциите треба да е забавно и уредниците треба да бидат тие што предничат во создавањето на еден таков креативен и поттикнувачки работен амбиент. Еве некои препораки како да се прави тоа.

1. Да уживаат во својата уредничка работа

Ниедна работа не е совршена, но лидерската позиција во една редакција нуди можност за креативна, возбудлива активност со интересни и динамични колеги. Исто така, оваа должност многу бара од уредникот и понекогаш тој ќе помисли дека е неблагодарна. Ако не уживате во работата, нема да си ја вршите како што треба. Ако се соочувате со вакво нешто, запрашајте што го предизвикува тоа. Можеби решението е во Ваши раце. Ако решението е во рацете на менаџерите, Ваше е да им го кажете тоа. Рековме, ниту една работа не е совршена. Но, ако менаџерот е пречката на патот до совршената атмосфера во редакцијата, зарем не треба да му се каже тоа? Ако не се согласувате со ова, уште утре побарајте од менаџерот да Ве ослободи од оваа должност. Бидете искрени барем кон себе.

2. Пофалете ги вашите новинари секој ден

Секој уредник треба да најде начин и време, тоа да му биде секојдневие, да ги пофали новинарите. Колку и да е напорен и лош денот, мора да најдете причина да пофалите некого. Директно, не онака општо. Лице

в лице. „Добра сторија“, „добар наслов“, „одлична изјава“ – нема да Ве изеде чудовиштето суета ако го кажете тоа. Треба и да критикувате, но никако немојте да ја криете критиката зад познатите и многу погрешни фрази „Добар ти е насловот, но...“ Ваков тип пофалби не се тоа што треба да бидат.

3. Претворете ги критиките во предизвици

Уредникот нема да дозволи новинарски текстови под предвидените стандарди. Ако некогаш се провлече нешто такво, поразговарајте со колегата. Прашајте го што мисли

**Работата во редакцијата
треба да биде високо
професионална, одговорна
и пред сè – забавна. Кога
репортерите доаѓаат
на работа, треба да се
радуваат. Секој ден.**

тој за неговиот текст. Што е добро, а што не во него. Ако се согласите дека нешто не било во ред, не правете се важен поради тоа што, ете, сте му помогнале да увиди, туку најдете начин да откриете зошто било тоа така. Што требало да се направи за сето тоа да изгледа поинаку. Дали се работи за случајна грешка или за грешка за која е потребна посуштинска работа на усовршување на вештините на новинарот. Во Вашиот совет нека види добра намера и предизвик за нешто подобро за него и за медиумот. Тоа е решението, а не гневен уредник.

4. Претворете ги пофалбите во предизвици

Уредникот секогаш ќе ги поттикнува новинарите да бидат уште подобри. Заедно со

нив ќе помага добрите страни на тимот да станат уште подобри. Тој тип на предизвици се искри на енергија за нови и подобри достигнувања на новинарите.

5. Заеднички идентификувајте ги целите што треба да се постигнат

Истражувачкото и општествено одговорното новинарство не се прават случајно. Добриот уредник, заедно со новинарите, треба да ги одреди среднорочните и долгорочните планови што треба редакцијата да ги постигне. Уредникот ќе ги одреди приоритетите и ќе ги подели задачите соодветно на капацитетите на секој новинар одделно

*На новинариџе, заради
џросвеџиџелскиоџ
каракиџер на
џрофесијаџа, не им
џтреба жар. Тие џо носат
оџноџ на џрофесијаџа.
Висџинскиџе новинари.*

или на тимовите што ќе ги формира. Не заборавајте и на дневните остварувања – нека бидат и тие подобри со секој нов ден: зошто сторијата да нема уште еден извор повеќе, зошто да нема подобра фотографија, зошто да нема нов извор наместо вообичаените... Не заборавајте да ги потсетите и новинарите и себе си: рутината ја убива професијата.

6. Покажете ја личната возбуда

Нека видат кога Вие лично сте возбудени, воодушевени од предлогот за сторија, од напишаниот текст, од добриот дизајн, од фотографијата со илјада зборови... Прашувајте ги како ќе ги решат задачите на денот – покажете го одобрувањето. Прашајте ги дали

им треба нешто повеќе – најдете начин да им го дадете тоа. Немојте да ја криете секојдневната радост што ја носи секоја нова мала победа на денот. Многуге мали победи ја прават големата победа на медиумот, на новинарите, на заедницата.

7. Покажете дека сте човек

Покажете ја својата енергија и ентузијазам и физички, нека се види. Не треба ништо особено, нека произлезе од Вашиот карактер. Ако скокате дома или со пријателите секогаш кога Пандев ќе даде гол, направете го тоа и во редакцијата – соодветно на местото и на пригодата: „Да пукне“, „Многу сме јаки“, палците горе, аплауз... Само немојте да бидете немтур и да поздравувате наутро. Насмевка и „Добар ден“.

8. Почитувајте го авторството на новинарите

Ако веќе сте уредник, секако дека знаете добро да пишувате, да подготвите добра новинарска сторија. Тоа значи дека знаете да уредите, а не да „суредите“ текст на Ваш колега. Но, секогаш имајте на ум дека новинарските текстови имаат свои автори со потпис на крајот. Почитувајте го тоа тогаш кога уредувате. Немојте да диктирате. Тоа е понижувачки. Секоја корекција треба да има разумна и рационална причина и бидете сигурни дека секоја интервенција го прави текстот подобар. Нека остане стилот на новинарот максимално присутен. Ако новинарот е упорен дека нешто треба да остане така како што е напишано, обидете се да ги разберете неговите аргументи. Оставете го Вашиот ум отворен.

9. Комуницирајте лице в лице

Денеска, во ерата на дигиталната технологија, комуникацијата изгледа прилично лесна и остварлива. Но, не е секоја кому-

никација за преку телефон, меил или на социјалните мрежи. Најважните одлуки, пофалби и критики треба да се кажат лице в лице. Ако треба да пофалите, направете го

Уредниците не треба да го ѝалаат огноот, тие треба да го одржуваат и да му додаваат гориво. Една од најважните задачи на уредниците е да ги инспирираат новинарите. Успехот на медиумите зависи од новинарите.

тоа со насмевка, а не со „смајли“. Ако треба да критикувате, направете го тоа гледајќи го човекот в очи. Немојте да пишувате меил кога сте лути. Гневните меилови остануваат долго во меморијата на компјутерот, а добрата и продуктивна кавга очи в очи има шанса бргу да се претвори во нов предизвик. Е, тој, новиот предизвик може да се искомунцира преку меил. Систематски, конструктивно, во детали.

10. Смислата за хумор нека биде секогаш активна

Има премногу сериозни уредници. Понекогаш треба да се биде сериозен, но не постојано и секогаш. Заморно е тоа. И заразно. Како што е заразна и ведрината, забавниот пристап кон работата, духовитоста. Па, сега Вие изберете: ќе бидете заразно сериозни или заразно духовити и забавни.

11. Избегнувајте сарказам

Сарказмот и смислата за хумор не се едно исто. Многу новинари знаат да бидат саркастични, мислејќи дека се духовити. Не одобрувајте го сарказмот.

12. Кога ќе треба – извинете се

Уредниците грешат. Сарказмот не ги поправа грешките, ароганцијата уште помалку. Може да ги изгубите трпението. Можеби имате добра намера, но погрешно сте ја искомунцирале идејата. Извинете се. Јасно и гласно.

13. Почитувајте го личниот живот на колегите

Новинарите имаат свој личен, приватен живот надвор од редакцијата. Кога заради новинарска задача страда овој дел од нивниот живот, оддадете почит. Извинете се доколку ги барате во слободен ден или надвор од работното време кога се дома. Заблагодарете се кога ќе дојдат на работа тогаш кога треба бидат слободни.

14. Почитувајте го Вашиот личен живот

Имате работа која Ве троши многу. Ќе ја извршувате многу подобро и многу подолго ако ги почитувате Вашето лично здравје и приватниот дел од Вашиот живот. Тогаш кога работните обврски ќе заземат дел од Вашиот приватен живот, гледајте останатиот дел да биде квалитетно искористен. Не дозволувајте работните обврски целосно да го заземат Вашиот приватен живот. Тогаш нешто не е во ред со организацијата на работата. Пронајдете ја причината колку што е можно побргу.

15. Одговори за лошите времиња

Во ова наше време, работата во медиумите поминува низ сериозни премрежиња. Тие можат да бидат вакви, со какви се соочуваме ние и тука, а можат да бидат и поинакви, со какви се соочуваат сите и секогаш. Не може да се очекуваат идеални времиња за

работата на медиумите. Впрочем, тешките времиња се природната состојба на медиумите. Уредникот треба да се соочи со тоа и да ги соочи со тоа и своите колеги новинари. Во тешките времиња треба да се проголтаат многу горчливи пилули и да се избегнат критиките доколку не се неопходни за да се одржат новинарските стандарди.

16. Поддржувајте ја тимската работа

Работата во медиумите (треба да) е продуктивно и креативно компетитивна. Така и треба да биде. Не во име на меѓусебни пресметки и подметнувања. Уредникот треба да го обесхрабри тоа. Наместо непродуктивна

Новинаријте, доколку имаат такав уредник, се огледало на енергијата на ентузијастичкиот лидер или на лејаргијата на обезличениот, обездуховен уредник.

конкурენција – поврзување на способностите и капацитетите на секој од нив во тимска работа. Пронајдете го клучот на успешна тимска работа и добивате другарство како уште еден стимул во успешната новинарска работа. Немојте да ги делите колегите. Множете ги!!!

17. Мислете на луѓето, не само на продукцијата

Уредниците се одговорни медиумот да произведи добри новинарски студии, да ги обезбедува во предвидените рокови, да постигне тие да бидат гледливи, читливи,

атрактивни за публиката. Тешко е тоа, но затоа сте се согласиле да бидете на таа позиција – зашто некој помислил дека Вие го

Уредникот секогаш треба да претпостави дали неговата одлука ја поттикнува или ја обесхрабрува креативноста на новинаријте во редакцијата. Добриот уредник треба да знае дали тоа што го прави или вели, инспирира позитивен импулс кај неговите колеги, дали неговите постайки охрабруваат или фрустрираат.

можете тоа, а Вие сте го прифатиле предизвикот. Нема назад. Но, продукцијата не е можна без луѓето, колегите, пријателот со кој до вчера делевте една работна маса. Не заборувајте дека тие се луѓе со кои заедно ги постигнувате резултатите.

18. Прославувајте ги успехите заедно со колегите

Уште една од основните задачи на уредникот: Тие треба да ги препознаат потенцијалите на колегите и да ги стават на вистинското место за да се добие добар медиумски резултат. Ако уредникот го постигне тоа, треба да го прослави успехот со нив и да им оддаде признание. Изборете се и за финансиска награда за колегата. Кога славите заедно со колегите, разговарајте за тоа што можете да постигнете утре, во следната фаза. Правењето планови на крилјата на успехот е многу податливо за нови идеи.

ВО ОДБРАНА НА МАРИЈА АНТОАНЕТА И ПРОТИВ НОВИНАРСКИТЕ КЛИШЕА

Пишува: Владимир Петрески



Марија Антоанета. Фото: Yann Caradec, Википедија
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marie-Antoinette_en_grand_habit_de_cour_-_1778_-_Elisabeth_Louise_Vig%C3%A9_Le_Brun_\(2\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Marie-Antoinette_en_grand_habit_de_cour_-_1778_-_Elisabeth_Louise_Vig%C3%A9_Le_Brun_(2).jpg)

Во денешно време изјавите кажани пред микрофоните и пред камерите многу бргу застаруваат и се претвораат во клишеа. Нив, по правило, потоа никој повеќе не сака да ги користи. Индикативен пример за ова е изјавата на американскиот конзервативен сенатор, **Џон Мекејн**, кажана по руската окупација на Крим во 2014 година. Сакајќи да го опише главниот глобален американски конкурент во не многу убаво светло, Мекејн рече: „**Русија е бензинска пумпа маскирана како држава!**“ Проблемот настана откако овие неколку зборови во период од само три-четири дена Мекејн ги повтори толку многу пати (само на ТВ гостуваше на шест утрински емисии во еден викенд) што

*Во денешно време изјавите
 кажани пред микрофоните
 и пред камерите многу
 бргу застаруваат и се
 претвораат во клишеа. Нив,
 по правило, потоа никој
 повеќе не сака да ги користи.*

реченицата, веројатно смислена од некој амбициозен советник во неговиот кабинет, многу бргу се претвори во клише заради што сенаторот беше исмеван во комичните вечерни ТВ-шоуа во земјата.

Но, ако овие негови зборови ја оптегнуваат вистината (точно е дека производството и извозот на гас и на нафта претставува најголема ставка во рускиот БДП, но таа сигурно не е „бензинска пумпа“), има и такви клишеа кои постојат 225 години, повторени се илјади пати, но никако да застарат. Дури и кога се невестинити.

Слатки и колачи – „демократска“ варијанта

Наводната изјава на последната француска кралица **Марија Антоанета**, за која се вели дека рекла „Ако немаат леб, зошто не јадат колачи“ кога дознала дека толпа се приближува кон кралската палата на **Луј Шеснаесетти** во знак на протест поради недостиг од леб, е токму таков случај. Овие неколку зборови безброј пати се користени низ историјата за да се илустрира нечија отуѓеност од остатокот на светот, себичност и незаинтересираност за маките на обичниот човек. И не само за тоа.

Во архивата на агрегаторот „Тајм“ оваа изјава ја има барем едно сто пати во најразличен контекст и тоа за да се илустрираат

**Има и такави
клишеа кои
постојат 225
години, повторени
се илјадници
пати, но никако
да застараат.
Дури и кога се
невистинити.**

или да се засилат секакви тези. Ја употреби и **Ивица Боцевски** (и тоа цитирана сосема погрешно) во една своја колумна во „Нова Македонија“ околу објаснувањето на суверенитетот, при што на лицето со кое дебатираше (**Сашо Органоски**) му ги налепи токму лебот и колачите (погрешно цитирани како „слатки и колачи“), обвинувајќи го посредно за отуѓеност во однос на сфаќањето на суверенитетот и тоа иста онаква каква што ја имале аристократите пред Француската револуција и на исто ниво како наводно искажаната реченица на Марија Антоанета:
„Според неговото разбирање (на С.О., н.з.),

Томас Хобс, Џон Лок и Жан-Жак Русо се популисти, а уставот на Америка и француската декларација за човекови права се популистички документи. Веројатно монархистите и клерикалците што биле современници на овие филозофи и на овие документи ги разбирале овие нови струења како популистички импулси на толпата. Ништо подобро не ја опишува оваа состојба на свест на тогашната аристократија од еден од најпознатите одговори во историјата на човештвото „нека јадат слатки и колачи“ на Марија Антоанета. Таа така одговорила кога ѝ рекле дека народот протестира затоа што нема леб за јадење. Не само тоа, туку теоријата на општествениот договор и „народниот суверенитет“ се критикувани од реакционерните мислители од тој период како пориви на необразованата, валкана и проста толпа за рушење на божјиот поредок на Земјата.“

Ете како обичен мит и по 225 години постојана употреба станува „еден од најпознатите одговори во историјата на човештвото“.

За чудење е во каков сè контекст е користена реченицата за лебот и за колачите само во земјава последните 10-15 години. Еве неколку примери. Весникот „Вечер“ во 2005 г. оваа изрека ја има искористено за постапката на тогашната градоначалничка на Општина Центар, **Виолета Аларова**, да ја поврзе со Марија Антоанета, но овде тоа е направено во позитивен контекст – затоа што донира-ла колачи во две народни куќи.

Истиот весник оваа изрека ја искористи за да илустрира повик на Агенцијата за храна на Обединетите нации за јадење инсекти, а на 6 јули лани, пак, пратеникот на опозицијата, **Благоја Стојановски**, оваа реченица ја искористи за да ја потсети власта на неславниот крај на Марија Антоанета и на Луј Шеснаесетти на гилотина, завршувајќи го своето излагање со зборовите „Затоа мислете му ја понатаму!“

Сепак, реченицата најмногу се користи кога има поскапувања на основните животни

продукти, но и кога некој уредник ќе добие посебна „инспирација“ и ќе стави наслов од типот: „*Куйуваме љовеќе колачи, љомалку леб, како што рече Марија Антоанета*“, потхранувајќи го и понатаму клишето, кое никако да го снема.

Леб и колачи – „аристократска“ варијанта

Проблемот со оваа нашироко цитирана реченица, покрај употребната изветвеност и клишеизираноста, е што никогаш не е кажана од страна на Марија Антоанета. „Википедија“ има цела страница¹ со наслов „*Дајте им да јадаат колачи*“ посветена само на овие неколку зборови од каде јасно се гледа дека авторството на овој „бисер“ не може да ѝ се припише на Марија Антоанета, зашто реченицата е запишана уште пред нејзиното доаѓање на дворот на Луј Шеснаесетти од страна **Жан-Жак Русо**, во неговата автобиографија „*Признанија*“ во која и онака има премногу невиности и слободни интерпретации на реалноста. Првите шест книги од „Признанија“ се напишани во 1765 г., кога Марија Антоанета имала девет години, а книгата е издадена во 1782 г., односно 17 години пред Француската револуција. Енциклопедија „Британика“² со ова воопшто не се занимава, туку едноставно вели дека станува збор за „легенда“ и толку. И во познатиот биографски холивудски филм³ за Марија Антоанета во режија на **Софија Копола**, каде што главната улога на француската кралица ја игра **Кирстен Данст**, оваа реченица е едноставно изоставена. А, со оглед на тоа што на сите нам ни е јасно дека Холивуд во никој случај не би изоставил ваков нашироко познат, филмски „сладок“ и податлив момент во една историска хит драма, тогаш

навистина може да се каже дека станува збор за мит.

Во секој случај, ваквата реченица многу добро им дошла на лидерите на Француската револуција, кои весело ѝ ја припишувале на Марија Антоанета и тоа особено зашто една година пред револуцијата во Франција навистина се појавил недостиг од брашно. По револуцијата, и покрај тоа што изјавата им е припишувана на најразлични жени од француската аристократија, легендата сакала таа да биде запомнета како реченица токму на Марија Антоанета. Оттука, пак, од идеолошки причини, подоцна ја преземаат комунистичките лидери за таа да се шири

**Новинарскиот клишеа
се како стари удобни
кошули кои сме
навикнале да ги носиме
и во кои знаеме како ќе
се чувствуваме уште
пред да ги облечеме.**

и повторува преку образовните системи во земјите од поранешниот социјалистички блок и со тоа погрешно да ја запомнине до ден-денешен. Ако прашате кого било, кој основно и средно училиште учел во социјализмот во Македонија, шансите се големи дека ја знае оваа изрека и дека неточно ќе ѝ ја припише на Марија Антоанета.

Леб и колачи – „комунистичка“ варијанта

Имајќи предвид дека овој мит е наголемо ширен од комунистичките властодрш-

1 http://en.wikipedia.org/wiki/Let_them_eat_cake

2 <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/365034/Marie-Antoinette>

3 Marie Antoinette, American Zoetrope Production, 2006
http://www.imdb.com/title/tt0422720/?ref=ttfc_fc_tt

ци во социјалистичките земји, комплетна иронија е кога Боцевски, исто во својата колумна, давајќи критика на комунистичката идеологија и владеење, поистоветувајќи ја со аристократските ставови (зашто ни едните ни другите не можеле да го прифатат новото сфаќање на суверенитетот, кој повеќе не произлегува ниту од кралот, ниту од „диктатурата на работничката класа“), станува несакана жртва на агитпропот на комунистите на кои толку сесрдно им се спротивставува. Но, тука е проблемот со клишеата, кои покрај тоа се и митови. Еден ваков митски комунистички рецидив (со оглед на тоа што до нас е стигнат преку повеќедеценискиот агитпроп

Застоеениот мирис на клишеата нема употреба и понајаму да ги труе странициите на веснициите и компјутерските екрани, кога прикажуваат написи од новински портали.

на поранешниот систем) не може да биде надминат ако не се провери неговата веродостојност. Напротив, тој дури и се претвора во „еден од најпознатите одговори во историјата на човештво“, за каков што го опишува Боцевски.

Настрана доказите, туку ајде за момент да размислиме здраворазумски и објективно. Можно ли е навистина некој, кој и да е, да биде толку отуѓен, па кога ќе чуе или ќе види дека толпа демонстранти се приближува пред кралска палата, барајќи леб зашто е гладна, да не биде свесен и да не знае дека тие луѓе секако немаат ни колачи? И тоа, внимавајте, ова се случува во 1789 година, пред 225 години, кога речиси целото човештво било рурално, врзано за земјата и

кое многу подобро од нас денеска знаело од каде доаѓаат и што сè содржат лебот и колачите. И тоа особено ако се има предвид дека тие, за разлика од денес кога ги купуваме од продавници и немаме поим кои сè состојки влегуваат во нив, тогаш се приготвувале во домашните кујни од состојки кои им биле познати на сите.

Да не говориме, пак, за стереотипот за кралицата кој се шири заедно со оваа реченица, а кој нема врска со реалноста. Марија Антоанета во 1775 г., исто така, година на недостиг на брашно кога во Франција имало нереди (период познат како „Војна за брашно“), испратила писмо до своите роднини во Австрија во кое се вели:

„Сосема е сигурно дека кога ќе забележиме како луѓето добро не третираат и покрај својата сопствена несреќа, ние се чувствуваме обврзани да работиме уште посилено за нивната среќа. Кралот, исто така, сосема го сфаќа овој факт.“⁴

Некој што има нијансирано чувство и познавања за потребите на народот во околности на недостиг од брашно, сигурно нема да повика на јадење колачи и тоа 13 години подоцна. Новинарските клишеа се како стари удобни кошули кои сме навикнале да ги носиме и во кои знаеме како ќе се чувствуваме уште пред да ги облечеме. Но, тоа не значи дека треба да продолжиме да ги носиме и откако ќе ни се отпараат шевовите и ќе почнат да се појавуваат дупки. Таков е случајот и со ова клише. Неговиот застоен мирис нема потреба и понатаму да ги труе страниците на весниците и компјутерските екрани, кога прикажуваат написи од новински портали. Ова претставува уште поголем императив кога кошулата не е ни вистинска, туку е имагинарна и претставува мит – исто како што реченицата за лебот и за колачите, припишана на Марија Антоанета, е имагинарна и производ на моментални политички околности и со векови или со децении застарени и застоени пропаганди.

4 http://en.wikipedia.org/wiki/Let_them_eat_cake

ПОКРАЈ СОВЕСТ И РАБОТЛИВОСТ, НОВИНАРОТ МОРА ДА ПОСЕДУВА И ЗНАЕЊЕ

Пишува: Александар Писарев

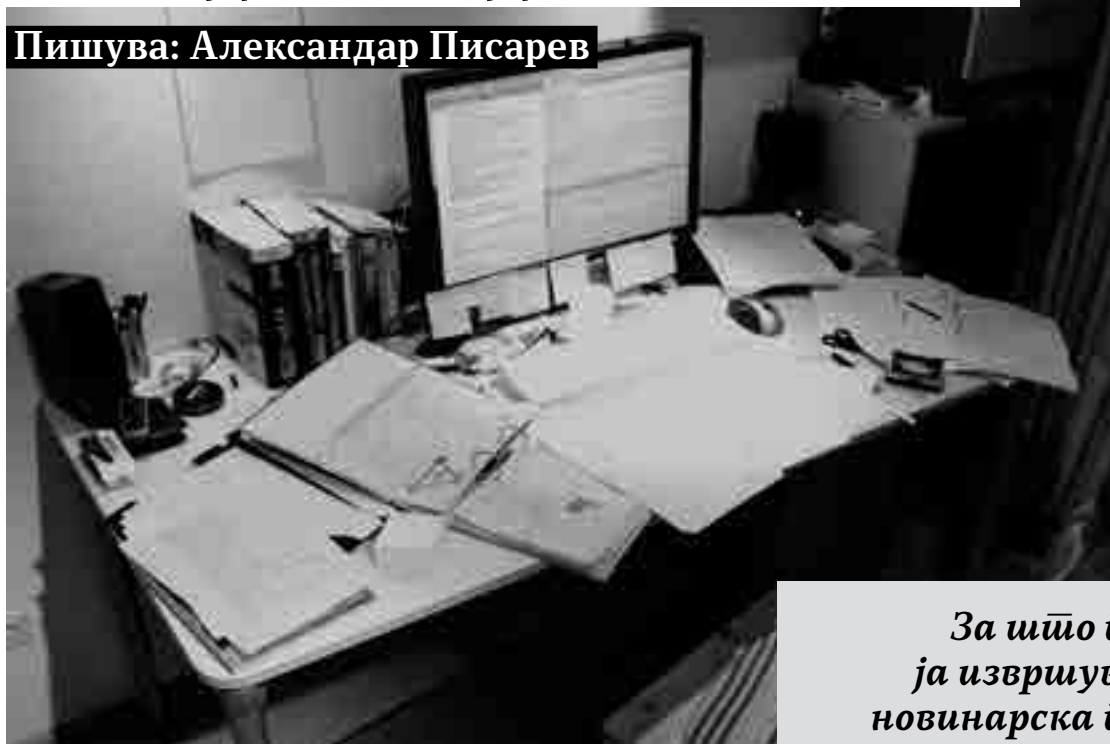


Photo by: Felix Montino, Knowledge management
<https://www.flickr.com/photos/felixmontino/3232503788>

За што подобро да ја извршува својата новинарска професија, новинарот, покрај совест и работливост, мора да поседува и знаење. Тоа подразбира до некаде енциклопедиско знаење, потоа широка култура и стручност за областите што ги следи. Поради елементарното непознавање на многу области кои се предмет на јавен интерес, евидентно е отсуство на интересни текстови и емисии што се неодминлива компонента за добро новинарство со амбиции.

Полузнаење е полошо од незнаење

Полузнаењето е полошо од незнаењето. Полузнаењето најчесто доведува до ситуација

За што подобро да ја извршува својата новинарска професија, новинарот, покрај совест и работливост, мора да поседува и знаење. Тоа подразбира до некаде енциклопедиско знаење, потоа широка култура и стручност за областите што ги следи.

во медиумите да се маргинализираат фактите кои се важни, затоа што новинарите не знаат да ги протолкуваат или презентираат на начин прифатлив за публиката, што доведува до отсуство на фактографски поткрепени и издржани рубрики во медиумите.

Дека без елементарното познавање на египетската цивилизација може да се пишува

на пример и за пирамидите покажуваат овие примери:

„Иако пирамидите се познати за египетската култура, некои велат дека ги има на територија на Македонија и дека ги донел Александар Македонски од далечните патувања“.¹

„Покрај тоа што веќе се снимени неколку прилози за пирамиди во Росоман, свингата кај Селце Прилепско, деновиве е актуелна пирамидата на Водно“.²

Ова важи за повеќе области, почнувајќи од културата, уметноста, историографија,

**Поради елементарното
непознавање на
многу области кои
се предмет на јавен
интерес, евидентно е
отсуство на интересни
текстови и емисии
што се неодминлива
компонента за
добро новинарство
со амбиции.**

здравството... Тоа незнаење е најевидентно во секојдневните текстови врзани за општествено-социјални појави и движења:

„Вчера дознавме дека најголем број на новозаболени се семејни мажи кои имаат машки партнери“.³

Поради ниско ниво на енциклопедиско знаење, очаен е и квалитетот на лингвистичкото изразување и има лошо или целосно погрешно толкување на одредени поими и појави. Во редица медиуми се мешаат поимите „метрологија“ - научна дисциплина која се занимава со мерки и „метеорологија“ - дисциплина која се занимава со временските појави и промени.

„Аеродромот е затворен, автомобилскиот сообраќај е целосно замрен, само ретки пешаци има на улиците. Метролозите најавија дека новиот циклон ќе донесе и“.⁴

„Според метролозите, времето утре, петок, ќе биде сончево и топло, попладне со мала до умерена локална облачност и со слаб до умерен ветер од јужен правец“.⁵

За учесниците во демонстрации постојано се употребува изразот **протестанти**, кој определува религиозна заедница.

Денес, дефиниција на новинарската професијата би била дека новинарството ни е лошо, новинарите непотковани, а професијата деградирана. Оваа констатација не може да се порекне.

Кои се причините

Да се присетиме само во какви околности се образувале генерациите новинари кои денес седат во редакции: војни, штрајкови, кризи, тензии, распад на државата, создавање на нова држава, нарушен систем на образование... Ова е една од причините за огромната дупка во образованието. И она што

- 1 „Дали навистина има пирамиди во Македонија“, Пулс, 24, 22.04.2013
<http://www.puls24.mk/mislenja/izdvojuvame/misterija-dali-vo-makedonija-navistina-ima-piramidi>
- 2 Откриена пирамида на Водно, 365, 14.06.2014
<http://365.com.mk/77107/otkriena-e-piramida-na-vodno#>
- 3 Нови случаи на sida во источна Македонија, Канал 5, 08.08.2014
http://www.kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=45909
- 4 Поради снегот предложена вонредна состојба, Радио Слободна Европа, 11.02.2012
<http://www.slobodnaevropa.mk/a/24481034.html>
- 5 Јулски температури во април, Република, 25.04.2014
<http://republika.mk/59118>

би можело да биде од помош, а го нема во нашите медиуми, е добар уреднички кадар. Уредниците треба да бидат луѓе кои не само што добро си ја знаат својата работа, туку и луѓе кои ќе знаат да ги едуцираат младите новинари, да ги насочат како и на кој начин најлесно да ги пополнат своите дупки во образованието и да стекнат енциклопедиско знаење, толку нужно во извршувањето на новинарската професија. Покрај самоиницијативност, кога веќе влегле во редакција, тие, уредниците, треба да ги упатат и на можностите и на формите за постојано образование, за проширување на фондот на знаењето од областите кои се централната тема на сите медиуми: користење литература, пребарувачи на интернет, како се користат и кои се клучните зборови да се провери некоја информација, поим, појава, настан од сегашноста или минатото.

Може ли секој да биде новинар?

Следењето на настаните од современиот живот и аналитичкиот приод кон темите од јавен интерес не може да се сведе под заедничкиот именител да се одговори на петте основни новинарски прашања. Кога би било така, тогаш секој би можел да биде новинар. Разбирањето на оваа професија сè почесто се третира токму од аголот на овие пет прашања што го поткопува новинарството, а јавноста е секој ден посиромашна за добра, релевантна точна и интересна информација. Имаме ситуации новинар да помине некаква обука од една или две недели, да научи да одговори на основните прашања (кој, што, кога, каде, како), приказната да ја дополни со некоја изјава и, грубо кажано, тоа би било сè. Според оваа логика, секој кој не може да се најде во својата професија, секогаш може да биде новинар. Факултетската диплома може да биде само основа и патоказ како да се спознаат и другите области важни за новинарската професија и за новинарскиот

поглед на животот, а тоа подразбира и лингвистичко знаење и етимолошко толкување на многу поими и изрази.

Зошто се толерира

Голем број новинари немаат широка култура, не поседуваат ни елементарно енциклопедиско знаење, а како последица на ваквата состојба во редакциите работата се врши некавалитетно. Сопствениците на медиумите ја толерираат ваквата состојба бидејќи така полесно манипулираат со новинарите и си ги штитат сопствените интереси кои се често спротивни на јавниот интерес. Најголемите губитници се граѓаните. Дефиницијата што новинарот го опишува како „универзален незнајко“, иако често се изговара со симпатии, крие во себе сериозно предупредување дека во оваа професија нема оправдување за незнаење и за неинформираност.

Не зборуваме за ситните грешки кои често и стручната јавност ги простува, но ноторно незнаење, мешање на поимите, погрешни термини, грешки во хронологијата, се

Полузнаењето најчесто доведува до ситуација во медиумите да се маргинализираат фактите кои се важни, затоа што новинарите не знаат да ги пројолкуваат или презентираат на начин прифатлив за публиката.

непростливи новинарски пропусти, кои, за жал, стануваат правило особено на порталите и во таблоидите.

Спомнатите, но и многу други примери на незнаење, само придонесуваат за уште

поголема недоверба на граѓаните кон медиумите, а новинарската професија вртоглаво го губи угледот кој реално би требало да го има со оглед на нејзината претпоставена моќ. Всушност, моќта произлегува од влијанието што медиумите го имаат во јавноста, меѓутоа ако на јавноста и понатаму ѝ нудиме елементарно незнаење, тогаш наскоро ќе зборуваме за целосна немоќ и за апсолутно изгубено влијание на медиумите и на новинарите врз општествените процеси и премрежиња.

Постојано учење

Стандардните темели на новинарската професија се знаење, способност, снаодливост, совест и она што се стекнува со време – искуство.

Новинарството бара постојано образование, надградба на општа култура која треба да е поширока од просечната, следење на светските трендови од сите области, стручност

Во редица медиуми се мешаат поимите „метрологија“ - научна дисциплина која се занимава со мерки и „метеорологија“ - дисциплина која се занимава со временските појави и промени.

за одредени прашања и општо знаење од историја, политикологија, право, економија, социологија, социјална психологија, филозофија, логика, уметност, спорт и современи технологии. Можеби оваа листа на потребни знаења на прв поглед изгледа застрашувачки, но доколу некој сака сериозно да се

занимава со оваа работа, треба веднаш да почне со освежување на знаењето од овие области, бидејќи пред јавноста не се срамот само тие што останале на потпросечното ниво на општо знаење, туку и нивните колеги. А, едноставно, добар дел од колегите не сака да се срами поради нив.

Соочување со одговорноста при работата во јавната сфера и со судот на јавноста може да го доведе новинарот во ситуација да се срами од она што го напишал. Тоа и не е најголемата „казна“, поголемата е ако и неговите колеги се срамот од она што тој го напишал. Во време на брзи и современи комуникации, денес постои добар дел читателска публика која е натпросечно информирана и со голем фонд на општо знаење. Ако новинарот постојано не го надградува своето знаење со нови информации од областите кои се од јавен интерес, тлото под нозете почнува да му бега, а неговата илузија дека е добар новинар, или дека воопшто е новинар, се урива како кула од карти.

Помина времето кога генијалните поединци можеа во главата да го држат целото знаење на своето време. Денес тоа повеќе не е можно. Ни најголемите компјутерски мемории, ни познатите библиотеки не можат повеќе да ги регистрираат и да ги меморираат сите резултати на економската, технолошката и на општествената револуција. Со која брзина се движат информациите зборува најдобро податокот дека за помалку од минута ни се враќа пораката која сме ја испратиле на патот околу планетата.

„Изгуглај“ е синоним за „најди на интернет“. www.sciencedirect.com⁶ е пребарувач на научни информации каде можат да се најдат повеќе од 545 милиони научни текстови во PDF, Word, HTML. На интернет постојат повеќе од седумдесет корисни пребарувачи кои можат да бидат во функцијата на едукација и на подигнување на нивото на енциклопедиското и општо знаење на новинарите. Само треба да се кликне.

⁶ <http://www.sciencedirect.com/>

АКО МАЈКА ТИ ВЕЛИ ДЕКА ТЕ САКА, ПРОВЕРИ

Пишува: Горан Ризаов

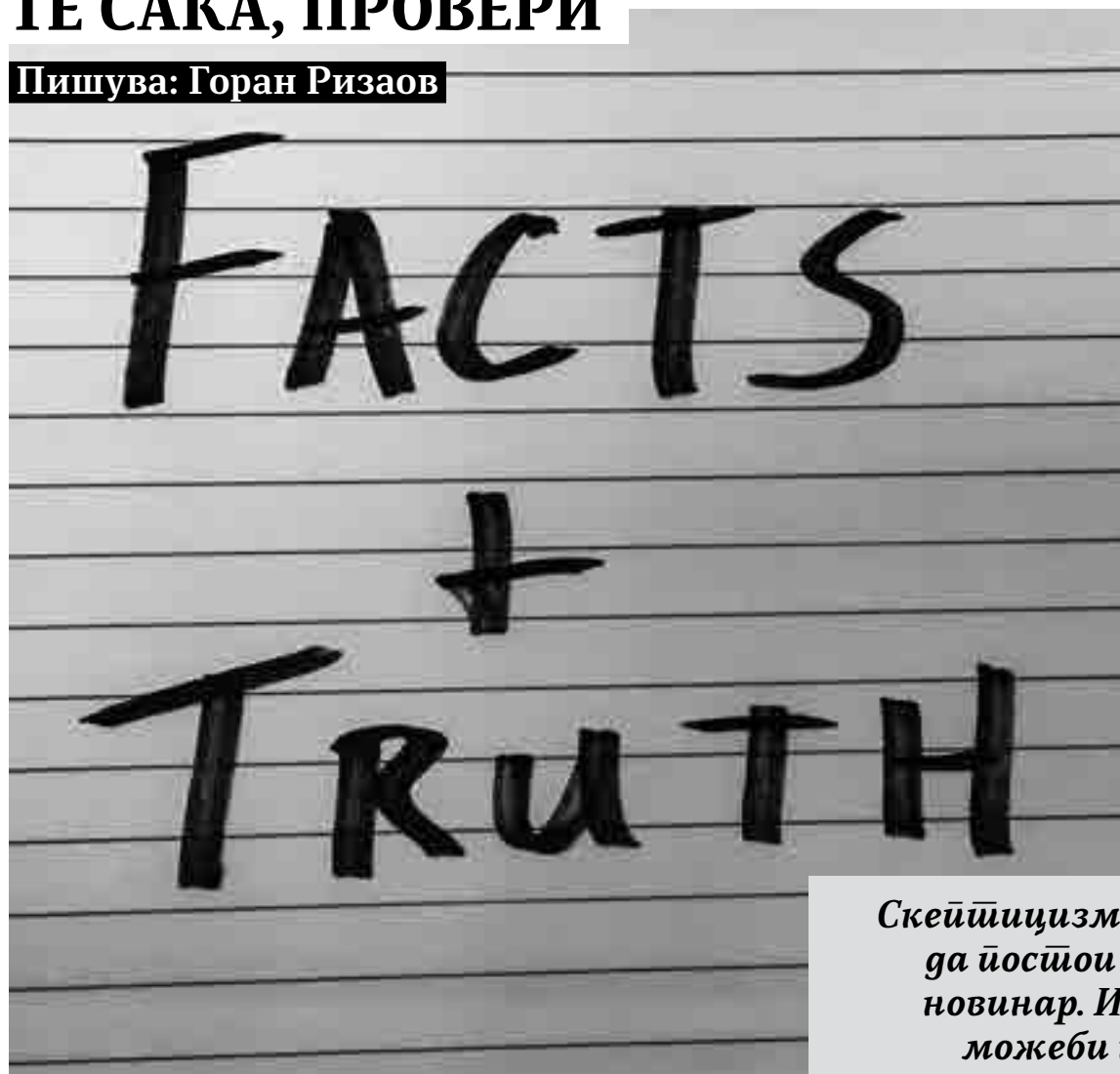


Photo by: David Mulder, A post-truth world, full of alternative facts?
<https://www.flickr.com/photos/113026679@N03/31734949153>

Ваквото мото е повеќе од корисно за денешните, модерни македонски новинари, но и за активистите и за борците за човекови права, како и за сите корисници на социјални мрежи. Особено во време кога секојдневното се појавуваат примери¹ на фалсификува-

ни² документи, фотошопирани фотографии, лажно претставени видеоснимки, стари илустрации со извлечени заклучоци и измамнички текстови.

Скејтицизмот мора да ѝ остои кај секој новинар. Изворието можеби намерно лажај, можеби само наивно ѝ ренесуваат ѝоѓрешни информации.

1 Можно ли е јахтата да е изнајмена?, Сервис за проверка на фактите од медиумите, 01.09.2015
<http://proverkanafakti.mk/mozhno-li-e-jahtata-da-e-iznajmena/>

2 Лажно судско решение, Лаличик не одлучувала за снимките, ТВ Телма, 02.09.2015
<http://www.telma.com.mk/vesti/lazhno-sudsko-reshenie-lalichik-ne-odluchuvала-za-snimkite>



СООПШЕТИЕ ДО ЈАВНОСТА

ВО БАРАЊЕТО ДО СУДИЈА НА ПРЕТВОРНА ПОСТАЛКА, НАВЕДЕНО Е ДЕКА ВО ОВО СЛУЧБЕ ПОДНЕСЕЛИ СЕ КРИВИЧНИ ПРЕДАЦИ И СЕ ВОДИ ПОСТАЛКА ПРОТИВ ОСОБНОСТИТЕ НИКОЛА ГРУТЕСКИ, ГОРДАНА ТАНКОВСКА, МИЛЕ ПАНАЈЕВСКИ, ВЕРИЛ БОКОВСКИ, САВКО МЕДИЈАНОВ, ИРЕНА КОКЕВА, МАТИН ПРОПУТЕ, ТОМИ ТРАНСКОНИ И КОЛЕ ТРАЈАНОВСКИ. А СКОБИТЕ ОД ТЕЛЕФОНСКИ РАКОВНИЦИ И ТРАНСКРИПТИТЕ ОД ИСТИТЕ ПРИЗОВЕНИ КАКО ДОКАЗ ВО ПРЕДМЕТИТЕ НА СПОРНО КЛИВИЧНО ДЕЛО ТРЕБА ДА СЕ ИСПОСКАТ КАКО НЕЗАВИСНИ ПРИСТАВНИ ДОКАЗИ ВАСИТЕ СОБРАНО ЧЕ. И ЕД ОД НИЕ НЕ МОЖЕ ДА СЕ КОРИСТАТ И ВРНИОН ДА СЕ ЗАСНОВА СУДСКА СЛУДКА, А СОБРАНО ЧЕ, И ОД НИЕ НАДЛЕЖЕН ДА ДИСТРАИРА НА РЕШЕНИЕ ЗА НЕПОЛУКАНИ ДОКАЗИ ОД СЛУЧБЕ И СУДИЈА НА ПРЕТВОРНА ПОСТАЛКА НАДЛЕЖНА ДА ЗАПРИТУВА НА ИСТРАВНА ПОСТАЛКА.

ПОСТАЛКАТА ВО БАРАЊЕТО И ПЕНИТИТА ДИСТРИВНО ЗАМЕНИТОСТА НА ДОКАЗИТЕ ИЛИ ВЛУГВАЊЕ ВО СОДРЖИНАТА НА ПОСТАЛКАТА МОРА ДА ВОДЕ ЈАВНОТО ОБВЕШТЕЛИСТВО, А ИМАЕМ ГО ВО ПУБЛИК ДИСТРИВНОТО КОМЕСТУВАЊЕ ДОБРО ОД ОВО - СЛУЧБЕ, СУДИЈА НА ПРЕТВОРНА ПОСТАЛКА ГО ПРАВЕЖ БАРАЊЕТО ЗА НЕПОЛУКАНИ НА АУДИО ЗАПИСИТЕ СОДРЖАНИЕ НА ЕД И ТРАНСКРИПТИТЕ ОД ИСТИТЕ КАКО ДОКАЗ ОД СЛУЧБЕТЕ НА ПРЕДМЕТИТЕ, АУДИО ЗАПИСИТЕ И ТРАНСКРИПТИТЕ СЕ ЗАПРАВАТ И СЕ ЧИВАТ КАД СУДИЈА НА ПРЕТВОРНА ПОСТАЛКА ПРИ ОВО СЛУЧБЕ ОВАСИ ОД ДРУГИТЕ СЛУЧБЕ ПРИ НЕТО НЕМОЖЕ ДА СЕ КОРИСТАТ ВО ПОСТАЛКА.



Лажното фойтошоирано решение на судијката Софија Лаличиќ, кое медиумите го презедоа без да го проверат (Фойто: Twitter)

Суштина на новинарството

Познатиот американски новинар Стив Батри во воведот на Прирачникот за верификација³ вели оти оваа легендарна реченица сè уште важи, но таа „на новинарите и на хуманитарните работници не им кажува како да ја проверат информацијата“.

„Верификацијата е суштината на новинарството, но таа, исто така, ги покажува тешкотиите и потребата за високи стандарди во новинарството: патот до верификацијата може да биде различен за секое тврдење. Во сржта на верификацијата се наоѓа прашањето: ‘Како го знаете тоа?’“, вели Батри.

Ова прашање, според Батри, новинарите мора да им го постават на изворите на информации; уредниците мора да им го постават на новинарите, а истото треба да се прашаат сите што пренесуваат нешто од извори кои не се достапни.

Прирачникот вели оти за верификација е потребна комбинација од три фактори, и тоа:

1. Снаодливост, упорност, скептицизам и вештини;
2. Знаење, веродостојност и искреност на изворот, како и бројот, разновидноста и веродостојноста на различните извори кои можете да ги најдете и да ги убедите да разговараат со вас;

3. Документација.

За да стигне до потребата од верификување на некое тврдење, фотографија или интернет-содржина, новинарот мора да тргне од едноставната претпоставка дека изворите не се во право.

Скептицизмот мора да постои кај секој новинар. Изворите можеби намерно лажат, можеби само наивно пренесуваат погрешни информации. Можеби имаат лошо паметење или им недостига целосниот контекст и разбирање на темата. Можеби се во опасност и не можат да кажат сè што знаат или не можат да ја видат комплетната слика на настаните кои се одвиваат.

„Нашата работа не е слепо да го повторуваме она што ќе го кажат изворите или што го пишува во материјалите што ќе ни ги поделат, туку да ги доведеме под знак прашалник, да го споредиме она што го зборуваат со други веродостојни извори и да провериме што е вистина, отстранувајќи ги притоа од нашата историја (пред да ја објавиме) неточните или недоволно проверените информации“, вели Батри.

Факт е дека технологијата го промени начинот на кој доаѓаме до изворите на инфор-

³ Verification Handbook, European Journalism Centre, Poynter Institute, 2013
<http://verificationhandbook.com/>

мации. Знаејќи дека денес учесниците во и сведоците на настаните го споделуваат она што го виделе преку опис, фотографија и видеозапис на социјалните медиуми и блогови, новинарите можат, со дигитални алатки за пребарување и crowdsourcing побргу да ги најдат луѓето што присуствувале лично на настаните и побргу да стапат во контакт со нив.

Разоткривањето на лажните стории, лажните фотографии и видеоснимки дури става на посебна тема на која работат одредени новинари, чија единствена работа е да ловат лажни објави и да ги исправаат во своите текстови.

Поради сè почестите примери на фалсификувани и лажни фотографии во македонските медиуми, на кои нареднуваат одредени медиуми и кои често се пласираат за да се одвлече вниманието на јавноста од суштинските прашања, во оваа новинарска лекција ќе се сконцентрираме на верификацијата на фотографиите.

Прирачникот за верификација, кој можете бесплатно да го набавите на повеќе јазици,

За да стигне до потребата од верификување на некое тврдeње, фотографија или интернет-содржина, новинарот мора да тргне од едноставната претпоставка дека изворот не се во право.

меѓу кои и на хрватски, вели дека „иако технологијата продолжува да се менува – како и алатките што ги користиме – основните принципи на верификација на фотографиите остануваат исти“:

1. Востановете кој е авторот/изворот на фотографијата;
2. Потврдете ја локацијата, датумот и приближното време кога таа е снимена;
3. Потврдете дека фотографијата го прикажува она што текстот го тврди/сугерира;
4. Добијте дозвола од авторот/изворот за користење на фотографијата.

Кој е автор/извор на фотографијата

Најефикасен и најочигледен начин да се направи ова е да се контактира личноста што ја поставила фотографијата на интернет и да се праша дали таа е автор. Првиот чекор е контакт со личноста што ја објавила содржината преку својот профил на социјална мрежа или ја пратила преку електронска пошта, но битно е да се утврдат што е можно повеќе детали за неа. Овие детали можат да ни помогнат да одредиме дали таа личност е навистина оригиналниот извор на фотографијата.

Пронаоѓањето на изворот почнува со личноста што ја поставила на интернет, но честото завршува со друга личност, која, всушност, ја направила фотографијата.

Битен чекор, и најчесто најкористен во вакви случаи, е сервисот за ретроградно пребарување на фотографии на „Гугл“ (Google)⁴ или „Тинај“ (TinEye)⁵. Копирајте URL на фотографијата или копирајте ја во кој било од овие два сервиси и тие ќе го скенираат интернетот во потрага за истата фотографија. Ако во резултатите се појават неколку линкови, кликнете на „преглед на други големини“ за подетална истрага.

Обично, фотографијата со најголема резолуција е оригиналниот извор. Овој резултат потоа можете да го споредите со фотографијата што ја имате и да проверите дали изворот изгледа автентично.

4 <http://www.google.com/imghp>

5 <http://www.tineye.com/>

Кога известувате за ударни вести, фотографиите од одредени луѓе што ви требаат за да ја илустрирате сторијата нема да ви бидат достапни. Притоа, можете да проверите дали фотографијата што ја имате од личноста навистина ја прикажува таа личност, а не некој со исто име и презиме.

Во тој случај веб-страницата „Пипл“ ([Pipl.com](https://pipl.com/))⁶ е особено корисна бидејќи ги прикажува имињата, корисничките имиња, е-адресите и телефонските броеви на луѓето. За меѓународни пребарувања, може да помогне „Вебми“ ([WebMii](https://webmii.com/))⁷, а и „Линкдин“ ([LinkedIn](https://www.linkedin.com/))⁸ се покажува како добар начин на верификација на идентитетот на луѓето и често нуди дополнителни информации врз основа на кои можете да стапите во контакт со некого (преку компаниите/организациите за кои тие работеле или работат во моментот).



Фотографија од наводниот јакот на кој илустрираше случајот на СДСМ, Радмила Шекеринска (Фото: скриншот)

Локација, датум и приближно време кога фотографијата е снимена

Постојат неколку корисни новинарски и технички начини на одредување на датумот, локацијата и на други битни детали.

Еден од основните начини на собирање ваков вид податоци е разговор со личноста што ја креирала/поставила фотографијата на интернет. Овие пет прашања се клучни во таков момент:

- Кои се?;
- Каде се?;
- Кога стигнале таму?;
- Што гледаат (и што прикажува нивната фотографија)?;
- Зошто се таму?

Кога веќе еднаш ќе добиете информација за тоа како е снимена фотографијата, работете

Знаејќи дека денес учесниците и сведоците на настаните го соодолуваат она што го виделе преку опис, фотографија и видеозапис на социјалните медиуми и блогови, новинарите можат, со дигитални алатки за пребарување и crowdsourcing побрзо да ги најдат луѓето што присуствувале лично на настаните и побрзо да стапат во контакт со нив.

на поткрепување на таа информација. Постојат две примарни методи кои се користат за истражување на содржината на самата фотографија, која можете да ја споредите со она што ви го кажал изворот.

Прво, проверете дали фотографијата има метаподатоци (metadata). Метаподатоците, кои уште се нарекуваат и EXIF податоци, кога станува збор за дигитални фотогра-

⁶ <https://pipl.com/>

⁷ <http://webmii.com/>

⁸ <https://www.linkedin.com/>

фии, се однесуваат на податоците што ја придружуваат самата фотографија. Ако е таа оригинална, постојат големи шанси дека ќе можете да ги видите информациите за видот и за моделот на камерата, времето кога е снимена фотографијата (овде треба да внимавате – ако фотографијата има временски „печат“, времето може да е автоматски наместено на оригиналните дотерувања на производителот, или, пак да е во друга временска зона) и димензиите на оригиналната фотографија, меѓу другото.

За проверка на метаподатоците, можете да користите софтвер како „фотошоп“, каде ќе ги прегледате податоците за фајлот, или да користите бесплатни интернет-алатки како Fotoforensics.com⁹ или Findexif.com¹⁰, кои ќе ви дадат EXIF извештај за фотографијата. Детален EXIF извештај можете да добиете и преку Jeffrey's Exif Viewer¹¹.

Можете да го користите и сервисот на izitru.com¹², кој ја анализира фотографија и покажува дали таа е обработена во „фотошоп“ или изменета на каков било начин. Слична функција има и алатката Image Edited¹³, а можете и да ја користите екстензијата за пребарувач Elog.io¹⁴, која нуди пристап до 22 милиони фотографии во базата на Wikimedia Commons.

Дел од овие податоци ќе им бидат покорисни на тие што знаат повеќе за техничката страна на дигиталната фотографија. Но, за просечна личност, податоците за тоа кога е направена фотографијата или видот на камерата која е користена, некогаш се доволни за откривање лажен извор.

За жал, поголем број социјални мрежи на кои се поставуваат фотографии, како „Твитер“, „Фејсбук“, „Инстаграм“, автоматски ги

отстрануваат поголемиот дел од метаподатоците при прикачување на фотографиите („Фликр“ е исклучок).

Второ, споредете ги фотографиите со други извори. Често ќе најдете траги кои можат да ве доведат до верификација на локацијата и на времето на фотографирање:

- **регистрација на возила;**
- **временски услови;**
- **значајни градби;**
- **вид облека;**
- **знаци/натписи;**
- **терен/околина.**



Интернет-алајката fotoforensics.com која се користи за проверка на метаподатоци (Фото: скриншот)

Дали фотографијата го прикажува она што текстот го тврди/сугерира

Покрај верификацијата на датумот, времето и на приближната локација, битно е да се утврди дали фотографијата го прикажува тоа што се тврди дека го прикажува. Автентична фотографија може да биде ставена во лажен контекст.

⁹ <http://www.fotoforensics.com/>

¹⁰ <http://www.findexif.com/>

¹¹ <http://regex.info/exif.cgi>

¹² <http://www.izitru.com/>

¹³ <http://imageedited.com/>

¹⁴ <http://elog.io/>

За да ја одредите локацијата, може да ги користите сервисите [Google Maps](https://www.google.com/maps)¹⁵, [Bing Maps](https://www.bing.com/maps)¹⁶

Разоткривањето на лажните сџории, лажните фотографии и видеоснимки дури сџана посебна тема на која работат одредени новинари, чија единствена работа е да ловат лажни објави и да ги истражуваат во своите текстови.

или [Wikimapia](http://wikimapia.org)¹⁷. Фотографиите што ги испраќаат корисниците се често „тагнати“ на овие сервиси и можат да дадат информации и поглед од друг агол на локациите што ги истражувате.

Веб-страниците за временска прогноза можат да ви дадат точни извештаи за временските услови на различни локации на определен датум – користете ги за да потврдите дека временските услови на фотографијата одговараат на реалноста во даденото време. За ваква проверка добар извор е алатката [Wolfram Alpha](http://www.wolframalpha.com)¹⁸.

Ако на фотографијата е прикажан знак или натпис на друг јазик, можете да го користите [Google Translate](https://translate.google.com/#auto/en/)¹⁹ за да проверите дали има дополнителни информации за локацијата. Алатката за оптичко читање на знаци [free-ocr.com](http://www.free-ocr.com/)²⁰ може да ви помогне да го преземете текстот од фотографијата – кој потоа би го поминале на интернет-алатка за преведување.

Од голема помош за одредување на локацијата на фотографијата можат да бидат и веб-сервисите [Geofeedia](https://www.geofeedia.com/)²¹ и [Ban.jo](http://ban.jo/)²², кои се користат за геолоцирање содржини од социјални мрежи. Овие сервиси ги користат GPS податоците од мобилните телефони преку кои е поставена фотографијата на интернет.

Покрај овие алатки и техники, корисно е да проверите дали и други медиуми и агенции дистрибуираат слични фотографии. Дали другите објавуваат фотографии на социјалните мрежи од истата локација. Ако фотографиите прикажуваат слична сцена од друг агол, тоа, исто така, ќе помогне за нивна верификација.

На крајот, ако станува збор за голема приказна, ако имате навистина силна фотографија, вреди да се провери дали таа се појавува на [Snopes](http://www.snopes.com/)²³, веб-страница специјализирана за проверка на урбани легенди и неточни информации што кружат на интернет.



Прирачник за верификација (Фото: скриншот)

¹⁵ <https://www.google.com/maps>

¹⁶ <https://www.bing.com/maps>

¹⁷ <http://wikimapia.org>

¹⁸ <http://www.wolframalpha.com/examples/WeatherAndMeteorology.html>

¹⁹ <https://translate.google.com/#auto/en/>

²⁰ <http://www.free-ocr.com/>

²¹ <https://geofeedia.com/>

²² <http://ban.jo/>

²³ <http://www.snopes.com/>

Дозвола од авторот/изворот за користење на фотографијата

Секогаш е најдобро да побарате дозвола за објавување од личноста што ги има авторските права. Законите за авторски права во многу земји јасно одредуваат дека сопственикот на фотографијата може да бара надомест ако не е побарана и дадена дозвола за објавување на истата.

Одредбите и условите за користење содржини што се поставени на социјалните мрежи варираат од еден до друг сервис. Некои, како „Фликр“, покрај фотографијата, јасно наведуваат дали фотографот ги задржува правата или дозволува употреба под лиценците „Криејтив комонс“²⁴.

Кога барате дозвола, битно е да имате на ум неколку детали:

- Јасно кажете која фотографија или фотографии сакате да ги користите;
- Објаснете како ќе бидат користени;
- Прашајте го фотографот како сака да биде претставен (име, корисничко име, итн., имајте на ум дека понекогаш фотографите сакаат да останат анонимни).

Ако сакате да користите фотографии кои се заштитени само со лиценци „Криејтив комонс“ и се отворени за користење со наведување извор, тогаш базата на photopin²⁵ е едно од подобрите решенија.

И, најважно, запомнете дека ако сте ги поминале сите наведени чекори и процеси и и понатаму се сомневате – не користете ја фотографијата!

Скептицизмот како водилка

Особено интересен е примерот од 2013 година со фотошопираната насловна страна

ница од аргентински дневен весник „Ла капитал“. Беше поставена фотографија од полициски возила и брза помош, а во објаснувањето стоеше дека сопружниците Атанасоски, сопственици на компанијата „Платина“, кои се осудени на 15 години затвор во Македонија, биле најдени застрелани во апартман во Мар дела Плата, Буенос Аирес.



Лажната насловна страница на аргентинскиот дневен весник „Ла капитал“ (Фото: скриншот)

24 <http://cc.org.mk/>

25 <http://photopin.com/>

Десетици македонски медиуми ја објавија сторијата²⁶, воопшто не обидувајќи се да го

Леџендаџа вели дека во редакцијата на чикашкото „Сити нџз биро“ (City News Bureau) постоел голем знак на кој со задебелени букви пишувало „Ако мајка ти вели дека те сака, провери“. Ова биро било формирано кон крајот на 19 век како еден од првите заеднички сервиси на десетдневни весници за весиот од црна хроника. Бирото работело 24 часа и покривало, главно, теми поврзани со криминал и со полиција. Било познато по прецизноста и по точноста на весиите и по ситројноста и пренинџ на младите новинари.

проверат тврдењето. Неколку дена подоцна, откако беа контактирани новинарите од „Ла капитал“, се увиде грешката и дел од медиумите објавија деманти²⁷.

Што се однесува до мајчината љубов, за разлика од домашните медиуми, Стив Батри

тргна да го провери изворот на легендата дека во редакцијата во Чикаго постоел натписот „Ако мајка ти вели дека те сака, провери“. Тој сакал да докаже дали таа реченица навистина ја изговорил поранешниот уредник во овој медиум, Арнолд Дорнфилд. Батри пронашол неколку извори: „Чикаго трибјун“ (Chicago Tribune)²⁸, AJR²⁹ и „Њујорк тајмс“ (The New York Times)³⁰ во кои се потврдува тврдењето дека цитатот е на популарниот Дорни. Но, во натписот кој е објавен во „Балтимор сан“ (Baltimore Sun)³¹ во 1999 година пишува оти самиот Дорни вели дека еден друг уредник, Ед Јуленберг, кој таму работел, прв ја изговорил оваа позната реченица.

На крајот, Батри заклучува дека иако мајка ви најверојатно ве сака, како што и тврди, навистина не е лошо да го проверите тоа.

„Мајка ви веројатно ве сака, како што и тврди. Можете да го проверите тоа така што ќе ги интервјуирате нејзините пријатели, семејството, ќе најдете фотографии и видеоснимки каде таа ја покажува или изразува својата љубов. Ќе најдете писма или фејсбук-статуси на кои таа ја изразува својата приврзаност. Ќе ги документирате подароците и постапките кои ја покажуваат нејзината љубов. А, потоа истото тоа ќе го направите со секој текст, секој настан и со секој проект на кој што работите“, вели тој.

Ова тврдење е претпоставката од која мора да тргне секој новинар, активист, борец за човекови права кој сака да биде веродостоен и прецизен и да го задржи вниманието на јавноста.

26 <http://www.time.mk/cluster/16438448dc/sopstvenicite-na-platina-inzenering-pronajdeni-mrtvi.html>

27 Со лажна насловна „убиени“ осудените на 15 години затвор во Македонија, Дневник, 12.06.2013
<http://dnevnik.mk/?ItemID=20C7756DDC42A24EB213392F29108DC8>

28 http://articles.chicagotribune.com/1991-10-20/news/9104040559_1_city-news-bureau-night-city-editor-jack-fuller

29 <http://ajrarchive.org/article.asp?id=1088>

30 <http://www.nytimes.com/1998/10/30/us/chicago-will-lose-a-storied-bastion-of-double-checked-facts.html>

31 http://articles.baltimoresun.com/1999-03-06/features/9903060357_1_city-press-city-news-bureau-pronoun

НЕВИДЛИВИ АВТОРИ: ФАНТОМСКИ ТЕКСТОВИ ОД СТРАВ ИЛИ ОД СРАМ?!

Пишува: Владо Ѓорчев



Photo by: Jon S, Newspapers
<https://www.flickr.com/photos/62693815@N03/6277209256>

Како никогаш досега, тенденција на пораст има појавата да се објавуваат текстови зад кои не стои автор, туку одговорноста ја презема рубриката или редакцијата¹. Оваа практика особено се применува во случаи кога треба да се нападне некоја институција

(Специјално јавно обвинителство, на пример) или да се навреди и да се омаловажи некој висок функционер на опозициска политичка партија.

**Негоспигош од храбросп
да се пошпише шексп
– шамфлеп, укажува
на повекегодишно
иланско и системапско
депсонализирање
на македонскоп
новинарспво.**

1 Весниците на „МПП“ објавија текстови за СЈО потпишани од редакциите, а не од новинарите, МЕТА, 29.03.2016
<http://meta.mk/vesnitsite-na-mpm-objavija-tekstovi-za-sjo-potpishani-od-redaktsiite-a-ne-od-novinarite/>

Недостиг од храброст

Сепак, за текстот е многу важно да има добра опрема, наднаслов, наслов, издвоени

**Тенденција на ѝорасӣ
има ѝојаватӣа да се
објавуваат̄ текс̄тови
зад кои не с̄ио̄и авӣор,
ѝуку одг̄оворностӣа ја
ѝрезема рубрика̄та
или редакцӣјата. Оваа
ѝпрак̄тика особено се
ѝримува во случаи
кога ѝтреба да се најадне
некоја инс̄тӣтуција
или да се навреди и да
се омаловажи некој
висок функционер
на оӣозициска
ѝолӣтичка ѝар̄ија.**

поенти, фотографија..., со што и најмногу се привлекува вниманието на читателите. Но, кога ќе се прочита редакциски потпишан текст, секогаш се јавува сомнеж дали тој е веродостоен?

Недостигот од храброст да се потпише текст – памфлет, укажува на повеќегодишно планско и систематско деперсонализирање на македонското новинарство, каде не е важно дали и кој ќе го потпише текстот, важно е да не се направи грешка и во своето „новинарско размислување“ да се доведе во прашање безгрешноста на власта. Притоа, секој што ќе се обиде да ја наруши или искриви идиличната слика за Македонија, која власта ја креира како „најубаво̄то мес̄то за живеење, најмалку задолжена држава во Европ̄а, со најголеми субвенции за земјоделцӣте, каде демократӣјата и слободата на ѝечайо̄и

доживуваат̄ невиден ѝроцӯи...“, и ќе ја покаже реалноста на македонското општество во кое се случуваат апсења, репресија, зазирање на опозициските медиуми, блокирање на критички мислења, прогласување на предавници, државни непријатели и на странски платеници.

Според **Жарко Јордановски**, долгогодишен новинар и заменик на главниот и одговорен уредник на „Слободен печат“, непотпишувањето на објавен текст се прави од различни причини.

„Една е кога се сака да се деперсонализира одреден став, односно да му се даде тежина зад која стои колективот, редакцијата. Такви можат да се потпишуваат како став или дело на редакцијата, со иницијали на редакцијата и слично. Такви се одредени извинувања, деманти, дисклејмери, објави за предизборни правила на однесување или важни редакциски коментари кои ги објавува медиумот за одредени теми, а некогаш и за теми или стории во кои е инволвиран и самиот медиум. Исто така, можни се непотпишани дневни коментари на разни теми, сме имале такви во повеќе весници каде што сум работел, кои се сметаат за став на редакцијата. Целта на ваквиот облик на анонимност е да му се даде поголема тежина на еден став, тој да се прикаже како заедничка уредувачка или деловна политика и да се избегне тој да се поврзе со конкретна личност. Постојат и цели весници, претежно стручни, фанзини, економски или политички памфлети, чии текстови комплетно се непотпишани за да се нагласи одредена идеологија и да се избегнат замките на личниот настап“, вели Јордановски.

Случај со традиција

Таков е случајот со англискиот „Економист“, кој, исто така, објавува текстови кои не се

авторски потпишани, но овде станува збор за традиција од 19 век, кога важеле други правила и кога многу се полагало на скромноста во склад со обичаите од тоа време. Арно ама, за разлика од сегашната практика кај нас, кога непотпишувањето се прави за да се скрие авторот и тој да остане непознат, кај „Економист“ авторот е познат на целата редакција и, по барање, може да се дознае кој е. Тоа не е проблем. Непотпишувањето е останато само за да се задржи традицијата. „Тоа е една, би рекол, разбирлива или оправдана примена на непотпишан новинарски текст. Друга примена на анонимноста е да се избегне судска, новинарска или каква било друга јавна одговорност за напишан новинарски текст, по правило со крајно сомнителна содржина, со неточни или извртени факти, дезинформации, лаги кои се пласираат во јавноста. Едноставно, за новинарски полуфабрикати, клевети кои некој сака да ги лиферува во јавноста, но никој не сака да ги поткрепи со своето име и презиме. Сведоци сме на таа појава во Македонија, особено со појавата на интернет. Тоа е едно интелектуално подземје, кое вегетира на маргините на новинарскиот јавен живот, а сигурен сум, се финансира од политичките и од коруптивни центри кои имаат интерес

Кога ќе се прочита редакциски потпишан текст, секогаш се јавува сомнеж дали тој е веродостоен.

овие сомнителни содржини да влезат во јавен оптек. Луѓето што работат во тие медиуми ниту сакаат да знаат што е чесна, професионална новинарска работа, не ги интересира ниту вистина, ниту фактичка состојба, најмалку манири на убаво одне-

сување или убаво пишување, граматика или слично, ниту има намера некогаш со тоа да се занимаваат“, вели Јордановски.

Потпишувањето на текстовите од редакцијата или рубриката понекогаш се користи во околности кога се работи за прашање или тема за која редакцијата сака да зборува во еден глас или, пак, кога се известува за голема сторија од непроценливо значење, вели извршниот директор на Совет за етика во медиумите на Македонија, **Марина Тунева**. „Но тоа, според мене, треба да се прави во исклучителни ситуации, многу внимателно и во консултација со уредниците.

Не е важно дали и кој ќе го потпише текстот, важно е да не се најправи грешка во „новинарското размислување“ и да се доведе во прашање безгрешноста на власиџа.

Доколку се премине кон таков чекор, потребно е и добро да се размисли како ќе се биде транспарентен и одговорен кон јавноста. На пример, во светско познатото списание „Економист“ постои практика на анонимност во пишувањето на некои текстови, но тоа се аргументира со ставот дека тоа што е напишано е многу поважно отколку тоа кој е автор на текстот. Или, според зборовите на Џефри Краутер, анонимноста од уредникот не прави господар, туку слуга на нешто што е многу поголемо и поважно отколку што е тој самиот... и на весникот му овозможува да застане со силен став и принцип. За жал, во денешно време, новинарството кај нас, во основа, е многу далеку од таа практика.

Неретко проблемот со непотпишување на текстовите е поврзан со други тенденции, меѓу кои би ги споменала тенденциозноста и еднострано известување, селективноста и пристрасноста во обработка на информациите, пропагандата, шпекулациите...“, вели Тунева.

Пишувањето под псевдоним, според Тунева, се случува и во околности кога е загрозувана безбедноста на новинарите. Но, доколку навистина се смета дека некому му е потребна заштита, тогаш тоа мора да биде направено на сигурен начин. Криењето на името нема да го постигне тој ефект.

„Транспарентноста е неопходна димензија во односот што новинарите и редакциите го имаат со својата публика.

Новинарот ѝ го гради своето име како „бренд“ од кој живее. Но, на оние новинари што доброволно се решиле да бидат „невидливи“, тоа не им е потребно.

Транспарентноста е поврзана и со одговорноста. Новинарите и редакциите треба да бидат етични исто како и носителите на други професии – лекари, адвокати и други професионалци. Новинарите и редакциите се тие што треба да определат дали анонимноста е корисна на сметка на можните негативни ефекти што ќе ги предизвика криењето на идентитетот. Работењето на медиумите не смее да се мистифицира, а информациите да се соопштуваат под превезот на скриениот или лажниот идентитет. Секој новинар треба

да носи одговорност за селекцијата на информации и на фактите и да биде одговорен за некоректноста во известувањето. Непотпишаните текстови не смеат да бидат заштита и бегане од таквата одговорност“, смета Тунева.

Името е бренд на новинарот

Мора да се има предвид, сметаат нашите соговорници, дека практиката на анонимност во пишувањето создава „сив“ простор за етиката. Таквата практика не смее да се злоупотребува на сметка на професионалните стандарди, кои секогаш мора да се почитуваат.

Не помалку штетно е и кога новинарите ставаат потпис зад текстови чии автори не се тие самите, туку се под „диригентската палка“ на некој што го контролира нивното работење.

Стандардите секогаш треба да се почитуваат, но тие може да бидат добри само доколку и добро се применуваат. Ако анонимноста се користи за непрофесионално, нечесно и пристрасно известување, тоа води до кардинален грев во новинарството и апсолутно кршење на Кодексот на новинари.

Новинарот го гради своето име како „бренд“ од кој живее. Но, на оние новинари што доброволно се решиле да бидат „невидливи“, тоа не им е потребно. Тоа е дел од пропагандната пресметка на партиите и тука завршува нивната улога – во интерес на нивните ментори да шират невистини за една политичка партија и отворено застанувајќи на страната на друга политичка опција. На нив се надоврзува и армијата на дигитални „борци“ кои оперираат на социјалните мрежи со лажни, измислени профили и слично. Тоа е еден валкан полусвет, кој постепено пенетрира и ја јаде пристојната новинарска јавност, така што границата меѓу овие сфери станува сè помаглива.

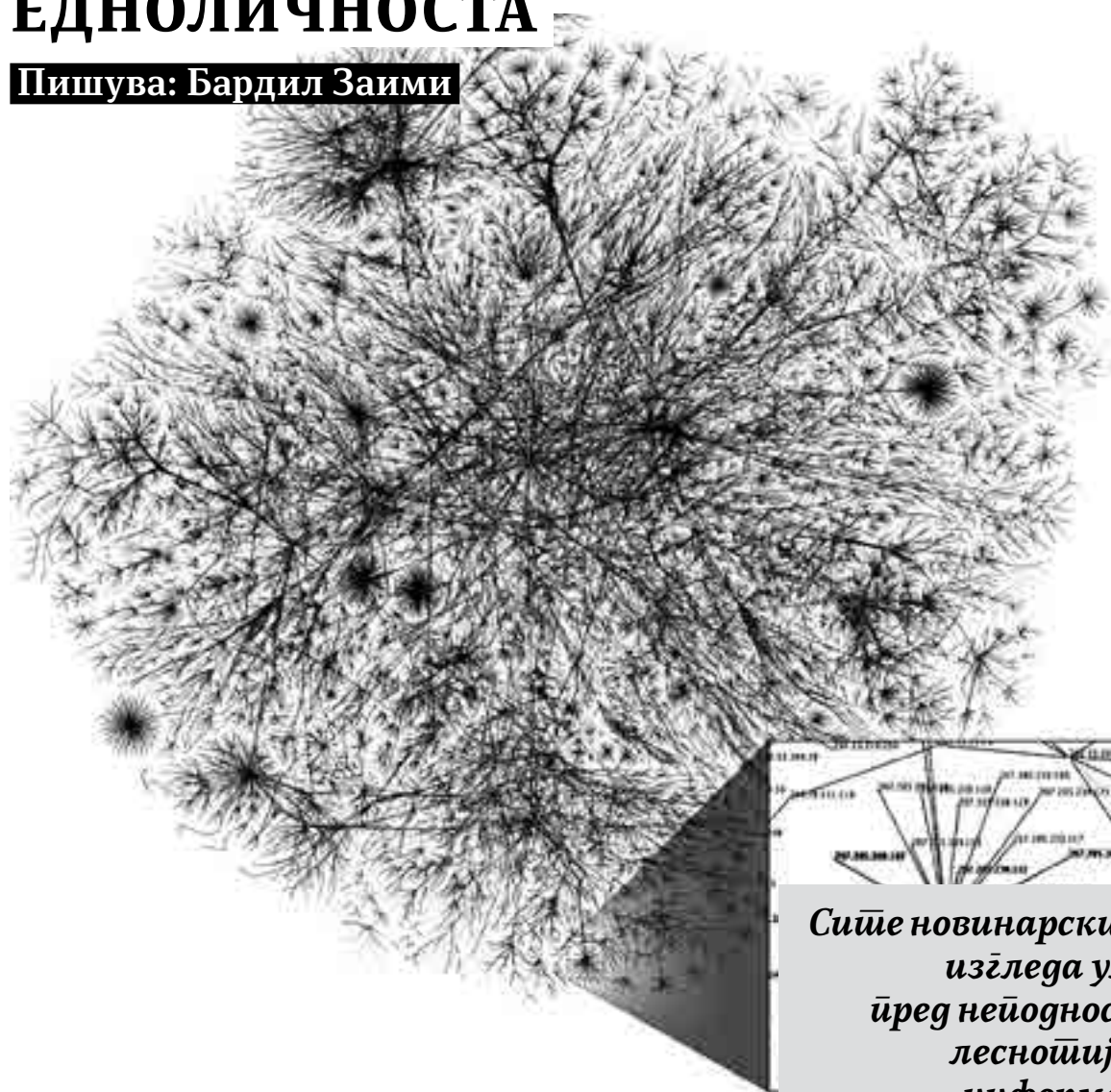
страница 370-390

ПОГЛАВЈЕ 03

Новите медиуми

ХАОСОТ НА ЕДНОЛИЧНОСТА

Пишува: Бардил Заими



Visualization of Internet routing paths

https://en.wikipedia.org/wiki/File:Internet_map_1024.jpg

Сите новинарски теории изгледа умираат пред неподносливата леснотија со која информацијата протекува низ бескрајниот свет на интернетот. Вртоглавото транспортирање на медиумите и на традиционалните формати на информирање во новите формати е проследено со невиден хаос на идентификација и со еден вид фрагментаризам на примателот – читателот. Додека

Сите новинарски теории изгледа умираат пред неподносливата леснотија со која информацијата протекува низ бескрајниот свет на интернетот.

традиционалните медиуми (телевизијата, весниците, радиото, неделниците, разните списанија) со тешки напори се обидуваат да го задржат престолот на присутност со еден веќе избледен „авторитет“, новите медиуми со невиден замав го прошируваат своето

хаотично присуство на една неструктурирана публика со површна перцепција.

Во сета оваа парадигматична декомпозиција, новите медиуми направија чекор напред за да бидат што поприсутни меѓу читателите, со незадржлив наплив на информации, што во повеќето случаи остануваат

Врхоглавото трансионирање на медиумите и на традиционалните форми на информирање во новите форми е иследено со невиден хаос на идентификација и со еден вид фрагментаризам на примителот – читателот.

далеку од основните принципи на современото новинарство. Во албанскиот информативен простор веќе постојат голем број портали, кои, со неколку исклучоци, не успеваат да ја исполнат итната потреба за правилно, точно, брзо и разновидно информирање.

„Медиумски плурализам“, но не и новинарски принципи

Се чини дека новите медиуми обезбедија „медиумски плурализам“, но не и функционирање врз принципите на новинарството. Хаосот на новите медиуми, во меѓувреме, создаде едноличност на информациите, кои во повеќето случаи се појавуваат како „рефрен“ на исти вести што се повторуваат од еден во друг портал. Објавените вести главно се агенциски и со малку козметички измени може да се најдат на секој портал. Недостигаат автентични пристапи, сознанија и обработки на вестите, како што и по секоја вест недостига авторството. Новинарот, оној чувар на јавниот интерес, на „светоста“ на фактите, изгубил смисла во

овој хаос, кој претендира да има безусловно присуство во виртуелниот свет. Повеќето портали, реално, функционираат без новинари и без најмало чувство за актуелноста и за политичките, економските, културните и за другите збиднувања. За жал, зад овие портали не стои една консолидирана редакција што соодветствува на мисијата на новинарството, туку некој „уредник“ или анонимен „сопственик“, кој без никаков критериум и без никаква редакциска политика објавува преземени вести со кои претендира да стане фактор во големиот хаос на интернет-медиумите.

Минималните придобивки од овој медиумски пазар, кој е неконсолидиран, фрагментиран и непрофесионален, создаваат само илузија од новинарството, еден вид дилетантизам, кој ни одблиску не соодветствува на вистинската мисија на новинарството. Во недостиг од редакциски платформи, професионални капацитети и од извори на финансии, повеќето од овие портали не успеаја да создадат своја препознатлива физиономија која би ја отсликувала потребната сериозност, приемчивост и влијание кај читателите. Не е сè црно. Има портали кои независно од тешкотиите што ги имаат за опстојување, веќе покажаа дека се на добар пат да го фатат ритмот на интернет- новинарството, целиот систем на специфики кои го прават поинакво од новинарските формати што обично ги нарекуваме традиционални.

Портали без редакција

Кај повеќето портали главно може да се забележи немањето редакција, тим новинари кои се во можност да ги покриваат настаните, да известуваат оригинално и да ги обработат, базирајќи се на една автентична редакциска политика. Информацијата претежно се пренесува стихично, обично преземена од некој друг медиум и тоа без да се наведе изворот на информацијата. Тоа е повторување на исти вести, кои често и се деформираат.

На некој начин, повеќето од нив функционираат како тим за вести со само еден член или како што е познато во новинарската теорија „one-man reporting team“. Секако, оваа дефиниција не е целосно адекватна за начинот на функционирање на овие портали, бидејќи вистинското значење на оваа терминологија опишува еден нов дух во интернет-новинарството, кој ни одблиску не соодветствува на претензиите на многу луѓе за менаџирање со некој нов медиум, како што се порталите. Несомнено, овој хаос се надоврзува и со многу други општествени фактори кои што не овозможуваат да се направи една реална идентификација на важноста која може да ја има еден портал. Ова се случува бидејќи заедницата на интернет, односно неговите корисници, се релативно млади луѓе, кои сè уште не се созрени да го препознаат доброто новинарство, кое ја истражува и ја обработува вистината преку една неспорна професионална етика. Како и да е, одговорноста за факторизацијата и за професионалната релевантност секако паѓа врз носителите на порталите, кои имаат големи претензии во областа на новинарството, кои треба да се отргнат од овој хаос на површни, тривијални информации со доза сензација и во повеќето случаи непроверени информации.

„Да го организираме хаосот...“

Секако, професионалната релевантност може да се зголеми и да го освои широкиот простор на интернет-медиумите само преку професионалната етика, одговорното, плурално и разновидно новинарство. Ова е актуелниот предизвик на порталите. Пренесувањето на искуствата од другите земји кои постигнале напредок во професионалното профилирање на порталите е дополнителна димензија што треба да се вклучи во интернет-новинарството. Во целиот овој напор, се вмешуваат и спецификите на интернет-новинарството кои теоретски, но и практично, се разликуваат од новинарството во традиционалните медиуми.

Токму во ова насока, би требало во иднина да се организираат што е можно повеќе дебати и обуки за интернет-новинарство и за комуникацијата на содржините со заедницата на интернет. Треба дефинитивно да се објасни дека формите може да бидат различни, но дека новинарството во суштина останува исто, со истите мисии за вистината, прецизирани и афирмирани преку деонтолошките принципи.

Првиот чекор би било едно лесно „врскање“: „Да го организираме хаосот...“. Во бескрајната широчина на ирелевантни информации, реално би требало во светот на

**Новите медиуми
најправилно чекор напред за
да бидат што појасни
меѓу читателите, со
незадржлив налив
на информации, што
во повеќето случаи
остануваат далеку од
основните принципи на
современото новинарство.**

интернетот, таму каде што живеат и новите медиуми, конкретно порталите, да се структурира една интеркомуникација која е консолидирана, одржлива, плурална по содржина и одговорна кон човечките реалности, слободата и севкупниот човечки интерес.

Имајќи ги предвид овие цели, може да се организираат повеќе настани што во епицентарот треба да ја имаат дебатата за ова проблематика. Ова би било најсигурниот пат за да се издвојат консолидираните портали и истите да ја најдат потребната чувствителност меѓу читателите. Во спротивно, хаосот и едноличност на информацијата ќе бидат неразделен дел и во никој случај не ќе можат да се издвојат професионалците од профаните на медиумските проекти.

ДОБА ВО КОЈА БЛОГЕРИТЕ СТАНАА КОЛУМНИСТИ

Пишува: Љубомир Костовски



Photo by: Jon S, Newspapers

<https://www.flickr.com/photos/62693815@N03/6277209256>

Ако ги бараме работите по кои ќе го помине периодот декември 2012 – јули 2015 г., доба која сè уште не ја распослала сета своја иновативност во областа на медиумите и на јавното обраќање на интелектуалците, тоа е секако минување на границата на блогерајот на денес познати пишувачи на наслови во мејнстрим-медиумите во земјата. Нивните писанија станаа со задоволство читани коментари, чекани во релативно стандардизирани термини, откако ја напуштија интимата на блоговите на нивните автори.

Новиот „општествен договор“

Самото време на создавањето на таа транзициона патека на пишуваната мисла, несомнено го следеше како паралела антиисторицизмот, кој кај нас завладеа откако актуелната власт целосно го урна парламентаризмот. Обезглавената демократија,

Со кризата на медиумите во Македонија се реактуализираа интернетот, социјалните медиуми, ѝа и блогерите како алтернативен медиумски простор, кој треба да пополни некои дујки или да внесе баланс на медиумската сцена – Сеад Џиџал.

едноставно, инстинктивно подразбираше создавање духовен оклоп во кој влегоа и многумина пишувачи кои својата аналитичност и дарба за согледување на движењата во општеството ги ставија во рововите на малкуте новинарски тврдини, кои финансиски сосема „исушени“ го потпишаа новиот општествен договор: блогерите ќе ги понудат своите четива бесплатно на главно интернет-изданијата на широката опозиција, а овие ќе понудат конекцијата со пошироката читателска публика.

Впрочем, речиси единствените што ги плаќаат своите колумнисти се провладините медиуми, кои секогаш ќе имаат доволно пари за да бидат привлечни за интелектуалниот свет, кој по дефиниција и не мора да

е дел од новинарската бранша, ама, кој, ете, доста често се согласува да се влезе во пропагандниот шинел на власта. Да не забораваме дека и кога мислењата на дел од тие колумнисти не се совпаѓаат со тоа на глодуриците во изданијата, каде ги објавуваат нивните текстови, тие само ѝ служат на власта да истакнува дека кај нас, ете, има демократија. Интелектуалците кои изразуваат ставови на опозицијата се помалубројни од оние „на другата страна на улицата“, ама тоа е поради фактот дека тие мислења и онака се во малцинство?! – како тоа би ни го објасниле во пропагандните штабови на власта.

Баланс на медиумската сцена

Но, да се вратиме на тој „општествен договор“. Аналитичарот и комуниколог Сеад Џигал во една опсервација на медиумската ситуација во земјава за „Дојче веле“¹ вели дека „со кризата на медиумите во Македонија се реактуализираа интернетот, социјалните

Во минатото кога блогот беше популарна форма за себеизразување, место каде што требаше да се биде за да си „ин“, денес тоа се социјалните мрежи „Фејсбук“ и „Твитер“, а блогот стануваат малку поаналитичка и поиздржана форма на објавување текстови – Дарко Булдиоски.

медиуми, па и блогите како алтернативен медиумски простор, кој треба да пополни некои дупки или да внесе баланс на медиумската сцена. Значи, повторно имаме една релативно активна блог-сцена, каде освен редица истакнати или докажани автори, има и неколку колаборативни заеднички

блогови, строго на зададени теми, профилирани по област, кои придонесуваат за плурализмот на интернетот во Македонија“. Во светот некои блогови станаа мејнстрим-медиуми (Хафингтон пост), но кај нас доволно е што се „револуционизираше“ јавната мисла преку спојот со професионалните новинари, некои и навистина познати имиња, кои главно ги изгубија своите класични медиуми во време на политичката репресија. Нивниот спој го ресоцијализира блогерајот, го направи поотворен, но и повнимателен, особено во одржувањето на некои стандарди (јазик, стил и слично) што се претпоставуваат и во класичното новинарство. Ако блогерите беа нова револуција на слободната мисла, сега тие повторно го креираат своето место. Трендот на заживување на блог-сцената го објаснува Дарко Булдиоски, основач на Центар за нови медиуми (New Media MK).

Надмината форма на себеизразување

„Зависи од кој агол гледаме – во опаѓање е (блогерајот – н.з.) кога станува збор за квалитетот на блогите, но во однос на квалитетот, прашањето е дискутабилно. Во минатото кога блогот беше популарна форма за себеизразување, место каде што требаше да се биде за да си „ин“, денес тоа се социјалните мрежи „Фејсбук“ и „Твитер“, а блогите стануваат малку поаналитичка и поиздржана форма на објавување текстови. Многу блогери на почеток почнуваат да блогираат поради себе. Блогот ги мотивира да истражуваат одредени полиња на интерес“, вели Булдиоски во изјава за „Дојче веле“ (изворот наведен погоре).

„Еден блог постои во т.н. мејнстрим-медиуми особено ако некој од познатите портали пренесе блог-статиа, блог-запис или го префрли на својата веб-страница,

1 Блог - место за слободната и критична мисла во Македонија, Дојче Веле на македонски, 20.04.2013

но стандардната публика на блогите не е многу голема. Мора да имаме на ум дека овие блогери кои денес се активни најчесто имаат своја тема, не објавуваат секојдневно – почесто тоа се сериозни, издржани текстови, нешто што не е доволно да живее на 'Фејсбук' само три часа или 15 минути на 'Твитер'“, вели Дарко Булдиоски. Ако се размислува на оваа тема, за овој „општествен договор“ меѓу новинарството и блог-заедницата, држат тезите дека на некој начин една професија со строги и изградени правила и кај нас се „аматеризира“ или подобар термин е „поопштествува“ (овој термин, пак, има малку зачин на Кардел), но истовремено ги селектира блогерците, при што голем дел од нив останува малку забележлив, на нивото на приземноста, користејќи го говорот на омразата и слично, останувајќи во калта на примарниот „разговор самиот со себе“, како што можеби и можеме да го дефинираме блогот.

Медиумските техники изнудуваат отвореност

„Првпат во историјата, медиумските технологии и каналите за емитување содржини се сосема отворени за глобална соработка и во исто време ефективно го менуваат начинот на кој луѓето разменуваат пораки и се сооднесуваат едни кон други“, вели проф. д-р Дона Колар-Панов².

Според неа, целиот обем на социјалните иновации, новата писменост и, што е уште поважно, еволуцијата на човековата посветеност во користењето на новите средства, секако, е револуционерен.

„Во доба на социјалните иновации, односите се нова валута, а учествувањето и соработката се покажуваат како нов вид размена на информации. Ова се времиња кои се класификуваат како време на рево-

луција на социјалните (друштвените) медиуми (social media revolution), сосема се одделни од интернет-револуцијата. Првпат во историјата, медиумските технологии и каналите за емитување содржини

Целиот обем на социјалните иновации, новата писменост и, што е уште поважно, еволуцијата на човековата посветеност во користењето на новите средства, секако, е револуционерен – Дона Колар-Панов.

се сосема отворени за глобална соработка и во исто време ефективно го менуваат начинот на кој луѓето разменуваат пораки и се сооднесуваат едни кон други. Ова, исто, се времиња, кога големите медиуми и нивните придружни услуги почнуваат да нè слушаат нас, луѓето, и да ги прифаќаат и да ги споделуваат нашите поединечни и колективни гласови“, нагласува Дона Колар-Панов.

Таа, всушност, го допре благовремено она што нам ни се случува во поголем обем, а тоа е широк спој на отпори кон хиерархијата на лажни вредности во општеството, кога отпорот се шири на различни, претходно пасивни социјални групации и таа својата сè поголема популарност ја пренесува и на феноменот на новите социјални медиуми (social media). Ова е време, велат стручњаци-те, на брзо впивање на конверзациите, ангажираност и на оформувањето нови односи и на повик за акција.

2 Социјални мрежи и профити, Глобус магазин, 03.11.2009
<http://www.globusmagazin.com.mk/?ItemID=331617F9082EA14EB1948E2A48ED4C8F>

ТВИТЕР-БРАНОВИ ЗА СУРФ-МАЈСТОРИТЕ НА ПРОФЕСИЈАТА

Пишува: Зоран Бојаровски



Фото: Алан Левин <https://www.flickr.com/photos/cogdog/30110917616>

Пред десет години, во март 2006 година, основачот на „Твитер“, **Џек Дорси**, го испрати својот прв твит. Замислена како социјална мрежа поставена на принципите на СМС, мрежата од 140 карактери за порака се претвори во трендмејкер за многу бизниси и социјални акции, во иновативен начин на комуникација со информациите, и, за нас и за оваа лекција, најважниот момент – стана најупотребуваната алатка или канал за комуникација, за вестите во новинарството, за вестите на денот во реално време.

Денеска на мрежата „Твитер“ има повеќе од 300 милиони активни корисници¹ (од 1,2 милијарда регистрирани).

Сепак, она што ја прави оваа социјална мрежа од посебен интерес за новинарите и за

Придобивките од оваа мрежа доаѓаат од двете нејзини суштински карактеристики: „Твитер“ е мрежа на заедници, заедницата е „жива“ и активна ако нејзини репрезентанти се луѓе што имаат што да кажат и да слушат.

журнализмот, е што се претвори во мрежа на која најмногу ѝ веруваат кога станува збор за вести на денот, за пронаоѓање на најсоодветни извори на информации, па дури и за контакт со првите фотографии или видеозаписи од настаните на денот.

Придобивките од оваа мрежа доаѓаат од двете нејзини суштински карактеристики: „Твитер“ е мрежа на заедници, заедницата е „жива“ и активна ако нејзини репрезентанти

1 170 Amazing Twitter Statistics and facts (November 2016), DMR Stats, November 17, 2016 <http://expandedramblings.com/index.php/march-2013-by-the-numbers-a-few-amazing-twitter-stats/>

се луѓе што имаат што да кажат и да слушнат. Впрочем, ако немаат што да кажат и ако не сакаат да слушнат, тогаш не им треба „Твитер“ ниту, пак, која било друга социјална мрежа.

Оттаму, кога имате мрежа на заедници со луѓе со силен глас и влијание и со луѓе на кои им е битен добриот живот во заедницата, пред вас е ресурс од кој добивате вредни информации, но и публика на која ѝ се од важност информациите што преку „Твитер“ може да ги добие од една друга заедница – новинарската. Без разлика дали таа мрежа е составена од професионални или независни новинари.

Твитајте секој ден

Една од најважните карактеристики на социјалните мрежи е видливоста. Таа се постигнува само со активност и со динамика која е доволно честа за да биде видлива, но и доволно полна со вредни содржини со што видливоста ќе се претвори во влијателен извор на кој другите членови на заедницата (публиката) со задоволство ќе му се навраќаат.

Оттаму: твитајте секој ден. Односно, редакциите треба да се погрижат, доколку сакаат да бидат влијателни извори на кои публиката им верува, да ја организираат редакцијата на начин кој ќе овозможи активен, динамичен и, пред сè и над сè, креативен и функционален начин за комуникација на вестите кои се од интерес на заедницата.

Во активноста и во динамиката на „Твитер“ влегува и ретвитањето. Социјалните мрежи се за споделување и за заследување, а не само за дистрибуција на вашите вест. Новинарските редакции треба да покажат „припадност“ и грижа за заедницата и да ги ретвитаат и пораките на другите. Ако сакате да ја култивирате заедницата, треба да твитате, односно да дистрибуирате информации, но и да бидете интерактивни, односно да прифатите и да ретвитате вредни информации од интерес на заедницата, твитнати од други.

Секој твит треба да биде автономен со свое значење

Кога динамиката на ширење на информации преку „Твитер“ ќе ја добие потребната фреквенција за да стане влијателна и очекувана, не треба да се заборава уште едно важно правило: Не претпоставувајте дека вашите корисници се на „стрим“ за вас 24 часа седум дена седмично и дека во секој момент знаат на што се однесува секој ваш твит одделно. Запомнете и спроведувајте го правилото: Секој твит е сам за себе. Треба да биде автономен и со свое значење.

Нека биде едноставно

„Твитер“ ја доведе до перфекција мотивацијата да биде кратко и едноставно (KISS – keep it short and simple). Ако твитате, и самите сте засведочиле кога ќе претерате со карактерите, дека „Твитер“ ви порачува: „Ајде, можеш ти и подобро!“.

Не е ништо страшно да учиме од другите. Ако не сте го направиле тоа досега, направете го веднаш. Заследете ги, на пример, „Вашингтон пост“ или „Гардијан“. Ќе се уверите веднаш до какво совршенство се доведени насловите за да бидат „фит“ со 140 карактери на „Твитер“. Секој наслов/твит е вест, линк и мултимедијална содржина:



Кога зборуваме за едноставно, тука секако е опфатена и употребата на хаштаговите (#). Не претерувајте! Повеќе од еден хаштаг знае да биде збунувачки и дифузен, наместо прецизен и насочен.

Стремете се да бидете релевантни и влијателни. Кога ќе го постигнете тоа, чудесни работи ќе ви се случуваат кои ќе потврдуваат дека го правите вистинското во вашата професија.

Сепак, најдобрите ефекти на „Твитер“ се постигнуваат со твитовите во живо. Затоа:

Твитајте во живо

Тоа е најдобриот начин да обезбедите секогаш нови заследувачи и препораки за уште поголем број. Атрактивните прес-конференции или настани се екстремно вирални. Тоа се брановите на кои сурфаат најголемите мајстори на професијата. „Твитер“ е совршената штица за сурфање за тој предизвик.

Еве неколку совети кои треба да ги почитувате зен-мајсториите на новинарското сурфање на твитер-брановите:

1. Креирајте хаштаг (#) или изберете веќе поставен. Нека биде кус и речит за да биде јасно за што станува збор и за да ви останат доволно празни места за буквите на веста.

„Твитер“ ја доведе до перфекција мошваацијата да биде кратко и едноставно (KISS – keep it short and simple).

Хаштагот се става на крајот од твитот и на тој начин секој што има интерес за тој настан ќе може да ги следи вашите твитови и да ја идентификува вашата редакција со информациите што ќе почнете да ги споделувате од тој настан.

Така почнува хаштаг-стримот на вашите вестии од настанот.

Еве еден пример од нашата „свежа“ новинарска практика. Еден од првите твитови во низа од прес-конференцијата на Специјалното јавно обвинителство (СЈО) за првите обвинителни акти поврзани со аферата „Прислушување“:



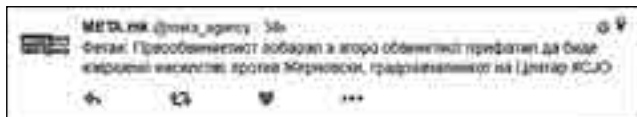
Препорака: Не мора да бидете на настанот за да бидете дел од хаштаг-стримот. Редакцијата може да се „закачи“ на хаштагот на настанот и да ги ретвита новите информации и вестии. Рековме дека и тоа е дел од филозофијата на социјалните мрежи – споделувањето. Уште повеќе, можете со ретвитот да дополнувате, да коментирате, да линкувате до други ресурси поврзани со твитнатите акценти од настанот.

Пример: Закачените на хаштагот „#СЈО“, на настанот кој овде го користиме како студија на случај за твит во живо, почнуваат да ги збогатуваат вестите со содржини врзани за темата на прес-конференцијата на СЈО. Еден наш колега со линк до видеоснимка од архивата на неговиот портал, потсетува на насилството што се случуваше пред Општина Центар:



2. Подигнете го вниманието на највисоко ниво. Овој совет може да ви се чини „учителски“, но не заборавајте дека целата поента на твитањето во живо е да не пропуштите и да ги објавите оние поенти кои се вест, кои се од посебен интерес за јавноста, односно за вашите следбеници на мрежата. Навис-

тина, има голем број прес-конференции или настани на кои нема ништо атрактивно на прв поглед, но понекогаш вестите се скриени во мноштвото зборови. Затоа, бидете на штрек, изберете ги исказите кои ќе ја раздвижат вашата публика.

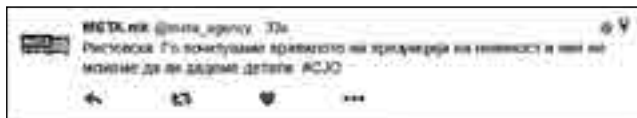


3. Запознајте ја добро вашата публика. Секогаш е добро да си ја повторувате лекцијата за вашата публика. Која е таа? Кои се нејзините приоритети? Ако ги имате одговорите на овие прашања, ќе знаете какви твитови треба да испорачате. Бидете сигурни дека вашите твитови се релевантни на вашата публика.

4. Секогаш употребувајте атрибуција, односно именувајте ги исказите. Прес-конференциите или настаните на кои настапуваат познати, релевантни, личности, се места од каде што се твитаат нивните искази.

Ако твитаат, и сами твитаат засведочиле кога ќе претвораат со карактеристично, дека „Твитер“ ви порачува: „Ајде, можеш ти и подобро!“

Во такви случаи секогаш ставете го името на прво место и со две точки издвојте го цитатот. Добра практика е секогаш со името да оди и знакот „@“ за да ја поврзете вашата публика со дополнителни извори за авторот на исказот: неговата твитер-профил, биографијата или со други интернет-извори поврзани со него/неа.

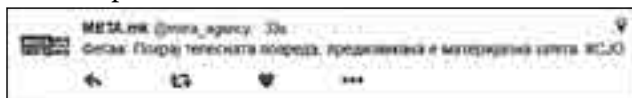


5. Нека биде мултимедијално. Додадете видеозапис, фотографија, графики или линкови на кои има такви медиумски содржини. Фотографирајте за време на настанот и

ставете ги фотографиите. Снимајте видеопарчиња. Доколку говорниците се повикуваат на документи и на други извори, обидете се веднаш да ги најдете на интернет и веднаш ставете ги како додадена вредност на твитовите во живо.



6. Линкувајте до ваши или до релевантни твитови на другите објавени претходно. Многу е веројатно настанот што го твитате во живо да е поврзан со претходни искази, настани, луѓе, за кои веќе сте имале твит. Доколку се случи нешто такво, отворете нов таб со вашиот твитер-профил (www.Twitter.com/yourusername) и пронајдете го твитот. Кликнете на времето кога е објавен (на пример: „17 hours ago“), и копирајте го URL-линкот на тој твит и споделете го во твит стримот во живо.



7. Следете ги другите за време на твитањето во живо. За да го правите ова ефикасно, „Твитер“ има една алатка која се вика [Tweetdeck](#). Кога ќе отворите вашиот твитер-профил со оваа апликација, имате можност вашиот екран да го поделите на повеќе колони за да ги следите активности на „Твитер“ во исто време. Првата колона нека остане вашата стандардна прва стана за да ги следите вообичаените активности на твитер-заедницата. За втората колона, во нашиот случај, кога твитаеме во живо, во селф-стримот на колоната впишете го хаштагот од настанот (на пример: #CJO), и во таа колона ќе ви „пристигнуваат“ сите твитови со тој

хаштаг. Целата дебата за настанот ја имате на дланка. Третата, четвртата... колона можат да бидат за директните пораки или за

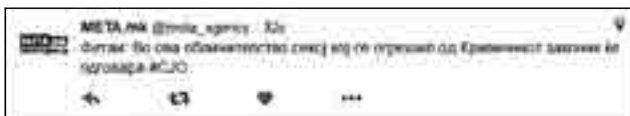
Кога имате мрежа на заедници со луѓе со силен глас и влијание и со луѓе на кои им е бишен добриот живот во заедницата, пред вас е ресурс од кој добивате вредни информации, но и ѝублика на која ѝ се од важност информации што ѝреку „Твитер“ може да ги добие од една друга заедница – новинарската.

други твитер-активности поврзани со настанот. На овој начин сте постојано во контакт со реакциите на вашите и на вестите на другите поврзани со настанот. Тоа ви дава можност во секој момент да реагирате соодветно.



8. Одржувајте ја комуникацијата и дебатата. Следете ги внимателно реакциите и дебатата што се отвора додека е во тек твит-стримот од настанот. За да може редакцијата да ги постигне сите овие активности, се покажува за потребно на настанот да одат двајца новинари или, пак, еден или повеќе, да бидат задолжени целата таа конверзација на твитер-сцената да се следи и да ја поттикнуваат. Оваа дебата може да

укаже на некој „скриени“ аспекти на темата на настанот или да открие насоки кон кои може да се развие целата приказна.



9. Дозволете им видливост на различните поенти, мислења, коментари. Овозможете го тоа и, секако, овозможете да се чујат мислењата што ги поттикнувале некои други редакции, доколку и тие го твитаат настанот во живо. Убаво е да ѝ се дадат на публиката различни перспективи за еден ист настан.

10. Афирмирајте ја поддршката што сте ја добиле од старите, но и од новите следбеници за време на твит-стримот. Кога ќе заврши настанот, објавете твит на кој го соопштувате тоа и благодарете им се на сите што ве следеле. Истакнете го и нивниот придонес во „преносот“ во живо и за нивното учество во дебатата.

11. Издвојте ги најзначајните теми или индикации за теми кои биле поттикнати од твитањето на настанот во живо. Не е исклучено дека некои од нив кријат во себе поенти за нови приказни од интерес за вашата заедница. Лајкнете или фаворизирајте ги најинтересните поенти и укажувања. Тоа ја зголемува активноста на вашиот твитер-профил и ѝ дава на публиката право да се почувствува рамноправна во дебатата и

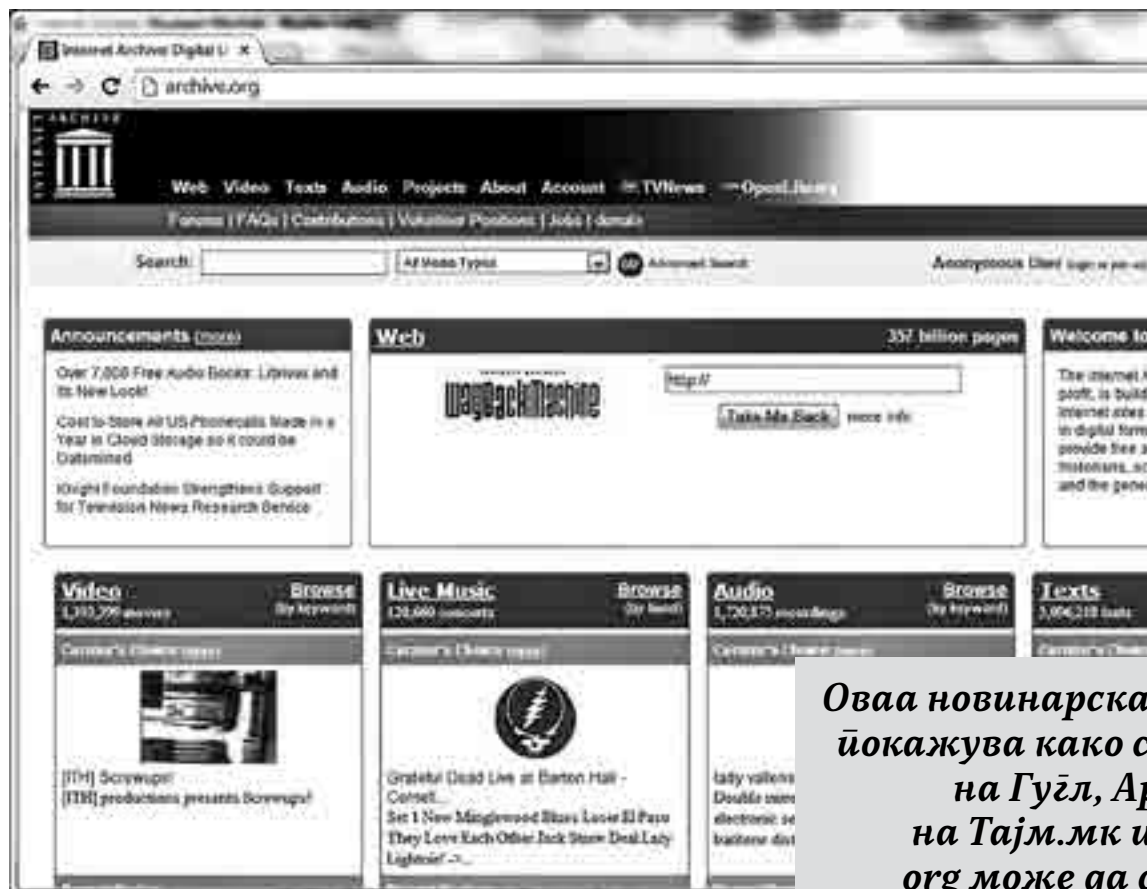
Најдобрите ефекти на „Твитер“ се ѝосиѓнуваат со ѝвиѝовиѝе во живо.

во поттикнувањето на развојот на темите од интерес за заедницата.

„Твитер“ е супер платформа за настани во живо. Направете го тоа еднаш и никогаш повеќе нема да се откажете од тоа. Зашто на едно место, во исто време, ја имате и реакцијата на публиката и ритамот на настанот.

КАКО ДА ПРОНАЈДЕТЕ ВЕСТИ КОИ „ИСЧЕЗНАЛЕ“ ОД ИНТЕРНЕТ?

Пишува: Филип Стојановски



Има ситуации кога е од јавен интерес да се пронајдат содржини кои биле објавени на Интернет, па потоа отстранети. Оваа новинарска лекција покажува како со помош на Гугл, Архивата на Тајм.мк и archive.org може да се видат содржини кои веќе не се достапни на веб-сајтовите каде што биле првобитно објавени.

Преносот на информации преку интернет се врши со копирање од компјутер на компјутер. Кога се разгледува некоја веб-страница, таа всушност се копира од серверот каде што е сместена, преку интернет провајдерот до компјутерот на корисникот (што опфаќа десетици и стотици можни

Оваа новинарска лекција покажува како со помош на Гугл, Архивата на Тајм.мк и archive.org може да се видат содржини кои веќе не се достапни на веб-сајтовите каде што биле првобитно објавени.

копирања меѓу разни посредници). За да „дознаат“ што има на Интернет, пребарувачите прават интерни копии од страниците кои потоа ги анализираат. Во целиот тој процес има големи можности и нешто што било избришано по објавувањето да биде зачувано. Многу е веројатно дека она што е ставено на Интернет, „вечно“ ќе остане „таму“. Или барем доволно долго.

Без оглед на тоа кој бил мотивот за нивно бришење или измена, од техничка гледна точка има различни начини за отстранување на содржини од вебот:

- Директно бришење од страна на авторите, уредници, издавачите и другите лица со администраторски привилегии. Кога се пристапува до адресата на ваквите написи, се добива порака од типот „таква страница не постои“;
- Промени во базите на податоци или замена на софтверот што го придвижува веб

Кога има потреба да се најдаат податоци кој некој би сакал да се исчезнат од интернет, најчесто се користат комбинација од разни методи на пребарување. Со оглед на тоа што голем дел од секојдневниот живот се одвива преку Интернет, оваа област на истражувачко новинарство ќе има сè поширока примена.

сајтот. При нарачување на промената, зачувување на функционалната архива не било приоритетна потреба. Пример: Канал 5 има веб-сајт од 1999 година, но најстарите достапни вести се од 2003 г.;

- Промена на доменот или други атрибути на веб-сајтот. На пр. од utrinski.com.mk во

utrinski.mk, при што некои написи во моментот не се достапни, иако се појавуваат при интерно пребарување;

- Исклучување на цели сајтови, каков што е случајот со www.a1.com.mk.

Пронаоѓањето на исчезната вест може да се заснова на пребарување врз две основи, или нивна комбинација. Првиот начин е пребарување со клучни зборови што се однесуваат на содржината на веста, особено ако го знаете насловот или лични именки што се појавуваат во веста. Вториот и многу поефикасен начин е ако Ви е позната точната веб-адреса на исчезнатата вест. Секако, до адресата, односно линкот или врската, можете да дојдете со претходно пребарување, на пример, преку Гугл. За содржините на македонски јазик особено полезно се покажува пребарувањето преку:

- агрегаторите како [Тајм](#), [Грид](#), [Дејли](#) и [Пинг](#);
- форуми, блогови и сајтови за чување линкови и дискусии како пензионираниот [Кајмак](#);
- стари постови на социјалните мрежи како Твитер или Фејсбук.

Гугл кеш (Google Cache)

Во случајот на „кешот“ на Гугл (Google Cache) зборот „кеш“ значи место каде привремено се складира нешто. Линкови до ваквите страници може да се појават меѓу резултатите од пребарувања. Како што објаснуваат од Гугл:

- Гугл ја снима секоја страница што ја испитува додека го поминува вебот и ја складира како бекап во случај оригиналната страница да не е достапна. Ако кликнете на „кешираниот“ линк (анг. Cached link) ќе ја видите веб-страницата како што изгледала во моментот кога сме ја индексирале. Оваа зачувана содржина Гугл ја користи за да процени дали дадената страница е релевантен погодок за вашето пребарување.

- Кога се прикажува зачуваната страница, на врвот има хедер (заглавие) кое служи како потсетување дека не мора да се работи за најновата/тековната верзија на страницата. Во ваквиот приказ, термините кои се однесуваат на вашето пребарување се истакнати (со жолта позадина) за полесно да видите зошто страницата е релевантна.
- Вакви „кеширани“ линкови не се појавуваат за сајтовите што не биле индексирани, како и за сајтовите чии сопственици побарале да не ги кешираме нивните содржини.

Ако ја имате директната врска (линк) кон избришана или изменета веб-страница, Гугл нуди и едноставен метод со кој може да ја видите зачуваната содржина која се наоѓала на таа адреса. Доволно е во полето за пребарување на Гугл прво да го впишете параметрот „cache:“ заедно со целата адреса на страницата (URL) во форма:

cache:http://точната адреса на страницата

Ограничување: Важно е да се има на ум дека содржините складирани во кешот на Гугл имаат релативно **краток рок** на траење. Се чуваат во рок од неколку недели. Исто така, ако во дадена страница се правеле измени, ја прикажува само последната снимена верзија, а не првобитната.



Архивата на Тајм.мк

Пронаоѓање на македонски содржини може да се изведе и со помош на посебната секција „Архива“ во рамките на агрегаторот Тајм.мк (time.mk/arhiva). Основната форма на агрегаторот опфаќа над 150 сајтови, но нуди ограничено количество податоци за секоја вест: линк, наслов, интро..., но не и целосни текстови. Тоа произлегува од неговата намена – да пренасочува кон оригиналните сајтови. Наспроти тоа, одделот „Архива“ содржи податоци од 16 македонски веб-сајтови, меѓу кои важни медиуми и Собранието, кои се зачувани како целосни текстови што може да се пребаруваат. За написите кои постојат на нивните оригинални веб-сајтови, архивата служи како класичен пребарувач и насочува директно кон нив. На увид на јавноста е достапен само текстот, додека сликите или мултимедијалните елементи не се зачувани.



Страница од Архивата на Тајм.мк со тексти од зајворен сајт.

Ограничување: За разлика од Гугл или агрегаторот Тајм.мк, кои постојано проверуваат дали има нешто ново на веб-сајтовите кои ги следат, кај архивата на Тајм.мк **базата се полни повремено**, од прилика два пати годишно. Тоа значи дека верзиите на написите кои се зачувани во неа се оние кои биле достапни

на оригиналните веб-сајтови во моментот на „полнење“. Написите кои биле објавени и исчезнати пред основањето на архивата во ноември 2012 година, или, пак, кои биле објавени и избришани меѓу две „полнења“ нема да бидат забележани во нејзината база на податоци.

Архивата на Интернет

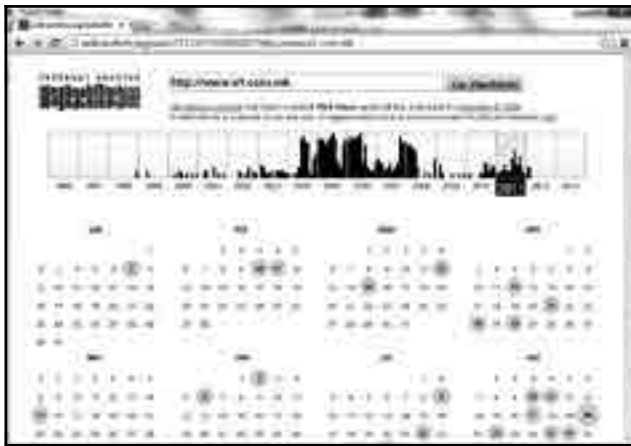
Архивата на Интернет (Archive.org) е непрофитна дигитална библиотека чија мисија е „универзален пристап до сето знаење“. Таа обезбедува перманентно складирање и бесплатен јавен пристап до збирки дигитални материјали, како веб-сајтови, музика, филмови и скоро три милиони книги со истечени авторски права. Покрај архивската функција, таа е и активистичка организација која се залга за слободен и отворен Интернет.



Насловната страница на Архивата на Интернет (Internet Archive)

Слично на Гугл, софтверот на Архивата наречен „Машина за си било еднаш“ (анг. Wayback Machine) од 1996 година има складирано неколку стотици милијарди веб-страници. Меѓу другите, архивира и страници од повеќето влијателни македонски медиуми. Но, за разлика од Гугл, овие снимени содржини не се пребарливи по клучни зборови, туку **се достапни исклучиво со внесување на директната адреса** на бараната страница. Она што ја издвојува оваа „Машина“ од претходните алатки е дека таа дава можност да

се видат сите снимени верзии на една иста страница, достапни по датуми.



Преку Archive.org може да се следи што се имало на насловната страница на веб-сајтоот на A1.com.mk низ годините.

Ограничување: Дополнително интересно е што во случај на отворање на некоја од страниците, во некои случаи може да се користат и линковите во нив за да се дојде до други страници од истиот веб-сајт. Во некои случаи зачувани се и фотографии или може и да се активира код за анимации. Но, во општ случај, Архивата чува само содржини од типот текст (ХТМЛ) и вметнати слики, а не и видео прилози кои биле составен дел од даден текст. Така на пример, може да се прочитаат голем дел од вестите на А1 ТВ, но не во целост, бидејќи текстуалниот дел во многу случаи бил само краток вовед чија намена била да го наведе посетителот да го види видео-прилогот, а не целосен транскрипт.

Пример 1: „Топ 10 најчитани вести...“

Ниту еден од линковите во написот „Топ 10 најчитани вести на Курир за 2012 година“ не функционира. Во списокот се наведени написи со фотографии на осомничените за убиството кај Силковско Езеро, преку преживеаниците на Боки 13, спортски контроверзи, промоција на проширен текст на

„Излези момче“ или најава за затворање на Фејбук, при што како најчитана е посочена веста за „чудото“ во Св. Димитрија. Ако се кликне на било кој од линковите, се добива страница со текст „404 – Артиклот #[број на запис од база] не е пронајден“.



Типична страница со порака дека наоисој не е пронајден.

Арно ама, за сите тие написи стојат зачувани копии на Archive.org (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10) и тоа во по неколку „примероци“.

Пример 2: „Партиите со интернет загари...“

На 5 ноември 2010 година, Сител објави вест насловена „Партиите со интернет “загари“ наметнуваат мислење во просторот за коментари“, која обработува интересна тема на прилично балансиран начин. За жал, веста била отстранета и не се појавува во при користење на интернетот пребарувач од матичниот сајт. Ако насловот се внесе во пребарувачот Гугл, се добиваат траги од веста на Пинг, Тајм.мк, Дејли и на форумот Cotle.ca, од кои може да се дознае оригиналниот линк. Снимка (копија) на избришан напис зачуван на archive.org.

На оригиналниот линк се добива порака на англиски дека „страницата не е најдена“. Текстот не е зачуван во кешот на Гугл



Типична страница со порака дека наоисој не е пронајден.

оти е поминато долго време, ниту, пак, бил снимен во архивата на Тајм.мк, оти бил избришан пред нејзиното формирање. Но, има зачувани копии на Archive.org. Притоа, не изгледа исто како на оригиналниот сајт, оти некои од мултимедијалните елементи не се собрани, меѓу другото и илустрацијата и форматирањето (CSS).

ВЕРИФИКУВАЊЕ СОДРЖИНИ ОД СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ

Подготвено од тимот на „Глобал војсис“,
објавено на Вики-страницата на „Глобал војсис“¹ под лиценцата ГНУ ФДЛ².



Photo by: Yoel Ben-Avraham, Social Media
<https://www.flickr.com/photos/epublicist/9733284483>

Лажирање содржини на интернет е можно, а во некои случаи и лесно. Исто така, може да биде тешко да се пронајдат оригиналните извори на содржини објавени на интернет. Ако вашите извори се од интернет, важно е да се обидеме да потврдиме дека содржините генерирани од корисници што ги користите при известување се автентични, оригинални и од доверлив извор.

Верификувањето содржини генерирани од корисниците на интернет не е егзактна наука и овој водич нема амбиција да понуди дефинитивна листа на техники на верификување. Ако знаете за други, користете ги и споделете ги со заедницата.

Бидете скептични

Мора да пристапуваме кон содржините генерирани од корисниците со скептицизам. Мора да се прашаеме: како знаеме дека ова е точно? Добар прв чекор е да имаме извори на информации на кои им веруваме, но, сепак, мора да ја преиспитаеме самата информација, сликите и видеозаписите од луѓе на кои им веруваме, бидејќи и тие може да направат грешки одвреме-навреме. Најнакрај, ако се покаже дека содржините се лажни, тогаш авторите и уредниците на објавените написи ќе ја понесат вината, а не цитираните извори.

- 1 Verifying Social Media Content
http://wiki.globalvoicesonline.org/article/Verifying_Social_Media_Content
- 2 GNU Operating System
<http://www.gnu.org/>

Проверете го изворот

Мора да потврдиме кој е оригиналниот извор на содржината и да определиме дали може да му се верува.

Најдете го оригиналниот извор

Ова може да значи дека мора да копате по ретвитовите и реобјавувањата на одредена содржина за да откриете кој прв ја објавил. Не потпирајте се на фотографии од твитови или од рачни ретвитувања (RT), кои може лесно да се фалсификуваат. Неопходно е да го најдете оригиналниот твит – било да е уште достапен на интернет или кеширан – од оригиналниот извор. (Секој твит има посебна, уникатна веб-адреса што го идентификува.)

Истражете ја интернет-историјата на изворот

Прочитајте ги јавните профили и публикации на изворот. Дали профилите се верификувани од „Твитер“ или од „Фејсбук“? Имајте ги предвид прашањата поврзани со конзистентност, како, на пример:

- Каде изворот вели дека се наоѓа? Дали вчера твитнал за предолго чекање пред каса во супермаркет во Буенос Аирес, а денеска објавил, наводно, сопствена фотографија од железничка несреќа во Русија?
- Колку долго се активни корисничките профили? Дали се креирани неодамна?
- Дали содржините на профилот се со конзистентен квалитет? Дали се работи за човек? Внимавајте на однесување налик на бот (софтвер), како автоматско објавување според распоред или некохерентни одговори.
- Кого сè следат? Кој нив ги следи?

Побарајте дискусии на интернет за изворот од кои може да дознаете дали нему или нејзе може да се верува.

Контактирајте го изворот

Не воздржувајте се да се обратите директно на изворите, да откриете повеќе информации за нив или да потврдите дали тие се авторот на содржината. Запомнете, бидете скептични, но љубезни.

Проверете дали содржината е оригинална и автентична

Пред да искористиме дел од содржини создадени од корисници на интернет, мора да се осигуриме дека не се работи за лажна или содржина која на некој начин е изманипулирана. Ова може да се однесува и на дел од содржини кои се вистински, но ставени во погрешен контекст.

Проверете ги фактите

Било да се во пишана или изговорена форма, проверете ги фактите од изјавите. Ако кој било дел од содржината е сомнителен, не користете го додека не го потврдите.

Дали содржината е оригинална?

Треба да верификуваме дали одредена содржина, како слика или видеоснимка, биле претходно објавени некаде.

Обратно пребарување слики

Веб-страници како [TinEye](https://www.tineye.com/)³, [Google Images](https://images.google.com/)⁴ и [SauceNAO](https://saucenao.com/)⁵ ви дозволуваат да ја пребарувате мрежата за разни копии на иста слика. Тоа се прави едноставно, преку ставање на сликата на нивната главна страница, внесување на

3 <https://www.tineye.com/>

4 <https://images.google.com/>

5 <https://saucenao.com/>

веб-адреса, или со качување на сликата за да се најде сликата. Онаа слика што има најголема резолуција е најверојатно оригиналната, но ако при пребарувањето се појавуваат повеќе слики со висока резолуција, тогаш е потребна дополнителна детективска работа за да се определи која е оригиналната.



Кликнете на иконата со фотоапарат за обратно пребарување слики

Корисниците на разгледувачот „Гугл хром“ (Chrome) имаат пристап до ваква опција во менито кое се добива со десен клик на сликата (Search Google for this image).

За видеоснимки, може да се обидете со обратно пребарување слики на сликчката што го претставува видеото (анг. thumbnail) за да се види дали и каде се појавила претходно.

Пребарување на делови од текст

Ако содржината е базирана на текст, одберете по една или две карактеристични реченици и видете дали се појавуваат како резултат на пребарување со „Гугл“.

Пребарување според клучни зборови

За видеоснимка, направете пребарување со користење на зборовите кои се однесуваат на него и се поставени како клучни на веб-страницата каде што е објавено (на пример „Јутјуб“) и филтрирајте ги резултатите според датум. Можеби ќе откриете дека истиот видеозапис бил објавен пред копијата со која работите.

Прашајте ја заедницата (анг. crowdsource)

Прашајте ги вашите контакти, на пример, колегите од редакцијата или организацијата, или релевантната заедница експерти, активисти, новинари или блогери, дали ја имаат оваа содржина претходно или дали може да ве насочат во насока на некој што може да помогне.

Дали содржината е автентична?

Треба да провериме дали содржината, како слика или видеозапис, била на некој начин манипулирана, изменета или е неточно опишана.

Пребарајте слики со „Гугл“

Слика која е обработена во „фотошоп“ нема да се појави во обратното пребарување слики, па затоа мора да бидеме покреативни. Искористете го делот на „Гугл“ за пребарување слики (images.google.com) за да пребарате специфични предмети, елементи или личности кои се појавуваат на сликата. Проверете ги сликите што прикажуваат нешта кои се совпаѓаат со оние на сликата што ја испитувате.

Потврдете го датумот

Датум на качување на интернет

Проверте дали датумот на качување на интернет (анг. upload date) одговара на настанот за кој се раскажува во содржината. Забележете дека датумите со кои „Јутјуб“ ги обележува своите видеозаписи (анг. timestamp) се според Пацифичко стандардно време (PST), кое за девет часа се разликува од временската зона во која лежи Македонија. Овој датум, час и минута се однесува на времето на почеток на качувањето на видеозаписот, така што може да изгледа дека некои видеоснимки се качени пред да се случи даден настан.

Проверете ги временските услови

Ако фотографија, видеозапис или опис наводно укажува дека на одредена локација во одреден момент било врнежливо или сончево, проверете ги овие факти. Ова е добар начин да се открие измама ако стара содржина погрешно се претставува дека се однесува на тековни настани.

Проверете ги метаподатоциите

Ако ги имате фотографиите во нивната оригинална форма, може да ги проверите метаподатоците за да го утврдите датумот на снимање преку сервис како што е indexif.com⁶. Некои веб-страници на социјални медиуми ги бришат или менуваат метаподатоците од сликите во моментот на качување.

Потврдете ја локацијата*Проверете ја облеката*

Ако фотографија, видеоснимка или описот на облеката изгледа чудно за дадената област и годишно време, проверете уште еднаш.

Проверете дали има видливи знаменитости

Ако фотографијата, видеозаписот или описот вклучуваат архитектонски или природни знаменитости, испитајте дали се совпаѓаат со дадената локација на содржината. На пример, ако за видеозаписот се вели дека се однесува на Мексико и во заднината има статуа на Исус Христос, потврдете дека тоа е навистина мексиканската статуа „Кристо Реи“⁷, а не бразилскиот „Кристо Редентор“⁸, колумбискиот „Кристо Реи“⁹, боливискиот „Кристо де ла Кон-

кордиа“¹⁰ или португалскиот „Кристо Реи“¹¹.

Една алатка која може да ви помогне да потврдите пејсажи и локации кои се појавуваат во содржини генерирани од корисници е „гугл мепс“ со опцијата „стрит вју“ (анг. Google Maps street view option).

Знаци или текст

Ако на фотографијата или во видеозаписот се појавуваат знаци или текст, анализирајте ги за да видите дали одговараат на дадената локација.

Присуство на сленг или дијалект карактеристичен за место

Осигурајте се дали дијалогот што може да се чуе одговара на дадената локација на видеоснимката или другата содржина.

Искористете ја мудроста на толпата (анг. crowdsource)

Прашајте ги членовите на вашата заедница за да потврдите дали датумот или локацијата се точни, односно да ви посочат кој се може да ви помогне.

Контактирајте го изворот

Повторно, не плашете се да се обратите на изворот за да дознаете повеќе за случајот.

Вклучете го процесот на верификација во вашата новинарска сторија

Кога се работи за социјалните медиуми, важно е да сме отворени кон читателите за и

6 <http://www.indexif.com/>

7 Cristo Rey (Mexican statue)
https://en.wikipedia.org/wiki/Cristo_Rey_%28Mexican_statue%29

8 Christ the Redeemer (statue)
https://en.wikipedia.org/wiki/Christ_the_Redeemer_%28statue%29

9 Cristo Rey (Colombian statue)
https://en.wikipedia.org/wiki/Cristo_Rey_%28Colombian_statue%29

10 Cristo de la Concordia
https://en.wikipedia.org/wiki/Cristo_de_la_Concordia

11 Christ the King (Almada)
[https://en.wikipedia.org/wiki/Christ_the_King_\(Almada\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Christ_the_King_(Almada))

тие да видат поради што имаме доверба во дадена содржина од интернет. Обидете се да ги вклучите деталите за тоа како ја имате верификувано заедно со остатокот од вашето известување.

Листа за проверка

Пред да вклучите содржина генерирана од корисниците во вашата историја, осигурете се дека сте го завршиле следното:

- Дали го проверивте изворот?
- Дали потврдивте дека содржината е оригинална и автентична?
- Дали го потврдивте датумот/времето на содржината?
- Дали ја потврдивте локацијата на содржината (ако е применливо)?

Студии на случај и ресурси (на англиски)

- Нови докази за лажната приказна за Амина „геј девојка од Дамаск“¹². Запис за тоа како користењето на техники верификација поттикнува сомнеж за автентичноста на блогот „Геј девојка од Дамаск“, за кого подоцна беше откриено дека е дело на маж, Американец кој живее во Единбург¹³.
- Лекции од лажната уредничка колумна на „Њујорк тајмс“ за „Викиликс“¹⁴. Запис за тоа како корисниците на социјални

медиуми и новинарите ги деконструираа методите кои „Викиликс“ ги користеше да промовира лажна колумна во која „Њујорк тајмс“ наводно искажува поддршка за оваа организација.

- Израелско оружје во Либија?¹⁵ Како Анди Карвин и неговите следбеници на „Твитер“ разоткрија несмислено новинарство, во врска со тврдења дека израелско оружје било користено во Либија.
- Серијата за граѓански видеоблогови од „Витнес“¹⁶: Совети како да се верификува граѓански видеозапис.
- Прегледувач на податоци за „Јутјуб“¹⁷: Алатка од „Амнести интернешнал“ која вади корисни податоци од видеоснимки на „Јутјуб“.
- Водич за евалуирање граѓански видеа¹⁸: Стрес-тест од „Амнести интернешнал“.
- Најдобри практики за верификување на социјални медиуми¹⁹: Преглед на совети и трикчиња од водечките медиумски организации за верификување на содржини од социјалните медиуми.
- Прирачник за верификација²⁰: Водич за верификување содржини од социјални медиуми во итни ситуации.
- Кога добрите луѓе споделуваат лоши работи²¹: Основи на верификација на социјални медиуми. Подолг извадок од извештајот „Трендови во редакцијата 2014“.

12 <https://electronicintifada.net/blogs/ali-abunimah/new-evidence-about-amina-gay-girl-damascus-hoax>

13 <https://globalvoices.org/2011/06/13/syria-lesbian-blogger-amina-is-a-married-american-man/>

14 <https://storify.com/jcstearns/lessons-from-the-fake-new-york-times-wikileaks-op>

15 <https://storify.com/acarvin/how-to-debunk-a-geopolitical-rumor-with-your-tweet2>

16 <http://blog.witness.org/tag/citizen-video-blog-series/>

17 <https://citizenevidence.org/2014/07/01/youtube-dataviewer/>

18 <https://citizenevidence.org/category/stress-tests/>

19 http://archives.cjr.org/the_news_frontier/best_practices_for_social_medi.php?page=all

20 <http://verificationhandbook.com/>

21 <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/>

страница 394-403

ПОГЛАВЈЕ 04

Граѓанско новинарство

ГРАЃАНСКО НОВИНАРСТВО – ВО ПОТРАГА ПО ИЗГУБЕНИОТ РАЈ

Пишува: Зоран Бојаровски



Photo by: Rsambrook, Citizen Journalism
<https://www.flickr.com/photos/sambrook/100538533>

Не е случајно што потрагата по изгубениот новинарски рај почнува денес. Довербата во актуелната новинарска практика во Република Македонија е на најниско ниво од 2006 година наваму. Според истражувањето за довербата на граѓаните во луѓето и институциите во 2013 година на Македонскиот центар за меѓународна соработка¹, на медиумите им веруваат само 37,4 отсто од граѓаните. Овој процент е резултат на постојано опаѓање на довербата во новинарството од 2006 година, кога на новинарите им верувале 56,7 проценти од граѓаните.

Ако новинарството ја губи јавноста и со тоа неговата доверба, како заштитник на јавниот интерес, се доведува во прашање целокупниот концепт на оваа дејност, а уставните определби за слобода на изразувањето и на медиумите стануваат празни декларации.

Оваа ерозија на довербата ги подрива темелните принципи за улогата на новинарството во едно демократско општество. Ако новинарството ја губи јавноста и со тоа неговата доверба, како заштитник на јавниот интерес, се доведува во прашање целокупниот концепт на оваа дејност, а уставните определби за слобода на изразувањето и на медиумите стануваат празни декларации.

1 Доверба во луѓето и во институциите, МЦМС, 2014
<http://www.mcms.mk/images/docs/2013/doverba-vo-lugjeto-i-vo-instituciite-2013.pdf>

Заради оваа ситуација време е во Република Македонија да се освојува простор за нешто што се нарекува граѓанско новинарство (civic journalism), некаде нарекувано и партиципативно новинарство, и медиуми на заедницата (community media).

Веднаш да кажеме дека граѓанското новинарство не го исклучува ниту, пак, е алтернатива на традиционалниот концепт на новинарството, омеѓено од квадратурата што се исцртува со настан – новинар – уредник – содржина.

Една од целите на граѓанското новинарство е да создаде нова димензија во релацијата граѓани и медиуми. Овој концепт почнува од одамна заборавените позиции на новинарството дека тоа ја има темелната одговорност во градењето и во зајакнувањето на граѓанската култура. Да се стои настрана, како некој неутрален набљудувач, веќе не е можно, иако некои новинари од забеганото новинарство го посакуваат тоа.

Граѓанското новинарство е создавање и одржување на врските меѓу новинарите и заедницата, меѓу новинарството и граѓанството. Граѓанското новинарство ја поттикнува јавната дебата и ја поттикнува и ја зајакнува граѓанската култура кога станува збор за целите на новинарството и за неговата главна улога во реанимацијата на снеможената јавност.

Новинарство во име на граѓаните

Поттикнувањето и зајакнувањето на граѓанската култура со активности кои треба да ги обноват врските на граѓаните со нивните заедници, со „вовлекување“ во политичките процеси и во процесите од интерес за нивната непосредна заедница, како и постојаното потсетување дека општествениот систем, структурата на општеството, е јавна сопственост – е во срцето на граѓанското новинарство.

Ова налага редефинирање на односот меѓу новинарството и политиката.

Резултатите од истражувањата на довербата на граѓаните во институциите во Репу-

блика Македонија укажуваат на тоа дека граѓаните на медиумското известување за политичките процеси во земјата гледаат како на игра на новинарите и на политичарите, во која јавноста е исклучена.

**Граѓанското новинарство
не го исклучува ниту,
иако, е алтернатива на
традиционалниот концепт
на новинарството, омеѓено
од квадратурата што
се исцртува со настан
– новинар – уредник –
содржина.**

Не треба да се пренебрегне дека известувањето за политиката е арената во која е родено граѓанското новинарство. И покрај големата разновидност на темите што ги покрива, граѓанското новинарство секогаш ќе се навраќа на политичкото новинарство како на откровение и како на појдовна точка на поврзаноста на граѓаните и на политиката.

Затоа, постојаното усовршување на медиумското известување за политиката е важен, прв чекор, во поврзувањето и во меѓусебната доверба меѓу новинарските институции и јавната сфера. Работата на политичарите, нивните активности за време на мандатот што им е отстапен од граѓаните во име на граѓаните, не е „нивна работа“, туку активност од интерес на медиумите и во интерес на граѓаните. Треба да се верува дека ревитализацијата на граѓанската култура ќе го поттикне новинарството да ја врши својата основна задача – да настојува на транспарентност во креирањето и во спроведувањето на јавните политики. Со сиот ризик дека ќе искажеме една бласфемија во однос на принципите на доброто новинарство, сепак време е да се соопшти дека за некои прашања новинарството веќе не може да ја има удобната позиција на неутралност. Таа

позиција е погрешна кога станува збор за тоа дали граѓаните треба да партиципираат во креирањето и во спроведувањето на јавните политики, тогаш кога треба да се поддржи учеството на граѓаните во дебатите од јавен интерес, тогаш кога заедницата се соочува со проблеми, тогаш кога политиките не одат во насоката која била ветена, тогаш кога од граѓаните се барал нивниот изборен глас...

Напуштањето на удобната позиција на неутралност не значи дека новинарите заемаат одредена страна во политичките прашања од интерес на заедницата. Не е поентата дека напуштањето на неутралноста треба да ги декларира новинарите како застапници на политички партии или на нивни кандидати. Многу повеќе, тоа значи активно охрабрување на граѓаните да се вклучат во јавните дебати, да инсистираат да ги има тие дебати. И уште многу повеќе: инсистирање на јавен простор каде што информациите што се споделуваат, дебатите што се водат, ќе се трансформираат во акција.

Преку црвените линии: Кога се живее во заедница

Една од важните функции на граѓански одговорното новинарство, на медиумите, на заедницата, е да ги „преминуваат црвените линии“ на традиционалните медиуми, да ги согледуваат заедниците како заокружен ентитет и да употребат колку што е можно повеќе медиуми и медиумски алатки за да ги адресираат темите и проблемите на заедницата.

Да замислиме едно такво „преминување на црвените линии“ и за пример да го земеме загадувањето на воздухот во Скопје. Зошто не би било можно да се формира една привремена коалиција на граѓани, граѓански здруженија, медиуми, засегнатите компании што испуштаат штетни гасови, локална-

та самоуправа и политичките партии, за да се реализира проект за откривање на причинителот на загадувањето и за наоѓање решение за овој проблем? Зар не е тоа ултимативна потреба на граѓаните на Скопје, како и решение за здравјето на сегашните и на идните жители на градот? Зар не е тоа идеја која е пример за партиципативна, непосредна демократска акција врз основа на консензусот за врвниот примат на јавниот интерес? Но, не само хипотетички, и во нашата медиумска практика имаме искуства со медиуми на заедниците. И тоа позитивни искуства. Радио МОФ е медиум на заедницата. На младинската заедница. Акцијата на Младинскиот образовен форум и на Радио МОФ кога се донесува ваше Законот за млади даде резултати².

***Една од целите на
граѓанското новинарство
е да создаде нова
димензија во релацијата
граѓани и медиуми.***

Воопшто, некои од младинските и од студентските заедници во Република Македонија се јадрото на добрите искуства на медиуми на заедниците и на партиципативно новинарство зашто поголем дел од новинарите во овие медиуми се активисти кои волонтерски создаваат новинарски содржини за нивните медиуми. („Излез“³)

Од онаа страна на „црвените линии“ на традиционалното, корпоративно и партизирано новинарство се јавноста и граѓаните кои, доколку се осмелат да ги направат првите чекори во партиципирањето во демократијата, во овој случај и низ медиумите, ќе докажат дека јавноста е многу повеќе од пазар за информации. Застапувајќи го овој

2 Законот за млади повлечен на доработка, [www.time.mk](http://www.time.mk/cluster/0b69f16bb2/zakonot-za-mladi-povlechen-na-dorabotka.html), 01.11.2011
<http://www.time.mk/cluster/0b69f16bb2/zakonot-za-mladi-povlechen-na-dorabotka.html>

3 Излез - студентско списание – Izlez
<https://www.facebook.com/izlez.mk/>

принцип, граѓанското новинарство ги претвора читателите, гледачите и слушателите во членови на заедницата, а не во потрошувачи. Кога медиумите на заедницата ги дистрибуираат информациите за проблемите на граѓаните, со тие проблеми ги соочуваат оние што треба да ги решат, барајќи решенија низ аргументирани дебати.

На скалилата на граѓанското новинарство

Кај нас граѓанското новинарство е сè уште медиумски концепт со многу нејасни контури за негова практична примена, но можностите на новите дигитални технологии и мобилни платформи фрлаат силна светлина врз потенцијалите што се кријат во можноста публиката непосредно да учествува во медиумските содржини и да стане сериозен избор во информирањето на граѓаните. Во земјава сè уште нема доволно знаење и волја да се ослободи повеќе простор за една нова граѓанска медиумска партиципација која нема да биде низ формата „писма на читателите“ или онлајн-коментари кои сè повеќе ги запоседнуваат троловите на интернет. Но, тоа не треба да биде пречка да укажеме на формите низ кои досега, во некои други средини, се практикува граѓанското новинарство, како и некои други медиумски платформи што можат да бидат многу плодна средина како медиуми на заедниците.

Она што е битно да се има на ум кога е во прашање концептот на еден граѓански ориентиран медиум, создаден од нив – граѓаните, е дека покрај заедничките принципи на граѓанскиот журнализам, формата на медиумот се определува од карактеристиките на секоја заедница одделно.

Во презентацијата на скалилата на формите на граѓанското новинарство со големи чекори ќе ги прескокнеме писмата на читателите, коментарите на интернет, досега познатите форуми за дебати и ќе опишеме некои кај кои се препознава поголема непосредна партиципација на граѓаните:

1. Граѓанско новинарство со отворен пристап (open source media)

Ова е една од базичните форми на граѓанско новинарство каде што во поголема мера доаѓа до израз партиципацијата, учеството на граѓаните. Не е применлива за една постојана новинарска практика и најдобро е да се користи одвреме-навреме кога тоа го дозволува новинарската историја.

Оваа форма најчесто подразбира соработка меѓу професионалните новинари и граѓаните во подготовката, но и во завршната фаза на реализација на историјата. Еве како би изгледало во практика тоа: На почетокот новинарите ја најавуваат својата историја. Да претпоставиме дека историјата треба да извлече одговори од познати личности што одлучуваат за заедницата, за граѓаните. Од нив, од граѓаните, се бара да партиципираат со прашања или насоки кои од изворите треба да ги извлечат најважните одговори, суштествени за граѓаните. Се избираат најдобрите и потоа им се приоѓа на изворите.

Посебен кредит за овој начин на прибирање информации се добива кога ќе ги известите официјални личности, политичари и други јавни личности што донесуваат одлуки во име на граѓаните, дека токму тие се авторите на прашањата што ќе им ги поставите. Тоа (би требало) предизвикува поголема одговорност кај претставниците на локалната власт или бизнис-заедницата.

Некои медиуми што практикуваат ваков начин на партиципационо новинарство одат уште еден чекор понатаму и пред да ја објават, им ја ставаат на увид историјата на граѓаните што учествувале во нејзината подготовка. Ако новинарот и уредникот видат дека има добри сугестии за дотерувањето на историјата во оваа фаза или ако нешто недостига, ги внесуваат тие промени и историјата се објавува.

Стимулирачки изгледа кај овој тип новинарски истории во објавената верзија да

се обележат деловите што се резултат на учеството на граѓаните. Тоа им дава дополнителен поттик на граѓаните кои сè уште се скептици дека можат да учествуваат и на овој начин во креирањето на политиките во својата заедница.

2. Да им ја вратиме блог-културата на граѓаните

Иако блог-културата во Република Македонија имаше сериозен прогрес во одреден период, заради недоволно развиената граѓанска навика за автохтона медиумска партиципација, блогите, во најголема мера, не стигнаа до фазата да се етаблираат како влијателна медиумска сфера.

Можеби е време да се вратат на сцената.

Искуствата покажуваат дека блогите, личните интернет-страници, доколку се организираат во име на одредена граѓанска акција, можат да играат значајна улога во создавањето средина од која ќе се црпат сериозни идеи и податоци и од која, во поголема мера, ќе може да се почувствува пулсот на заедницата.

Она што е важно, за да не се растураат енергиите, што и во најдобрите времиња беше недостаток на комуникацијата преку блогите, е блогерите да се организираат во блог-заедници. Тие можат да бидат постојани, односно континуирано да изразуваат одредени ставови, или, пак, можат да бидат ад хок организирани во зависност од потребите на граѓаните и на нивните заеднички интереси во одреден момент.

Во земјите со висока медиумска култура и демократија, и самите мејнстрим-медиуми отвораат простор за блог-заедница на своите медиумски платформи и така им даваат на граѓаните простор тука, на нивна територија, да го изразат своето мислење, да укажуваат, да предлагаат и да учествуваат во креирањето на политиките кои се од нивен интерес.

Оваа транспарентност на високосвесните медиуми служи како своевиден омбудсман, заштитник на правата на граѓаните кога е

во прашање слободата на информирањето и пристапот до изворите за информирање.

3. Самостоен граѓански интернет-портал

Доаѓаме до скалилото по кое граѓанското новинарство влегува во длабоки води и кога за пливање во медиумските води се потребни ентузијазмот и суштинските потреби на граѓаните медиумски да учествуваат во животот на заедницата и капацитетите на професионалното новинарство.

Но, пред тоа да се задржиме на опцијата за самостоен граѓански интернет-портал.

Сè уште сме во фазата кога овој медиумски ангажман е волонтерски во спрега со потребите граѓаните медиумски да се изразат и да имаат свој сопствен медиумски простор. Уредувана верзија на самостојниот интернет-портал подразбира дека, според одреден претходен договор, основачите на тој портал ќе ги утврдат принципите според кои граѓаните ќе учествуваат во креирањето на содржините на порталот. Тие, во принцип, секогаш ќе се однесуваат на теми од заедницата и ќе бидат локални вести за работата на локалните власти, за комунални инфраструктурни проблеми, за социјалните аспекти и за хуманите акции на заедницата, за успешните граѓани на заедницата како инспирација... Уредувачкиот совет на вака организираниот граѓански портал има улога на филтер на содржините што ги пишуваат граѓаните од аспект на колку што е можно поквалитетни содржини со минималниот неопходен квалитет во однос на јазикот, пишувањето, соодветните фотографии... Уредниците имаат улога и на едукатори кои треба да најдат начин на порталот да им ги предложат на граѓаните базичните стандарди за новинарско пишување или фотографирање. Уредувачкиот совет во структурата на еден ваков самостоен граѓански портал е неопходен и заради спречување на објавување на несоодветни содржини, како и заради про-

ценување на содржините со ризик од некакви правни последици.

Овој концепт на граѓанско новинарство може да биде дополнет и со печатено издание. Кога би размислуваме дали овој модел на граѓанско новинарство е можен во наши

Искуството покажуваат дека блогерите, личните интернет-страници, доколку се организираат во име на одредена граѓанска акција, можат да играат значајна улога во создавањето средина во која ќе може да се почувствува пулсот на заедницата.

услови, треба да се има предвид дека повеќе општини печатат периодични локални весници кои бесплатно им се делат на граѓаните на општината. Сè што треба е да се спојат иницијативите на граѓаните со уредувачката политика на весникот, кого и онака го финансира општината, во еден продуктивен хибрид од интерес на локалната заедница.

4. Хибрид: професионално плус граѓанско новинарство

На едно од скалилата на формите на граѓанското новинарство е медиум-концептот што го практикуваат професионални новинари со нивните знаења и вештини. Еден од првите, и сè уште најдобри примери на ова граѓанско новинарство, е јужнокорејскиот пор-

тал OhmyNews⁴. Денес овој портал на граѓанскиот новинарски глас има „регрутирано“ околу 40.000, внимавајте - 40.000 граѓани соработници во Јужна Кореја и низ светот, зашто порталот има и интернационално издание⁵. OhmyNews не е само успешен пример на глас на народот, туку и самоодржлив медиум, кој, иако во скромни износи, ги плаќа вестите и фотографиите на граѓаните новинари. Професионалниот дел на новинарската редакција се уредниците и администраторите на порталот, додека, пак, армијата граѓани се репортери кои од минута во минути испраќаат вести и фотографии од своите мобилни апарати или компјутери.

5. Граѓани новинари и професионалци во интегрирана редакција

Сега сме на скалилото на една виртуелна редакција, односно на модел на граѓанско новинарство кој, засега, не постои во практиката. Според некои проекции, еден таков медиум под ист покрив би имал и новинари професионалци и граѓани со новинарски афинитети. Овој концепт сугерира, на пример, на една тема или за еден настан да има два текста – еден на новинарот професионалец, опремен и организиран според стандардите на професијата, и еден на новинарот граѓанин кому е дозволено да има мислење, коментари, проценки кои доаѓаат од ставовите на заедницата од која доаѓа авторот граѓанин. Овој модел е можеби најблиску до моделот на граѓанско новинарство што го заговараат двајцата новинари и медиумски активисти и најпознати промотори на партиципативното новинарство, Џеф Јарвис⁶ и Ден Гилмор⁷. Тие двајца ги замислуваат медиумите и вестите на граѓаните, на заедниците, како

4 <http://www.ohmynews.com/>

5 <http://international.ohmynews.com/>

6 <http://buzzmachine.com/>

7 <http://dangillmor.com/>

конверзација, како разговор во кој професионалните новинари и граѓаните го споделуваат медиумскиот интернет-простор за доброто на заедницата.

Секако, на крајот од оваа лекција ќе констатираме дека ослободувањето простор за граѓанско новинарство и за медиуми на заедницата нема да оди ниту бргу, ниту лесно. Тешко ќе биде да се сфати дека ова е потреба. Тешко ќе биде да се отстапи еден дел од јавниот простор за едно ново новинарство и за нови

Треба да се очекува дека граѓанското новинарство на граѓаните никој нема да им го даде на послужавник, особено не политичарите. Тоа граѓаните сами треба да си го обезбедат.

медиуми. Треба да се очекува дека ова на граѓаните никој нема да им го даде на послужавник, особено не политичарите. Тоа граѓаните сами треба да си го обезбедат. Само така граѓанските медиуми ќе бидат од граѓаните за граѓаните. На патот кон слободата...

Табела 1

Медиуми на заедницата – Петтиот елемент

Том Гранднер од проектот „Мрежа за граѓански практики“ (Civic Practice Network, CPN), вели дека медиумите на заедницата ја промовираат партиципацијата на граѓаните на следните начини:

Кон заедницата ориентирани: Со оглед на тоа дека овие медиуми се свртени кон заедниците, медиумските активисти во граѓанското новинарство имаат заеднички теми, потреби и желби. Системот на споделување

на тие заеднички теми ја застапува партиципацијата затоа што сите се инволвирани.

Реципроцитет: Секој потенцијален корисник на информациите во медиумите на заедницата е и потенцијален продуцент на вести. Време е да се проблематизира ситуацијата во која еден медиум дистрибуира информации до стотици илјади корисници. Новите технологии, новите медиуми и паметни апарати го менуваат целиот концепт и, освен што го дисперзираат монополот врз информациите во една насока, ја воведуваат и двонасочноста – сега и граѓаните можат да собираат, да пакуваат и да испраќаат медиумски содржини.

Придонес: Форумите, модерирани или отворени – се засновани на придонесите на учесниците. Секој нова информација станува дел од форумот – податок кој може да се печати, да се дистрибуира понатаму или да биде појдовна точка за идни медиумски акции.

Без ограничувања: Секој може да партиципира во медиумите на заедницата. Се разбира, модераторите или уредничките, граѓански совети, се грижат содржините да го имаат неопходното ниво на пристопност, да не навредуваат, да не клеветат, или да не се во спротивност со законите на заедницата.

Достапни и евтини: Развојот на технологијата, нискобуџетните интернет-платформи за креирање онлајн-медиуми, пристапот од кое било место во кое било време ги прави медиумите на заедницата навистина достапни и евтини.

Флексибилни: Едноставните софтвери, пријателските алатки на интернет-платформите за дизајнирање портали, им даваат на новите медиуми и аспект на флексибилност за развивање на постоечките места за содржини и за додавање нови.

НОВИНАРСТВОТО Е МРТВО, ДА ЖИВЕЕ ГЛАСОТ НА НАРОДОТ?!

Пишува: Сашо Орданоски



Photo by: Tony Webster, Chuck on the scene - Citizen journalism
<https://www.flickr.com/photos/diversey/2812942304>

Припаѓам на малцинството новинари што сметаат дека нашата професија, новинарството, е осудена на исчезнување. Барем во смисла на тоа дека новинарите ги разбираме како луѓе кои собираат вести и, применувајќи одредени професионални стандарди, ги подготвуваат за објавување во масовните медиуми. Како такви, наскоро – веројатно за помалку од две децении – ќе станеме непотребни.

Исчезнувањето на новинарската професија обично го илустрирам со улогата на коњите во модерната цивилизација: само до пред стотина години, не можеше да се замисли живот без коњи како клучен дел од човечкото секојдневие во земјоделството, транспортот, водењето на војните или изградбата на мирот; меѓутоа, ако утре исчезне и последниот пастув – претставник на тие прекрасни, елегантни суштества – ништо значајно нема да се смени во нашиот начин на живеење. Коњите се убави, но нивната „про-

Коњите се убави, но нивната „професија“ е непотребна во модерната човечка цивилизација. Наскоро, се плашам, истото ги чека и новинарите.

фесија“ е непотребна во модерната човечка цивилизација. Наскоро, се плашам, истото ги чека и новинарите.

Навистина, интернетот го измени светот како што никој не претпоставуваше кога беше измислен пред неколку децении. Го смени не само начинот на комуникација и на собирање вести и други информации (преку „демократија во дистрибуцијата“, како што вели Ом Малик), туку ги смени и секојдневните навики и основните сфаќања за концептите на приватноста, анонимноста, за одговорноста во јавна дебата и за учеството во водењето на политиката.

Повозрасната старосна група која е цел на новинарското информирање, онаа што општено читаше дневен печат наутро и со часови гледаше вести пред телевизорите,

полека исчезнува. Помладата публика сè помалку се информира од традиционалните платформи за известување. На пример, едно скорешно истражување за однесувањето на децата во Велика Британија покажува дека првпат дури две третини од британските деца имаат таблет-уреди и дневно поминуваат повеќе време на интернет отколку пред телевизор. Можеби на таблет-уредите и мобилните телефони и понатаму гледаат телевизија, но бараат „on demand“ содржини, а не програма во живо. Во моментот, таа генерација дневно минува три часа на интернет, а два часа пред ТВ-приемникот. Да, дебатата околу програмските формати и содржина е и понатаму отворена, но трендовите во медиумските платформи се непобитни. За две децении овие деца нема ни да знаат дека телевизорот, некогаш, бил клучен канал за протек на вести и на информации во светот на нивните родители.

А и којзнае што ни подготвуваат во иновативните погони на „Епл“, но каква и да е идната популарна технологија, веројатно е

Демократијата сè повеќе ќе се појави врз „гласот на народот“ на социјалните мрежи, каде гласните мнозинства ќе диктираат политички одлуки кои ќе се должат на сè поекстремни, нетолерантни политички вредности.

дека и на хардверско и на софтверско ниво таа ќе биде уште помобилна, поприлагодена на личниот вкус, со уште помали уреди (поткожно вградени, на пример, зад нашите уши или со леќи во очите, командувани од нашиот глас?!) и, дури, поконтрактибилна, и во географска и во временска смисла, 24 часа седмично од ова што го имаме сега.

Оваа промена на платформите е клучна за промената на вредноста на новинарската професија. Денеска „циклусот на вести“ на новите дигитални платформи се мери во часови, сè почесто и во минути. Новиот дигитален формат е фиксиран за телефонски екрани, се мери во зборови, слогови, малечки икони и во заразни видеоисечоци, а не во пасуси. Во тој „новинарски“ свет проверката на фактите и изворите на вестите се прави ретко, ако веќе не е и практично невозможна. Контекстот, таа круна на доброто новинарство, повеќе не е толку важен – се бара брзина и атрактивност. Претседатели на земји, цели меѓународни организации и глобални фирми во неколку зборови ги твитаат своите ставови и за најкомплексните прашања од доменот на својата работа! Трката по ексклузивни вести е поважна од конкуренцијата во нудењето балансирано известување, со проверени извори и факти. Добро, „Би-би-си“ и „Си-ен-ен“, како информативни платформи, веројатно ќе ги преживеат следниве две децении, трансформирани и прилагодени на начини коишто сега не можеме ни да ги претпоставиме – но другите, главно, нема. Дури и овие две и ним сличните ќе мора да го намалат новинарскиот удел во информативните програми, за сметка на „граѓанското новинарство“ и популарни програми од видот „кажете што ви тежи“, со сè повеќе парадоксални, ексклузивни, шокантни и скандалозни прилози.

Сето ова одеднаш го менува протекот на рекламните пари низ медиумите, уништувајќи го деловниот модел на традиционалните медиуми засекогаш. На пример, спортот и забавата на ТВ привлекуваат најголеми рекламни буџети, а вестите се најголемиот трошок, компаративно гледано, на медиумскиот денар – барем во оние случаи кога не се прават како бесплатна компилација на она што „се врти“ на интернет во моментот, што е сè почест случај.

На една скорешна меѓународна конференција во Виена каде ги изложував овие мои ексцентрични видувања на темата, едно ин-

телигентно момче од публиката скокна и ме нападна велејќи дека токму новинарите се причина зошто самиот станал блогер кој се труди да ја информира јавноста за различни теми и „вистини“ за кои традиционалните медиуми и нивните новинари одбиваат да известуваат или, пак, тоа го прават нечесно. „И зошто – инсистираше тој – исчезнувањето на новинарството би било лоша вест за општеството?“

Всушност, оваа вест, сама по себе, не е ни добра ни лоша. Таа само кажува како стојат работите. Но, би можело да се тврди дека опаѓањето на новинарството и исчезнувањето на новинарите како главни чинители во собирањето и на ширењето на информациите во едно општество е лоша вест за либералната демократија каква што е денес. Преку новинарската креативност се шири суштината на демократијата – јавната дебата за прашањата што го засегаат општеството – и се утврдуваат фактите, се посочува поширокиот контекст, се консултираат релевантните извори и соговорници, се дава простор и време за малцинските ставови и за помалку атрактивните, но релевантни мислења, веродостојно и одговорно спакувани. Без тоа, во модерните општества кои се потпираат на интернет-мрежата и кои страдаат од синдромот на акутен недостиг од внимание во јавноста, демократијата сè повеќе ќе се потпира врз „гласот на народот“ на социјалните мрежи, каде гласните мнозинства ќе диктираат политички одлуки кои ќе се должат на сè поекстремни, нетолерантни политички вредности.

Колку за илустрација, еве едно важно сведоштво... Имено, еден од клучните луѓе за поведувањето на „Египетската пролет“, Ваел Гоним (Wael Ghonim), на прочуените ТЕД настапи¹ го кажа и следново:

„Еднаш бев рекол дека доколку сакате да го ослободите општеството, сè што ви треба е интернет. Згрешив. Тие зборови ги ка-

жав во 2011 година кога, низ фејсбук-страницата што анонимно ја креирав, помогнав да се запали искрата на Египетската револуција. Арапската пролет го покажа

Денеска „циклусот на вестите“ на новиите дигитални платформи се мери во часови, сè почесто и во минути. Новиот дигитален формат е фиксиран за телефонски екрани, се мери во зборови, зборови, малечки икони и во заразни видеоисечоци, а не во часуси.

големиот потенцијал на социјалните медиуми, но ги откри и нивните големи недостатоци. Истата алатка што нè обедини за да ги урнеме диктаторите, на крајот нè разби на сите составни делчиња!“

Како што е познато, египетската граѓанска еуфорија наскоро по револуционерните настани исчезна, а наместо општествен консензус, вели Гоним, социјалните медиуми „само ја зголемија поларизацијата“ преку „овозможувањето да се шират дезинформации, гласини, манипулации и зовор на омраза“. „Ојкружувањето стана многу опрочно. Мојот интернет-свеи стана боиште исполнето со шролови, лаги и со зовор на омраза.“

Меѓу другото, и поради ова, популистите, со нивните лесни одговори и за најсложените општествени прашања, сè повеќе доминираат во дебатите по многу важни прашања за нашите животи. Да го парафразирам Иван Крстев: Можеби револуцијата може да се твитне, но за сериозни реформи во општеството е неопходно старото, добро новинарство што неповратно исчезнува.

Со среќа, Демократијо!

1 Let's design social media that drives real change, Wael Ghonim, TED Global, Dec 2015
https://www.ted.com/talks/wael_ghonim_let_s_design_social_media_that_drives_real_change

страница 406-413

ПОГЛАВЈЕ 05

Фотографијата во новинарството

НОВИНСКА ФОТОГРАФИЈА И ФОТО-ВЕСТ

Пишува: Александар Писарев



Photo by: Highkone Lasconi, Photographer
https://www.flickr.com/photos/harrissa_sunshine/1498226332

Кога би ги анализирале рецензиите објавени на „Сервисот за проверка на фактите во медиумите“, во делот кој се однесува на фотографијата, најчеста оценка е: *ни манијулира ни информира – сѐ е само како илустрација*. Некои фотографии се толку стереотипни, толку многу пати и толку долго употребувани за илустрирање на написите, што читателите веќе навикнале на нив и воопшто не ги забележуваат. Тоа е дијаметрално спротивно на улогата на новинската фотографија.

Оваа лекција е посветена на унапредување на стандардите во фото-журнализмот и на улогата на фотографијата како составен дел на вест, информација, извештај и фотографија како вест, без оглед дали се работи за печатените медиуми или веб-портали.

Една слика - илјада зборови, но дали секој пат сме во состојба тие зборови да ги препознаеме и да ги прочитаеме од соодветна фотографија? Дали медиумите знаат со фотогра-

Некои фотографии се толку стереотипни, толку многу пати и толку долго употребувани за илустрирање на написите, што читателите веќе навикнале на нив и воопшто не ги забележуваат. Тоа е дијаметрално спротивно на улогата на новинската фотографија.

фијата да ни ја пренесат пораката не само од илјада, туку од повеќе илјади зборови?

Новинската фотографија е посебна област во журналистиката. Таа, покрај пренесување на информацијата, треба да ја прикаже целосната слика на стварноста. Проблемот со новинската фотографија е во тоа што сè почесто нејзината единствена функција е да го пополни просторот, празнината во текстот или помеѓу два текста. Има доста причини за тоа, а едната е што во повеќето медиуми не постои уредник на фотографија, туку таа функција ја врши некаков диспечер, веб-дизјанер, компјутерџија, кој се занимава и со сите други работи и кому новинската фотографија му е нешто многу далечно и туѓо.



Мајка со дете во кошница на пазар во Хонг Конг, 1946 година, додека во Кина беснееше граѓанската војна и Хонг Конг беше само една сиромашна карпа со стотици илјади безалци. Денес Хонг Конг е најбогатиот на светот со највисок домашен бруто-производ по жител. Фото: Хед Морисон, една од најдобрите жени фотографи на своето време. Фотографијата е ресаврирана од Ралф Рејо, 2009 година.

Фотографијата не смее да биде само илустрација за текст, туку силен авторски израз, тоа е приказна низ слики и пренесување на вистината. Затоа, фотографијата мора да биде точна. Таа претставува сведоштво и документ. Таа е силен и ефикасен начин да се поттикне подобро разбирање на светот во кој живееме. Фотографијата во медиумот е „прозорец кон светот“ и треба да овозможи што поголем број луѓе да ги видат фотографиите за настаните кои можат да го привлечат нивното внимание. Таа бележи одредена ситуација, одреден миг, настан. Фото-веста „Жена во црвен фустан која полицаец во Истанбул ја прска со солзаваец“¹, стана симбол на отпорот во овој град.

Фото-вест, блиц-вест, „Flash News“

Фотожурнализмот или фотографија во вест и во информација, како и самата фотографија како вест воопшто се не посебен дел на новинарството. Фотографијата во медиумите во последно време доби жанровска поделба на блиц-вести, фото-вести и „вести воопшто“. И во нашите медиуми сè почесто наидуваме на блиц-вести (порано оваа категорија најчесто се нарекуваше „Flash News“). Во светските и во регионалните медиуми на ваков жанр му се посветува исклучително внимание (и обука на младите новинари и фоторепортери). Затоа, паралелно со оваа лекција би им препорачал на младите колеги да ја отворат и архивата на *World Press Photo*², зашто на развојот на новинската фотографија како вест големо влијание последните години има овој престижен холандски конкурс за новинска фотографија, кој особено внимание посветува на „Spot News“, што кај нас би се превело како фото-вест.



На висинско место во висински момент: Фотографија од фауна – жанр кој речиси и да не се наоѓа во Македонија. Хериер во леј (circus assimillis). Фото: Дејвид Џенкинс, јануари 2014

Доколку би сакале да ја дефинираме оваа категорија, треба да кажеме дека е тоа фотографија со која е забележан некој настан

1 Turkey's resistance image forged as pepper spray burns woman in red dress, The Guardian, 05.06.2013 <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/05/turkey-lady-red-dress-ceyda-sunger>

2 <http://www.worldpressphoto.org/collection>

кој не е предвидлив или, иако однапред се знаело за него, не можел да се предвиди неговиот исход³. Тука спаѓаат несреќи, пожари, грабежи, поплави, тепачки...

Фотографијата секогаш треба да биде тесно поврзана со темата која се обработува, односно за настанот кој веста го опишува. Значи вест, информација без фотографија изгледа како настанот да не се случил. Колку е ова важно најдобро илустрира протестот на францускиот весник „Либерасион“, кој во знак на поддршка на фотографите и на фоторепортерите, кои, пак, во својата работа се изложени на големи ризици, објави еден број на весникот без фотографии.



Изданието на францускиот весник „Либерасион“ од 14 ноември 2013 г., без фотографии

„Тоа беше визуелен шок, првпат во историјата „Либерасион“ излезе без ниедна фотографија, со празни рамки. Весникот изгледаше како без звук, како без таа мала интерна музика што го следи погледот на читателот“, напиша тогаш Бригите Олиер, новинарка на „Либерасион“.

Кога фотографијата може да го вознемири читателот

Фотографијата во весникот влијае на најдлабоките чувства на читателот и на неговиот ментален процес, на неговото размислување за настанот, влијае на неговиот став за одреден настан и на неговиот

поглед врз животот. Фотографијата во медиумите ја менува визијата на светот, на читателите им ги отвора очите пред она пред што во стварноста мижат.

Луѓето сакаат фотографии, ги паметат, тие им се разбирливи и веруваат во она што го гледаат. Затоа, фотографијата треба да биде информативна и интересна и кај оној што ја гледа да разбуди некакви чувства кои обичен текст, без фотографија, не би ги разбудил. Фотографијата треба да привлече внимание и да го задржи интересот на читателот. Тој миг има и своевидна комуниколошка вредност. Од друга страна, пак, фотографијата е и поглед на одредена ситуација низ окото (објективот) на фоторепортерот и на уредникот кој таа фотографија ја вклопил на начин кој, според него, ќе влијае на читателите.

Бевме сведоци кога на насловните страници на домашниот и на странскиот печат беше објавена фотографија на Гадафи, „Крај не еден диктатор“. Сликата не беше убава за око, драматична е, и последна фотографија на живиот Гадафи. Утредента се појавија и фотографиите на мртов Гадафи. Со оглед на тоа што објавените фотографии ги вознемирија дел од читателите, треба да објасниме дека, на пример, не е исто да се објави

Една слика - илјада зборови, но дали секој ѝаи̇ сме во состојба ѝи̇е зборови да ѝи̇ прѝознаеме и да ѝи̇ прѝи̇таме од соодветна фѝоѝграфија?

слика на мртов диктатор и слика од стравична сообраќајка на некој наш сограѓанин кој смртно настрадал во таа несреќа. Фотографијата на Гадафи е документ, идентична е како вест и за многу години некој ќе ја побара. Таа, (освен можеби кај малкумина кои

³ Srpski kandidat za fotku godine, www.24sata.rs, 03.12.2013
<http://arhiva.24sata.rs/vesti/aktuelno/vest/srpski-kandidat-za-fotku-godine/116264.phtml>

работеле во Либија, па можеби имале средба и лично со Гадафи) не предизвикува посебни емоции, можеби единствено олеснување поради правдата што го стигнала од еден напатен народ илјадници километри далеку од нас.

Сериозен медиум, добар уредник на фотографија или фоторепортер, секогаш ќе се трудат фотографиите објавени во нивниот медиум да бидат точни и прецизно позиционирани во однос на текстот, со легенда и со потпис на авторот. Но, има и лоши примери. Еден наш медиумот објави опширен текст за нашиот колега Зоран Божиновски и ја дава целата приказна заедно со податокот за собрани 10.000 потписи за неговото ослободување од обвинението и за поддршката што ја има од Здружението на новинарите на Македонија и на Унијата на новинарите на Србија. Текстот е илустриран со голема фотографија на Насер Селмани (претседател на ЗНМ), без легенда и без потпис. Читателите не мора да го познаваат ни Селмани, ни Божиновски, но од вака конципиран текст и фотографија добиваат впечаток дека на фотографијата е Божиновски, што не е точно – на фотографијата е друг човек. За друг лош пример се повикуваме на фотографиите со кои во неколку портали беше опремена веста со наслов „Ограбена е експозицијата на „Шпаркасе во населбата Ѓорче Петров“. На една фотографија се двајца полицајци свртени со грб. Дали тие ја ограбиле банката? Зошто да не, ни полицајците не се совршени. На втората гледаме (и можеме да ги идентификуваме) две лица со пиштоли. Дали фоторепортерот успеал да ги сними за време на грабежот? Фотографијата на трет портал експлицитно го прикажува „напаѓачот“, како да медиумот „знае“ кој ја ограбил банката. Од овие фотографии се добива впечаток како Ѓорче Петров да е на друг континент, па фотографот не можел да стигне до „Шпаркасе“ и да направи автентична фотографија.

Функцијата на фоторепортерот не е да пишува вести, туку да ги забележува со камера. Луѓето се најважниот дел на секоја новинска фотографија. Луѓето се клучни за

новинската фотографија. Фотографот низ објективот мора да ја долови атмосферата, да ѝ даде динамика. Ако на фотографија нема луѓе, таа е мртва и личи на макета.



„Лајф магазин“ – една од најдобрите школи на фото-новинарство во светот. Издание од 28 октомври 1966 година – фотографија од боишата во Виетнам. Објавено од: *manhai*

Неетички фотографии

Со дигиталната фотографија и мобилната телефонија преносот на слика станува сè побрз, а фоторепортерите доаѓаат во искушение да „ловат“ моменти кои се визуелно привлечни, но често крајно неетички, како на пример, фотографијата со откопчан шлиц на премиерот. Со тоа и новинската фотографија се таблоидизира, а се урива и кредибилитетот на фоторепортерите. Ова подразбира дека и фоторепортерите и медиумите мора да почитуваат некакви етички принципи. Од друга страна, се намет-

нува и прашањето дали тоа што го гледаме на сликата е вистина или во време на модерна компјутерска технологија и фотошоп можеби некој намерно го поместил патентот на шлицот од панталоните на премиерот. Во тој случај, она што е претставено на фотографијата е

**Фотографијата не
сmee да биде само
илустрација за текст,
туку силен авторски
израз, што е приказна
низ слики и пренесување
на вистината.**

лага. Фотоновинарството и фоторепортерите мора да имаат силна етика и да направат сè она што е објавено да биде исправно, инаку медиумите стануваат таблоиди каде никој ништо не верува, туку се чита само од забава.

Во редовните вести и информации спаѓаат конференции, посети и средби на важни личности и тие фотографии имат одредена доза на планирање, тоа се тематски фотографии кои можат однапред да се планираат, како и портрети.

Приватноста е сива зона за фоторепортерите

Каде може, а каде не може да се снима? Каде завршува правото на јавноста да знае, а каде почнува правото на поединецот на приватност? Ова е тешко да се разграничи, но постојат некои генерални консензуси дека ако лицето се наоѓа во приватноста на својот дом, семејство или канцеларија, тогаш е надвор од дометот на фотографскиот апарат, освен ако фоторепортерот не е повикан да влезе.

Граѓанско (фото)новинарство

Новите медиуми сменија многу работи во светот на новинарството и на новинската фото-

графија. Пред сè, информациите се достапни до блогерите и до граѓаните. Земете пример кога се во прашање големите природни катастрофи, немири, протести, несреќи... Кој е прв на местото на случувањата? „Обичните граѓани“. Со самиот тој факт тие се во ситуација први да известат за одреден настан. Така, со развојот на интернетот имаме нова форма на таканаречено „граѓанско новинарство и фоторепортерство“, кои се однесуваат на активната улога на граѓаните во процесот на известување, анализирање и на ширење на вестите. Во такви ситуации фото-информациите ги прават граѓаните, ги дистрибуираат преку мобилните телефони или интернет. Важноста на граѓанското новинарство и фоторепортерство низ социјалните мрежи „Твитер“ и „Фејсбук“ се средства преку кои информациите и фотографиите можат да се испраќаат побргу и поефикасно отколку што тоа е случај кај традиционалното новинарство. Меѓутоа, тука медиумите се крајно некоректни кога се во прашање авторските права. Злоупотребата на авторското дело е најчеста во печатените медиуми, но и кај порталите. Многу дневни весници, списанија и портали често користат илустрации за своите текстови, објавуваат фотографии и „забораваат“ да наведат од каде се преземени.

Во принцип, доколку немате одобрување од авторот за користење на фотографијата, авторското дело не би смеее да го користите. Зошто го правите тоа, кога едноставно можете да го потпишете авторот или да преземете фотографија од слободните сервиси за фотографии на интернет? Секако дека треба да наведете од каде сликата е преземена. „Ал Џезира“ за првите извештаи од „Арапската пролет“ во 2011 година направи колосален чекор со тоа што објави онлајн-информации и фотографии кои им беа достапни на сите. Но, кога се користат, задолжително треба да се наведе автор, наслов, изворна адреса и линк.

Да заклучиме: во фотоновинарството постојат многу пречки кои се јавуваат секој ден во изградувањето на оваа професија, но кога ќе отворите весник или списание и ќе ја видите фотографијата со своето име под неа, ќе ја почувствувате топлината на оваа професија.

КОРИСТЕЊЕ ФОТОГРАФИИ

Пишува: Саше Димовски



Photo by: Ricardo Pipo, Photographer
<https://www.flickr.com/photos/14117112@N04/11358726643>

Читателка на „Сервис за проверка на фактите од медиумите“ реагираше до неколку медиуми и барала да отстранат фотографијата на која се гледало нејзиното возило, кое било испрскано со спреј при нејзин поодамнешен престој во Грција. Како што ни пишува читателката, таа фотографија сега се користи за секој инцидент со оштетено возило во Грција, а тоа ја вознемирува и не

Тоа на што особено треба да внимаваат медиумите е користењето на архивски фотографии од несреќи и од загинаа луѓе, кои можат да вознемират поширока јублика, а во исто време да ја нарушат приватноста на личностите и на нивните семејства.

сака да се потсетува на настанот. Но, таа и ни бара совет, како фотографијата да биде повлечена, бидејќи и покрај нејзините реагирања ниту еден медиум не ја повлекол и продолжиле да ја користат.

Низ неколку примери ќе се обидеме да ѝ одговориме на барањето на читателката и на

Доколку сѐ останува збор за
каракѝтерисѝтични насѝани,
убисѝва, сообраќајни
несреќи, ѝожари или слично,
кои биле каракѝтерисѝтични
и се случиле на месѝа шѝо
се лесно ѝреѝознаѝливи,
ѝие фотѝографи не
можат да се корисѝат
како илустѝрации за весѝи
случени на друго ѝодрачје.

дилемите што ги поставува, а во исто време ќе ги потсетиме медиумите на правилата, нормите и на етичките принципи при користење архивски фотографии.

Во конкретниот случај, предмет на анализа е фотографија на која се гледаат графити напишани со спреј, фотографирана на пат, на јавна површина и без посочување на регистарските таблички, преку кои би можело евентуално да се дознае и идентитетот на сопственикот на возилото.

Дали медиумите можат да ја користат оваа фотографија како архивска, за илустрација кога информираат за други инциденти, или таа треба(ло) да се користи само за веста и во времето кога бил регистриран инцидентот? Ова, секако, е најважното прашање, не само за оваа, туку и за користење на која било фотографија од архива, која служи за илустрација на настанот.

Јавен простор – јавна фотографија

Секако дека може, бидејќи јасно е дека не може секогаш и од секое место да се обезбеди фотографија, па затоа и постојат т.н. архивски фотографии, кои ќе го илустри-

раат настанот, со тоа што, треба да се внимава, тие да бидат соодветни на темата или контекстот за кој се пишува и да не содржат елементи што можат да ја нарушат приватноста или да имаат последици врз лицата кои може да се видат или препознаат на одредени фотографии.

Споменатата фотографија со оштетеното возило, на која нема опасност од повреда на приватноста, може и понатаму да се користи како „архивска“ ако се информира за слични инциденти, со тоа што, медиумите мора да нагласат дека станува збор за архивска фотографија или да ја решат дилемата дали фотографијата е „нова“ или „стара“ со легенда под фотографијата, каде што ќе дадат описно објаснување за местото или времето на настанување на фотографијата. На пример: „Десеттина граѓани се враќаја со оштетени возила од минатогодишната одмор“.

Со ваквото објаснување ќе се елиминира можноста и тој што евентуално би го препознал возилото, да се јавува и да ги прашува сопствениците за инцидентот и неколку години потоа.

Сепак, тоа на што особено треба да внимаваат медиумите е користењето на архивски фотографии од несреќи и од загинати луѓе,

**Фо̀то̀графија̀та е пр̀во̀то
нѐш̀то ш̀то го пр̀ивлекува
вниманието̀ на читателот и
затоа̀ мора да се објасни дали
е автентична фо̀то̀графија,
дали е архивска и се однесува
на дру̀г настан, место̀ и
време или, иа̀к, ситанува збор
за фотомонтажа.**

кои можат да вознемират поширока публика, а во исто време да ја нарушат приватноста на личностите и на нивните семејства. Доколку станува збор за карактеристични

настани, убиства, сообраќајни несреќи, пожари или слично, кои биле карактеристични и се случиле на места што се лесно препознатливи, тие фотографии не можат да се користат како илустрации за вести случени на друго подрачје.

Читателите не успеваат секогаш да ја распознаат разликата меѓу фотографиите и затоа каква било манипулација од страна на медиумите преку фотографијата би била недозволена.

На пример, фотографии за убиства кои се случиле на одредени места, не можат да бидат илустрација за евентуална вест од настан кој се случил на друг дел од земјава, доколку тоа не е придружено со соодветна легенда под фотографијата, што би го оправдала нејзиното повторно објавување.

Фотографијата да информира, не да шокира

Факт е дека фотографијата е првото нешто што го привлекува вниманието на читателот и затоа мора да се објасни дали е автентична фотографија, дали е архивска и се однесува на друг настан, место и време или, пак, станува збор за фотомонтажа.

Читателите не успеваат секогаш да ја распознаат разликата меѓу фотографиите и затоа каква било манипулација од страна на медиумите преку фотографијата би била недозволена.

Медиумите особено треба да внимаваат и за користење фотографии кои им служат како илустрација за убиства и за сообраќајни несреќи, како што се фотографиите со

крвав нож, скршени стакла со крв или само крв. Тие фотографии, без оглед што не нарушуваат ничија приватност, не откриваат идентитет на луѓе, предизвикуваат вознемиреност кај пошироката публика, вклучувајќи ја, пред сè, малолетната публика, која независно дали станува збор за весници или интернет-изданија лесно може да дојде до нив. Телевизиите имаат обврска да предупредуваат за содржини кои можат да ја вознемират публиката, што не е случај кај весниците и кај интернет-порталите и затоа изборот на соодветна фотографија е вистинска уметност.

Тргувајќи од барањето на читателката, за која говориме на почетокот на лекцијата, да посочиме уште еднаш дека сè што е сликано на јавен простор, на јавна површина, на настани, манифестации или собири може да се користи и да се објавува повторно, но треба да се внимава да биде соодветно на контекстот за кој се информира. Секоја злоупотреба на овие принципи би била спротивна на Кодексот на новинарите и на моралните

Во голем број случаи и фотографии се користат како говор на омраза што, секако, е недозволливо и претставува најгрубо кршење на новинарските стандарди.

и етичките стандарди во новинарството. Некои фотографии ќе засегнуваат одредена категорија на луѓе и тука медиумите не можат многу да променат, но најважно е, фотографиите да не се користат за намерно да засегнуваат одредени групи или поединци. Во голем број случаи и фотографиите се користат како говор на омраза што, секако, е недозволливо и претставува најгрубо кршење на новинарските стандарди.

страница 416-436

ПОГЛАВЈЕ 06

Медиумите и публиката

ЗОШТО МЛАДИТЕ НЕ ЧИТААТ ПОЛИТИЧКИ И БИЗНИС-ВЕСТИ?

2778

Пишува: Владо Горчев



Albert Probert watching television at home with his family Canada, Department of Manpower and Immigration. Library and Archives Canada

Ако читате по рубриките за бизнис во медиумите, за само пет минути ќе најдете на многу експерти кои ја предвидуваат конечната смрт на печатеното новинарство. И се чини дека само малкумина (како мене) мислат дека сè уште има некој живот и надеж за нив.

Но, која и страна од дебатата да ја заземете, ќе остане фундаменталниот проблем: со секоја измината година, младите луѓе растат сè помалку заинтересирани за вести.

Денеска младите најмногу се „загрижени“ за изгледот, за убавината, а од иласираниите информации и вести низ социјалните мрежи и на интернетите најмногу ги гледат весниците од твитот „Станија се јави без глас и гласник“.

Ова го потврдуваат и статистиките од САД. Според анкета направена на „Харвард“¹, само еден од 20 тинејџери и еден од 12 млади луѓе читаат весник на дневна основа.

1 Teens, Social Media, and Privacy, Pew Internet Institute for Harvard University, 2013
<http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>

Интернет-вестите во моментот стојат малку подобро, но трендот на опаѓање е присутен и тука. Една неодамнешна студија покажа дека во 2008 година, околу 64 отсто од лицата на возраст од 18 до 24 години пролистале весник на интернет, додека во 2009 година тој процент опаднал на 54 отсто. Бројките се дури и загрижувачки ако се има предвид дека студијата мерела дали испитаникот читал вести, а во „читале“ биле опфатени и оние млади луѓе кои само еднаш отвориле интернет годишно со намера да видат некоја вест.

Премногу политизирани насловни страници

Зошто младите луѓе не следат вести? Преголемата политичка окупација во медиумите секако дека во еден дел придонесува младите луѓе да не сакаат да купат весник и уредно, ако ништо друго, барем да го прелистаат. Во бавната смрт на весниците придонесоа и тие самите. Таа, секако ненамерно, е нагласена и заради насловните страници полни со политика. Кога на насловна страница на сериозен дневен весник сте видела некоја друга тема, која не мора да е забавна, но, еве, нека биде од општ образовен карактер? Значи, тука нешто смрди, а за да се исчисти миризбата, печатените изданија и тоа како треба да подразмислат за промена на уредувачката политика кога се работи за насловната страница.

Друго е тоа што ниту еден печатен медиум во Македонија не прави анализа за тоа која целна група го чита и според тоа да состави насоки како треба да се однесува. Научна фантастика е, пак, да се направи анкета за тоа што младите би сакале да прочитаат во нивните весници: за тоа не станува збор ниту на стручните колегии.

Сето ова, секако, не треба да е оправдување зошто младите не читаат политички и деловни вести, но воопшто не е ниту за занемарување. Зашто, покрај забавните содржи-

ни, сигурно, ако ништо друго, младите ќе го прочитаат или барем ќе го перципираат и политичкиот наслов.

Новинарите имаат должност да информираат. Но, граѓаните и тоа како имаат должност да бидат информирани. И за земјата, но и за случувањата во светот.

Прочитајте сите за тоа

На почетокот на 20 век за новинарството во голема мера се сметаше дека е трговија. Немаше ограничување во поглед на образованието за влез во некоја редакција. Поради тоа и редовно имаше здрав прилив на млада крв. Тогаш во новинарските училишта предаваа теоретичари и академици наместо вистински новинари. Новинарството стана работа за средната класа.

Но, за кратко време работите се променија. Од трговија, новинарството стана вистински производ кој нуди нешто, нуди услуга, нуди информација. Весниците, особено големите „метро“ дневни весници, почна да

Со секоја изминаа година, младите луѓе растат сè помалку заинтересирани за вести.

се сфаќаат себеси многу сериозно. Веќе не можеше талентиран млад човек од колеџ, па и со неколку години работно искуство, да слета на работа во весниците во Њујорк или Чикаго.

Од друга страна, пак, во последната декада на 20 век и во првите години на 21 век, самите весници се свртеа кон читателите од средна возраст. Тоа може да се забележи од содржините на весниците и на магазините, од кои се гледа како уредничките колегии размислувале.

Ако музичките критичари собрани околу „Битлс“ и „Ролинг стоунс“ се бореа да останат

во чекор со хип-хопот, весниците за политика и за бизнис не се снајдоа баш најдобро за да одговорот на интернет-револуција која се случуваше околу нив.

Сега весниците се соочуваат со најтешкиот дел од својата историја. Илјадници весници низ светот се затворени, а голем број се под

Клучно прашање во моментов е како да се фати вниманието на една генерација која малку се грижи за вестите во каква било форма.

стечај. Но, светот и експертите и понатаму вниманието го насочуваат кон снабдувачите на вести, а не кон потрошувачите на вестите. Дали сте слушнале некои медиумски експерти да кажат како да се направи употреблив модел на политички и бизнис-медиум (печатен и интернетски) наспроти порталите на кои под „А“ им е голотијата?

Клучно прашање во моментот е како да се фати вниманието на една генерација која малку се грижи за вести во каква било форма. Гледајќи наназад од насловните страници на весниците и моментот кога деца на улица извикуваа „Прочитајте сите за шоа!“ до денеска, разликата е огромна. Тоа е време кога хартијата беше како фрижидер – за секого нуди по нешто и притоа е свежо, опипливо и видливо. За разлика од тогаш, денес весниците и интернет-изданијата нудат бајато, виртуелно и неопипливо (пластично) или недокажливо нешто. Бизнис-моделот на продавање весници се потпираше на тоа секоја мала уличка, секој дом, секое семејство да дознае што е ново во светот. И подоцна, за време на ручек, да се дебатира. А, кога се дебатира, сакале или не, освен родителите разговорот го слушаат и децата. Денеска нема дебата, ниту на ручек. Дури се поставува и прашањето дали семејствата и заедно рчуваат, а не, пак, да се развие дискусија за некој глобален

проблем. Освен пред телевизор кога, најверојатно, а денеска како мода, постои само озборување за убавина и за стил. Поради тоа, а како практика наметната од родителите, денеска младите најмногу се „загрижени“ за изгледот, за убавината, а од пласираните информации и вести низ социјалните мрежи и на порталите најмногу ги голтаат вестите од типот „Стијанија се јојави без јаки и градник“.

Причини за „заспаноста“ на младите

Според досега направените анализи, ќе набројам неколку причини кои најмногу влијаат врз младите и кои ги оттргнуваат да читаат политички и економски вести:

1. Нема страст

Медиумите се здодевни – **нема стираси во новинарството**. Кога ќе прочитате која било насловна страница во весник, а и во интернет-медиум, ќе видите клише од кор-фишеци. Надвор од основните елементите на приказната, нема жар, само голо симнување на звукот. Материјалот, пак, во најмала рака треба да биде направен да ги привлече оние, инаку незаинтересирани за секојдневието.

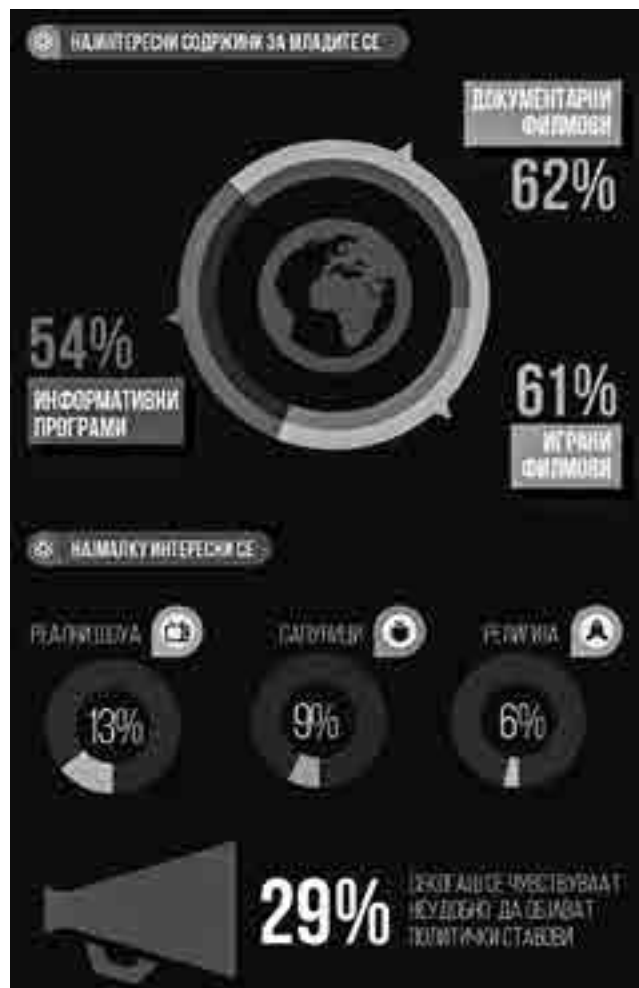
2. Нема новинарство

Нема новинарство во новинарството. Колку од вестите што ги добиваме се навистина важни? Важноста е суштината на вестите. Постојат два вида на вести: тешки вести и меки вести. Но, она што треба да им значи најмногу на читателите е колку една приказна одекнува во нас како луѓе, колку приказната испраќа апел до нашите инстинкти. Кога политиката влезе во редакциите, медиумите си ја селектираа публиката на генерички групи на луѓе. Новинарството треба да биде неутрална платформа која секој може да ја „свари“, а не само одредена група.

3. Непрактичност

Весниците, до душа, сега станаа непрактични. Од појавата на цедето, големите плочи во

печатниците станаа неупотребливи. Ништо не е на дофат толку лесно и брзо колку еден лаптоп или преносен паметен телефон со интернет-пристап. Потоа, тука е и прашањето за хартијата како отпад, но Македонија е сè уште далеку од дебата на оваа тема.



Што им е интересно, а што здодевно на младите во Македонија, истражување „Млади и медиуми“, извор „Метаморфозис“ и МОФ

4. Цена

Како да се заштедат пари? Зошто да се плаќа за нешто што е бесплатно? Ова е теза која ја засегнува и музичката индустрија и индустријата за хартија и слично. Како пиратската музика, така и вестите се многу по-

достапни бесплатно на интернет, во голема мера на веб-страниците.

Што се прави на „Фејсбук“

Како и да е, и покрај технолошката револуција и појавата на социјалните мрежи, во кои, пак, младите се најбројни читатели, сепак опаѓа читањето на политички и на бизнис-вести.

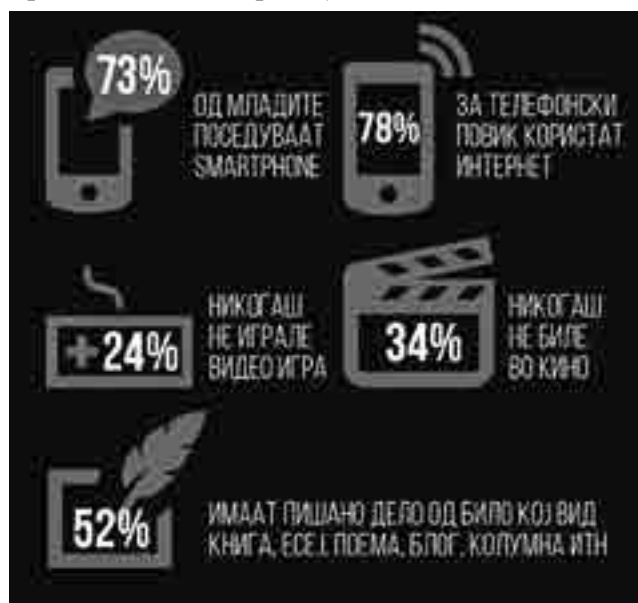
Според Истражувачкиот центар за луѓе и медиуми „Пју“ (*Pew Research Center for the People and the Press* – САД)², повеќе од една третина од луѓето под 25 години не добиваат вести на дневна основа. Парадоксот е во контрастот зашто тинејџерите поминуваат многу часови секоја недела на интернет. Неодамнешната британска студија проценува дека дури и млади под 31 година, кои се особено многу на „Фејсбук“, не добиваат вести на дневна основа, иако се на најстарата и најпосетена социјална медиумска мрежа во светот. Дали младите луѓе би можеле да бидат убедени критички да се вклучат во читањето вести и да разговараат за тоа на „Фејсбук“?

Иако социјалните мрежи како „Фејсбук“ се најпогодни за вестите да станат достапни за младите, сепак оваа социјална мрежа развива толку апликации што ги отстрануваат да посегнат по политички и по бизнис-вести.

Ако го прават тоа, ќе им се врати ли чувството на заедништво? Покрај тоа, нивната вклученост ќе се претвори во реален свет, наспроти виртуелниот активизам. И, ако тоа се случи, ќе знаеме ли како да развиеме успешен медиум?

2 Social Media Update 2016, Pew Research Center
<http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>

Во одредени истражувања (Greenhow) е заклучено дека тинејџерите и младите луѓе на социјалните мрежи се повеќе поради неформални дружења – за да стават „лајк“ на омилените фотографии, да тагнуваат и слични активности. Тие, исто така, практикуваат „faceworking“, термин кој Нил Селвин, социолог од Лондон, го објаснува како намерно користење на сопствената социјална веб-страница за промовирање информации, решавање проблеми, споделување и за креативна инспирација.



Мобилни телефони, мобилен интернет и други навики кај младите – истражување „Млади и медиуми“, извор: „Метаморфозис“ и МОФ

Иако социјалните мрежи како „Фејсбук“ се најпогодни за вестите да станат достапни за младите, сепак оваа социјална мрежа разви толку апликации што ги отргнуваат да посегнат по политички и по бизнис-вести. Од апликациите младите денеска на „Фејсбук“ лесно можат да го направат следново:

- Тие пишуваат на лажни мрежи во рамките на „Фејсбук“;
- Им се допаѓаат приказни кои другите ги пишуваат;

- Пишуваат коментари;
- Комуницираат со другите корисници преку мрежата;
- Заработуваат поени за ангажирање во овие и во други активности.

Значи, нема категорија „читаат вести“. Според сето кажано, може да се заклучи дека

И покрај технолошката револуција и појавата на социјалните мрежи, во кои, пак, младите се најбројни читатели, сепак ојда читането на политички и на бизнис-вести.

засега имаме повеќе прашања отколку одговори. Дали постоењето на нови начини на пренесување вести и информации во рамките на постоечките социјални мрежи ги охрабрува младите за следење вести и потоа граѓански да се ангажираат? Како може овие искуства да се насочат кон медиумите и тие да почнат да анализираат зошто е тоа така? Дали медиумите можат да се насочат кон тоа да ги натераат младите луѓе, особено оние кои растат во ерата на „Фејсбук“, да почнат да читаат вести?

Овие се клучните прашања кои и новинарите и експертите треба да ги одговорат.

(На национално ниво, кај нас во Македонија, за навиките на младите во однос на медиумите и на социјалните мрежи, погледнете го истражувањето изработено од страна на „Метаморфозис“ и „Младински образовен форум“ на тема „Млади и медиуми“, објавен во национален извештај за 2014 година.)³

³ Младите и медиумите, Младински образовен форум и Фондација „Метаморфозис“, 2014
<http://seeeyouthmedia.org/wp-content/uploads/2014/02/Youth-and-Media-Research-Macedonia.pdf>

ПУБЛИКАТА НА МРТ СЕ ГРАЃАНИ, А НЕ САМО МЕДИУМСКИ ПОТРОШУВАЧИ

Пишува: Зоран Бојаровски



Фото: В. Цамбаски

Во европските земји, модерните законски одредби за медиумите налагаат да се обрне особено внимание на потребите и на очекувањата на членовите на општеството кога се во прашање медиумите. Она што е особено интересно кога се има предвид ова прашање, е дека принципите врз кои се изградени концептите на медиумите, имајќи го предвид значењето на јавните радиодифузни претпријатија, пред сè, како што е МРТ, да им се дава соодветна важност како на интересите на граѓаните, така и на интересите на потрошувачите.

*Квалитетот и на забавата
и на информациите мора
да има првенствена улога
кога станува збор за
програмските содржини
на јавните телевизии.
Затоа, задачата на МРТ не
е едноставна, но не е ниту
невозможна. Најројлив.*

Во медиумите со терминот „потрошувач“ првенствено се означуваат оние што бараат забава. Поимот „граѓанин“, од друга страна, од медиумски аспект, се однесува првенствено на онаа публика која е заинтересирана за јавниот живот и која настојува активно да учествува во него.

Граѓаните од медиумите очекуваат да бидат релевантни извори на информации, врз основа на кои тие ќе ги креираат своите ставови, постапки и акции.

Квалитетот – првенствена улога

Континуираниот развој на дигиталните, мобилните и на комуникациските технологии им овозможуваат на медиумите продукциски околности за брзо и евтино да создаваат широк спектар на забавни програми кои

Во медиумите со терминот „интервјуер“ првенствено се означуваат оние што бараат забава. Поимот „граѓанин“, од друга страна, од медиумски аспект, се однесува првенствено на онаа публика која е заинтересирана за јавниот живот и која настојува активно да учествува во него. Граѓаните од медиумите очекуваат да бидат релевантни извори на информации, врз основа на кои тие ќе ги креираат своите ставови, постапки и акции.

треба да ги задоволат потребите на медиумските потрошувачи.

За разлика од тој, потрошувачки ориентиранот концепт, примарната потреба на граѓаните е квалитетна и разнолична информација, која треба да им биде на услуга на

граѓаните, да ги задоволи нивните културни потреби и нивните интереси како активни

Од аспект на граѓаните, за сите граѓани во Република Македонија, МРТ е многу повеќе од само уште една телевизija.

граѓани во општествената заедница. Како крајна цел, тој концепт треба да им овозможи на граѓаните учество во општествените процеси на ниво на дебата или на акција.

Се разбира, овој текст, заради потребата од разложност и од елаборација, не крие дека во секојдневието, во реалноста, телевизиските гледачи, соодветно на нивните навики, се и граѓани и потрошувачи истовремено. Нема дефинитивна поделба на граѓани и на потрошувачи. Токму затоа, во една таква средина и пред една таква публика, улогата на јавните радиодифузни претпријатија имаат исклучителна и деликатна улога да балансираат меѓу потребата на граѓанинот и на потрошувачот во еден ТВ-гледач.

Но, тоа никако не значи дека јавната телевизија треба да влезе во бесмислена трка и конкуренција со комерцијалните, кон забавни програми ориентираните телевизии.

Квалитетот и на забавата и на информациите мора да има првенствена улога кога станува збор за програмските содржини на јавните телевизии. Затоа, задачата на МРТ не е едноставна, но не е ниту невозможна. Напротив.

Како прво, ќе треба време, толку колку што е потребно, за јавниот радиодифузен сервис да се деконтаминира од партиските вируси вградени во сите негови сегменти, како и да се обезбеди стабилно и независно финансирање.

Многу повеќе од само уште една телевизија

Но, да се вратиме повторно на аспектите на публиката и на јавниот радиодифузен сервис. Од аспект на граѓаните, за сите граѓани во Република Македонија, МРТ е многу повеќе од само уште една телевизија. Оттаму, ако направиме уште една споредба меѓу концептот на јавен ТВ-сервис и оној на комерцијалните телевизии, треба да нагласиме дека програмските содржини на јавните сервиси не зависат од бројот на публиката. Ниту, пак, од специфичните категории гледачи кои имаат, пред сè, потрошувачки навики, како и од

Ќе треба време, толку колку што е потребно, за јавниот радиодифузен сервис да се деконстатира од паритетските вируси вградени во сите негови сегменти, како и да се обезбеди стабилно и независно финансирање.

рекламерите кои ја адресираат таа публика. Доколку избере таква стратегија, јавниот сервис ги губи од перспектива граѓаните и нивните заедници, како и нивните приоритети и интереси.

Исто така, треба да се има предвид и фактот дека слободниот медиумски пазар, како и целта на медиумите да ги максимизираат профитите, во одредена мера може да биде пречка во протекот на информации од јавен карактер или за продукција на содржини од јавен интерес. Треба да бидеме реални и да имаме предвид дека

интересите и потребите на граѓаните и на нивните заедници не се секогаш на иста линија со принципите на слободниот пазар. Напротив, за комерцијалните телевизии тоа претставува дури и сериозна пречка. Затоа, таков проблем немаат јавните телевизиски или радио-сервиси.

Целта на јавните сервиси не може да зависи и да се фокусира само на една тесна категорија граѓани или на една општествена

Ако направиме споредба меѓу концептот на јавен ТВ-сервис и оној на комерцијалните телевизии, треба да нагласиме дека програмските содржини на јавните сервиси не зависат од бројот на публикацијата.

катеорија зашто тоа или ќе ги партизира или ќе ги стави во иста рамка како и комерцијалните телевизии, ако нивна целна група се гледачите што ги диктираат рекламерите. Оттаму јавните радиодифузни сервиси треба да го пронајдат заедничкиот именител за програма што ќе ги задоволи граѓанските и потрошувачките интереси на различни сегменти од публиката. Зашто, доколку програмите адресираат само одредени општествени групи (партичко членство или симпатизери), ќе се соочи со маргинализација во општеството и со изместување на местото кое во јавноста треба да го има јавниот сервис.

Јавните радиотелевизиски медиуми симултано им служат на интересите и на потребите и на мнозинските и на малцинските заедници, како и на поединците, односно граѓаните на тие заедници, и само како такви сервиси ја исполнуваат улогата на посредници за вредности од јавен интерес.

КАКО КОНСУМИРАМЕ ВЕСТИ ВО ДЕНЕШНОТО ТЕХНОЛОШКИ БОГАТО ВРЕМЕ

Пишува: Владимир Петрески



*Паметниот телефон граби кон
позицијата најважен уред за
следење вестии, а социјалните
мрежи стануваат сè поважна
иорта на патиот кон вестии
и со тоа ја зголемуваат
важноста на овој уред.*

Овој институт секоја година спроведува истражување во 12 земји, од кои осум им припаѓаат на развиена Европа, САД, Бразил (урбан дел), Јапонија и на Австралија. Од лани, дополнителни истражувања се почнати во уште шест европски развиени и земји во развој (Австрија, Чешката Република, Холандија, Полска, Португалија и Турција), но резултатите од нив не се вметнати во вкупните, така што овде нема да ги разгледуваме. Најновото истражување беше извршено лани во првата половина од годината, а резултатите беа објавени минатиот месец. Што покажуваат тие?

Најважен наод е оној што потврдува дека улогата на паметните телефони во консумирањето на вестите е од огромна важност и тој веќе се нарекува „дефинирачки уред“ за дигитални вестии, кој има големо влијание врз консумирањето, форматите и во бизнис-моделите. Ова не би требало да чуди со оглед на фактот што сега веќе има и веб-страници кои имаат само мобилни верзии и ништо повеќе. Но, ваквото свртување кон паметните

Најдобар начин да се открие како и преку кои уреди и софтверски алатки консумираме вестии во денешниот технолошки богат свет е редовното годишно истражување¹ на Ројтерсовиот институт за студија на новинарството², кој, пак, е дел од Универзитетот „Оксфорд“ во Велика Британија.

1 Digital News Report 2016, The Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016
<http://www.digitalnewsreport.org/>

2 Reuters Institute for the Study of Journalism, Department of Politics and International Relations, University of Oxford
<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

телефони покажува и дека во медиумското милје доминираат неколку успешни и големи брендови, додека другите имаат тешкотии да достигнат поширока публика и тоа и преку апликации и преку пребарувачи.

Младите – главни поборници за интернет-вести

Следен важен момент е порастот на видео-форматот на интернет, тренд кој трае веќе неколку години и новите визуелни формати (на пример, инфографиците – зборот „инфографик“ во 2014 година на „Гугл“ бил пребаран 860 милиони пати). Ништо помало не е ни свртувањето кон социјалните мрежи, што во многу земји коинцидира со намалување на публиката на традиционалните телевизиски вести (не и во Македонија, за жал). Ваквиот тренд е особено истакнат кај младите под 35 години.

Она што можеше да се очекува, тоа е зголемената улога на „Фејсбук“ во наоѓањето вести, дискутирањето за нив и во нивно-то споделување. „Инстаграм“ и „Ватсап“ (WhatsApp), пак, играат голема улога кај младите. Иако „Фејсбук“ е подоминантен кај широката јавност, „Твитер“ е важен кај оние лица кои се „зависни“ од вести, односно кои се многу заинтересирани за нивно постојано следење, но и за директно следење на своите омилени јавни личности (во политиката, економијата, спортот и слично). Кога станува збор за „Инстаграм“ и до некаде за „Снапчат“ (кој почна да ги охрабрува издавачите да ги споделуваат своите вести на оваа платформа) и за другите понови социјални мрежи, допадливоста кај младите за нив доаѓа поради фактот што интерфејсот кај нив е „чист“, односно нема премногу елементи, што е многу важно кога станува збор за мал екран, какви што ги имаат паметните телефони, каде што секој квадратен милиметар е важен. Кога станува збор, пак, за „Ватсап“, како популарна апликација за пренесување лични пораки, иако издавачите би

сакале да бидат присутни и на оваа платформа, на неа, сепак, сè уште е многу тешко да се испраќаат пораки на голем број реципиенти. Кога станува збор за вестите и за социјалните мрежи, најважен е „Фејсбук“, се разбира. Тој воведо нова опција наречена „инстант написи“ (Instant Articles), преку која квалификуваните издавачи (сè уште не од Македонија) можат да ги споделуваат своите содржини и тие се полнат 70 отсто побргу од другите. „Вашингтон пост“, на пример, реши сите свои содржини од веб-страницата, до последна, да ги споделува на „Фејсбук“ во надеж дека така ќе заграби поголема публика.

„Меури“ на спротиставени мислења

Познато е дека сè поголемата важност на социјалните мрежи и на пребарувањето како „чувари на портите“ за вести може да доведе до формирање затворени „филтрирачки меури“, односно луѓето да ги добиваат само оние

**Улогата на медиумите
и телефони во консумирањето
на вестите е од огромна
важност и што веќе се
нарекува „дефинирачки
уред“ за дигитални вестии,
кој има големо влијание врз
консумирањето, формирањето
и во бизнис-моделите.**

вести со кои се согласуваат од оние медиуми кои им се блиски и да не бидат во ситуација да можат почесто да прочитаат и некој став спротивен на нивниот, што би било загрижувачки зашто така би се формирале „меури“ на остро спротиставени мислења, кои никаде не би се сретнале и разликите во општествата би се заострувале, што, пак, би го отежнало создавањето консензус и компромис. Но, ова истражување (за среќа!) откри дека

состојбата не е баш таква. Испитаниците велат дека социјалните мрежи и пребарувањето им помагаат да најдат најразлични вести и им помагаат да кликнат на брендови кои вообичаено не би ги отвориле.

Покрај ова, се забележува и значително незадоволство кај консументите кога станува збор за интернет-рекламирањето, како и незадоволство поради фактот што не ретко не може да се препознае линијата меѓу новинарските содржини и рекламните.

Секој втор британец чита вести на апликацијата на „БИ-БИ-СИ“

Минатата година употребата на паметните телефони се зголеми од 37 отсто на 45 проценти. Дури две третини од корисниците на паметни телефони велат дека ги користат барем еднаш неделно за следење вести. Иако често слушаме за мобилните апликации, барем кога станува збор за вестите, најголем број од консументите нив ги следат преку пребарувачите. Од ваквиот тренд отскокнува само Велика Британија, каде што 51 отсто од испитаниците вестите ги следат преку мобилна апликација, односно апликацијата за вести на „Би-би-си“. Но, „Би-би-си“ е единствен, додека во другите земји само 10-20 отсто од испитаниците имаат посебна апликација за вести што постојано ја користат. Една четвртина од нив велат дека паметниот телефон им е главна направа за следење вести (20 проценти во 2014 година), а тој процент се зголемува до 41 отсто кај младите под 35 години. Употребата на таблет-уредите се намалува, а само нешто повеќе од половината (57 отсто) велат дека главна направа за вести им се десктоп или лаптоп-компјутерите, што претставува пад од 8 проценти споредено со 2014 година. Исто така, повеќе од 45 отсто од испи-

таниците користат два дигитални уреди, а 16 проценти – три или повеќе уреди.

Барем што се однесува до овие 12 земји, употребата на интернетот и на телевизијата за следење вести е на стабилно ниво, а печатот вообичаено паѓа. Но, тоа е просекот, а разликите се големи од земја до земја. Во земји како Германија и Франција, на пример, телевизијата не е многу погодена од интернетот, но, од друга страна, во САД, Данска, Австралија и во Финска, интернет-медиумите се доминантни кога станува збор за консумирањето вести во однос на ТВ-екраните.

Оваа слика ќе се менува сè повеќе во корист на интернет-медиумите со текот на времето зашто младите се на нивна страна. Меѓу лицата на возраст од 18 до 24 години, речиси 60 отсто следат вести на интернет, а само 27 отсто на ТВ. Сосема е обратна состојбата кај лицата повозрасни од 55 години, кај кои

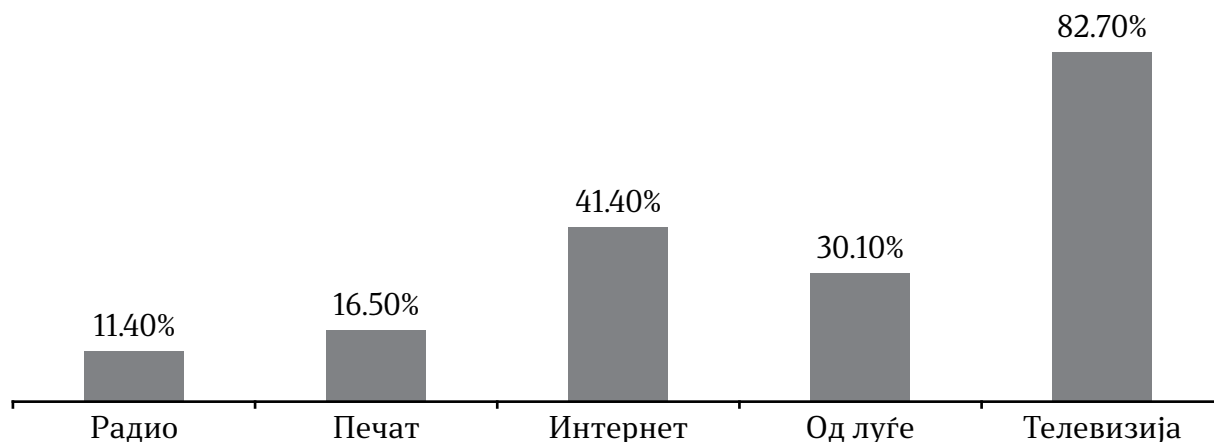
***Сè поголема ѝа важносѝ
на социјалниѝе мрежи и
на пребарувањето како
„чувари на портиѝе“ за
вести може да доведе до
формирање затворени
„филтрирачки меури“***

само 22 отсто следат вести преку интернет, а 55 отсто на телевизија. Кај нас состојбата е уште подрастична на страна на телевизијата, за која дури 84 отсто од испитаниците (2013 година)³ велат дека од неа го добиваат вестите, односно 82,7 отсто во 2014 година (графикон).

Друга разлика во однос на Македонија и овие 12 земји е фактот што во ова истражување довербата во интернет-медиумите е далеку поголема од онаа во весниците и во другите печатени изданија. Ова е особено

3 Извештај од извршеното испитување за мислењето на публиката за различни програми на домашните телевизиски и радио-канали за 2013 година, Совет за радиодифузија (од 2014 Агенција за аудио и аудиовизуелни услуги) http://avmu.mk/images/SRD_izveshtaj_15_04_2013_od_Market_Vision.pdf

за домашни и странски настани секојдневно се информирам од ...



Извор: АВМУ/Маркетинговижн

изразено во САД, каде 31 отсто од испитаниците им веруваат на интернет-медиумите, а само 5 отсто на печатените изданија. И во сите други земји разликата во довербата меѓу интернет-медиумите и весниците е 2 до 5 пати поголема на страна на интернет-медиумите. Кај нас, за разлика од ова, раширено е мислењето дека весниците се подоверливи од порталите. Но, кога станува збор за довербата, во сите земји на прво место сè уште е телевизијата, на која најмногу ѝ веруваат 36-45 отсто од испитаниците во зависност од земја до земја.

Тренд: социјални мрежи и нотификации

Кога станува збор, пак, за форматот на вестите, 23 отсто велат дека отвораат видеовести на интернет (зголемување за 5 проценти споредено со 2014 година), додека 40 отсто велат дека текстот им е поприемчив, 29 отсто не отвораат видеовести заради рекламите кои често ги има пред содржините на кои клигнале, а 21 отсто велат дека видеовести повеќе би сакале да гледаат на голем екран. Во однос на појдовната точка која служи за стигнување до вестите, првото место го делат пребарувањето или директното кликување на порталот каде што се сака да се најдат вестите, во зависност од земја до земја,

додека на трето место се социјалните мрежи. Впечатокот (барем на авторот, а донекаде и според бројките на „Гемиус“) е дека во Македонија социјалните мрежи и агрегаторите на вестите играат далеку поголема улога отколку директното одење на некој портал или наоѓање вестите преку пребарување. Во земјава особено се важни агрегаторите со оглед на фактот што кај нас немаме сè уште силни и доминантни брендови меѓу интернетските информативни веб-страници, како што е тоа во развиениот свет на кој во најголем дел припаѓаат испитаниците од овие земји и наместо читателите да скокаат од портал на портал, кои кај нас ги има неодржливо многу, често до вестите се пристапува преку агрегаторите. Но, ако се појават доминантни брендови, кои би доминирале на пазарот и кои би заграбиле голем пазарен удел, лесно може да се случи улогата на агрегаторите да се намали.

И, на крај, вреди да се спомне дека голем пораст има и кај апликациите за нотификации. Меѓу 9 и 15 отсто од испитаниците ги имаат на своите паметни телефони и ова претставува речиси двојно поголем процент од 2014 година. Еве можност за иновативните новински портали во земјава да стекнат дополнителна публика, со тоа што ваквите мобилни апликации во Македонија речиси и да ги нема.

МЕДИУМСКИ (НЕ)АКТИВИЗАМ

Пишува: Мирјана Најчевска



Photo by: Mikey Wally, Occupy LA Media
<https://www.flickr.com/photos/mikeywally/6210575227>

Медиумите имаат огромна улога во промоцијата и во заштитата на човековите права. Особено значење има поддршката што медиумите можат да ја дадат во заштитата на правата на ранливите групи (сите оние кои се надвор од центрите на моќта, кои се изложени на посебни видови насилство, кои се во општествено понеповолна положба и кои се дискриминирани). Или би требало да имаат.

Функцијата на куче чувар (watch dog) иогразбира ирогдлабочен иинтерес за концевитиот за човекови права, анализа на активностити иишто ги ирезема државата во насока на нивно ипрактикување.

Многу често изгледа дека темите поврзани со ранливите групи и со заштитата на човековите права не се толку атрактивни како што се актуелните политички настани ниту, пак, се во директна врска со овие наста-

ни. Меѓутоа, добриот новинар истражувач може и треба да ја најде оваа врска. Добриот новинар истражувач може и треба да ги

Во многу рејки случаи, Македонија станува дел од некое свешско збиднување во оваа област и токму медиумите се тие што можат да придонесат многу за излегување од гетото на неинформираниот.

стави заштитата на човековите права и на ранливите групи во контекстот на актуелните политички настани и да се појави како критичар и контролор на власта која презела обврска да создаде услови секој граѓанин на еднаков начин да може да ги практикува правата и слободите.

Функцијата на куче чувар (watch dog) ја имаат посебни медиуми, меѓутоа елементите на оваа функција се очекува да бидат дел од целокупното новинарство и дел од работата на секој медиум.

Оваа функција подразбира продлабочен интерес за концептот за човекови права, анализа на активностите што ги презема државата во насока на нивно практикување, реакција на големи нарушувања на човековите права и промоција на активности (настани) поврзани со подигнувањето на свеста за конкретен проблем (повреда) поврзан со човековите права.

Македонија се наоѓа во своевидно гето од аспект на глобалните светски случувања поврзани со промоцијата и со заштитата на човековите права. Во многу ретки случаи, Македонија станува дел од некое свет-

ско збиднување во оваа област и токму медиумите се тие што можат да придонесат многу за излегување од гетото на неинформираниот.

Во овој контекст би го сместила и медиумското покривање на последниот настан поврзан со човековите права, со кој требаше да се анимира јавноста, но пред сè, државата/власта/политиката за насилството над специфична ранлива група – жените.

Инициран од глобалното движење В-ден (VDay) на 14 февруари¹ (2013) се одржа настан под наслов „Една милијарда се крева против насилство“ (One Billion Rising), со кој насекаде во светот се одбележа подготвеноста на луѓето да се спротивстават на раширеното насилство врз жените и се одбележа 15-годишнината од постоењето на движењето.

Ваков вид настани треба не само да го привлечат вниманието на медиумите и да се најдат на нивните први страници, туку уште повеќе се очекува дека токму медиумите:

- ќе помогнат во промовирањето на идејата што стои зад настанот;
- ќе помогнат во организација на настанот;
- ќе ја искористат можноста да пласираат одредени сознанија за актуелната ситуација во Република Македонија;
- ќе ја искористат можноста да им постават прашања на политичарите;
- ќе ја искористат можноста да направат врска со актуелни политички случувања, проблеми, ситуации.

Што (не) направија медиумите во Македонија?

1. Промовирање на идејата

Во ниту еден медиум не се појави пошироко објаснување за идејата што стои зад ова движење². Медиумите се задржуваат на два-три

1 <http://www.vday.org/>

2 <http://www.time.mk/cluster/9866527b58/makedonija-vo-globalnata-kampanja-za-borba-protiv-nasilstvo-oto-vrz-zenite.html>

пасуси кои даваат минимални информации за кампањата, за самото движење и за идејата на конкретниот настан. Во ниту еден медиум не најдоа место четирите клучни постулати врз кои се гради целото движење:

- Уметноста има моќ да го трансформира мислењето и да ги инспирира луѓето да дејствуваат;
- Континуираната општествена и културна промена се шири од страна на обичните луѓе кои прават необични нешта;
- Локалните жени најдобро знаат што им треба на нивните заедници и можат да станат незапирливи лидери;
- За да се разбере насилството против жената, мора да се има предвид меѓусебното влијание на расата, класата и на родот.

Дури, медиумите не најдоа дека е потребно да објаснат што значи името на движењето и особено што значи В во V-Day. Според официјалната веб-страница на движењето, В е за³: Победа (Victory), Валентајн и вагина.

2. Организација на настанот

Ниту еден медиум фактички не се вклучи во организација на самиот настан. Имено, настанот се подготвува со месеци, што подразбира развиена методологија, воспоставување врски, употреба на печатени и на видеоматеријали, објаснување на целта. Сето тоа за анимирање на што е можно поголем дел од населението и за подигнување на гласот на голем број луѓе против насилството над жената.

Вистинско вклучување на медиумите во организацијата на настанот подразбира континуирано известување за подготовките, продолжителни анализи поврзани со идејата и со целта што треба да се постигне, упатување отворени повици и учество во настанот не како набљудувачи/известувачи, туку како составен дел на активноста.

Наспроти ова, медиумите во Македонија првпат го спомнаа настанот еден ден пред неговото одржување (некои дури се задржаа на известување единствено од самиот ден или дури и ден подоцна).

3. Анализи на актуелната ситуација во Македонија

Настанот не беше искористен за пошироко запознавање/потсетување на јавноста со ситуацијата со насилството врз жената во Република Македонија (со многу мал број и крајно недоволно издвоен простор, како, на пример, информациите дадени на порталот „Радио Слободна Европа“)⁴.

Имено, медиумите не ја искористија можноста (заради што всушност и се прават настани од ваков вид) да ги потсетат граѓаните (и властите) на бројките, случаите и на

**Особено значење има
подршката што
медиумите можат да ја
дадат во заштитата на
права на ранливите
жени (сите оние кои
се надвор од центриите
на моќта, кои се
изложени на посебни
видови насилство, кои
се во општествено
неповолна положба и
кои се дискриминирани).
Или би требало да имаат.**

активностите поврзани со насилството над жените во Република Македонија.

Нема интервјуа со жени кои биле жртви на насилство и кои решиле да се спротивста-

3 <http://www.vday.org/about.html#.WFe3prIrLIU>

4 Стоп за семејното насилство и насилството врз жените, Радио Слободна Европа, 14.02.2013
<http://www.slobodnaevropa.mk/a/24902426.html>

ват, освен по два-три збора кажани попатно во кратките информации за настанот.

4. Прашања за политичарите и за јавните личности

Медиумите не го искористија настанот да се обратат на политичарите и да ги запрашаат што е направено за намалување на насилството врз жените, како мислат понатаму

Добриот новинар истражувач може и треба да ги стави заштитата на човековите права и на ранливите групи во контекстот на актуелните политички настани и да се јави како критичар и контролор на власта која презела обврска да создаде услови секој граѓанин на еднаков начин да може да ги практикува правата и слободите.

да се борат со насилството над жените, дали во изборните програми има посебни делови што се однесуваат на ова?

Медиумите не ги прашаа политичарите што мислат за состојбите во Македонија и какви активности преземаат на функциите каде што се наоѓаат?

На ниту еден медиум не му запара очи отсуството на политичарите од ваква акција. Како да е тоа нормално и сосема во ред. И како овие теми да се надвор од обврските на државата. Медиумите не поставија прашање зошто на настанот не се придружија политичарите, каде беа јавните личности, професорите, огромниот број невладини организации кои, наводно, се занимаваат со

родовата еднаквост и со дискриминацијата на жената? Политичарите покажаа дека не им е гајле за насилството над жените, а медиумите не реагираа на тоа.

Медиумите не се заинтересираа зошто има толку мал број граѓани кои излегле на плоштадот и што се случува во другите градови во Република Македонија.

5. Врски со други настани и случувања

Вообичаено ваков вид настани се користи за да се воспостават врски со актуелни општествени или политички состојби во државата. Не и во Македонија.

Во медиумите не се направи врска со настаните од 24 декември 2012 година и насилството над пратеничките во Собранието на Република Македонија. Не се направи врска ни со глобалната маскулинизација на општеството, која се манифестира не само во отсуството на жената од клучните места на управување, туку и во начинот на прикажување на историјата низ новите архитектонски решенија кој ја потенцираат улогата на машкиот род во историјата и во основа повеќе зборуваат за насилството во историјата отколку за други вредности.

Во медиумите немаше анализа зошто овој настан е толку лошо организиран, зошто толку малку луѓе присуствуваа, зошто имаше реклами во спотот против насилството, зошто беше лошо озвучувањето...

Зад бомбастичните наслови „Македонија дел од глобалната кампања да запре насилството врз жените“⁵ се криеја по два-три сиромашни пасуси набрзина напишан текст, од кој остана впечатокот дека станува збор за настан кој се спротивставува на домашното насилство или на некое насилство кое се случува во други држави и врз други жени, а не настан со кој жените го креваат својот глас против условите кои создаваат насилно опкружување и кои резултираат во специфични облици на насилство врз жените секаде во светот и овде во Македонија.

5 <http://www.time.mk/cluster/9866527b58/makedonija-vo-globalnata-kampanja-za-borba-protiv-nasilstvo-vrz-zenite.html>

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ – БРАНА ПРОТИВ МАНИПУЛАЦИИ

Пишува: Александар Писарев

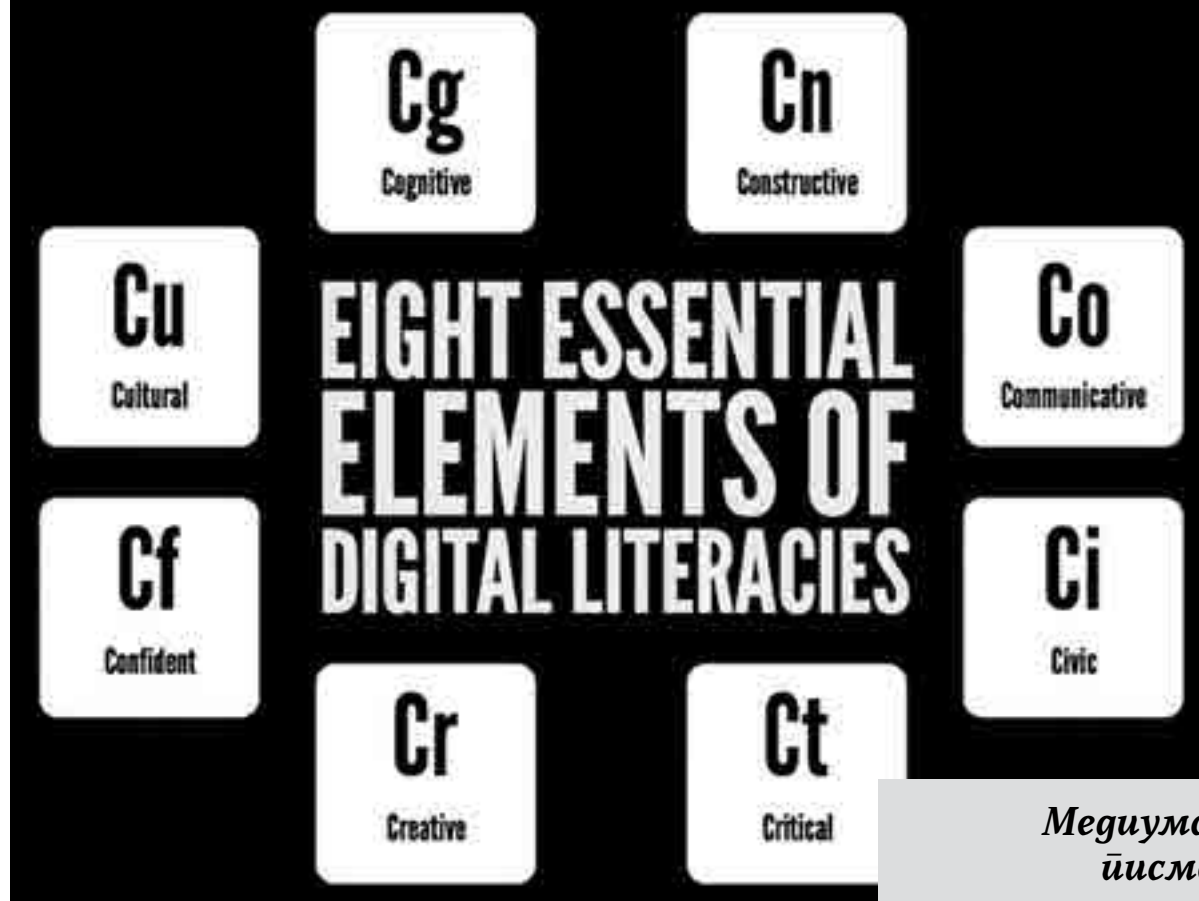


Photo by: Leif Harboe, Literacy 2 belshaw
<https://www.flickr.com/photos/leif/7326217250>

Според дефиницијата, медиумите се средство за масовно информирање, но и најсилно средство за оформување на системот на општествените вредности, со кое се влијае на формирање на јавното мислење. Меѓутоа, во ера на глобализацијата, медиумите сè повеќе стануваат и „средство на масовното интерпретирање“, па, според тоа, сè повеќе се губи нивната функција на комуницирање и на едукација, а сè повеќе ја преземаат улогата на манипулација со граѓаните. Поради тоа, уште во 2007 година Советот на Европа препорача едукација на граѓаните во

Медиумската писменост овозможува креативни вештини кои помагаат да се откријат манипулациите во медиумските производи.

правец на нивната позиционираност и преобликување од пасивни потрошувачи на медиумските информации и комуникации во активни консументи на медиумски производи, кои свесно, активно и одговорно соучествуваат во перцепцијата на понуденото. Притоа,

препорачуваат силна и масовна едукација на граѓаните во правец на нивно оспособување секој медиумски производ критички да го оценат, социјално да се мобилизираат во правецот на општествениот активизам, оценувајќи дека ваквиот пристап кон медиумите е основа за демократско општество.

Лажен медиумски плурализам

Џејмс Потер, професор на Калифорниски универзитет во Санта Барбара, својата студија за медиумска писменост¹ ја почнува со констатација дека најголем дел луѓе денес

Медиумското описменување на луѓето ќе им овозможи да ги „избришат“ податоциите што медиумите ги „имплантирале“ во нивниот ум, и да ги заменат со сопственото мислење.

им дозволуваат на медиумите да ги програмираат нивните навики и поглед на светот. Затоа е важно со медиумско описменување на луѓето не само да им овозможиме да ги „избришат“ оние редови и податоци што медиумите ги програмирале во нивниот ум, туку да ги заменат со сопственото мислење и со идеите за општествените битисувања. Тој вели дека денес, кога има сè повеќе медиуми, многу е тешко да се разликува објективна и целосна информација од манипулативна, искривена или полувистинита. Медиумската писменост, според неговата теорија, во една реченица подразбира способност да се прочита, да се разбере, да се навлезе во сржта на информацијата и

да се согледа, да се анализира, да се евалуира медиумската порака и да се селектира манипулацијата. Според него, граѓаните во најголем број држави, квантитативно, несомнено имаат медиумски плурализам, но квалитативно - несомнено го немаат. Во прашање е лажен медиумски плурализам. Затоа, консументите на медиумските содржини мора да развиваат сопствени критички вештини и знаења кои ќе им помогнат да ги поврзат комплексните идеи, да ги препознаат вистинските одговори, да ги идентификуваат заблудите и критички да ги оценуваат медиумските содржини. Со еден збор, ова подразбира медиумска писменост и поседување на креативни вештини да се откријат манипулациите во медиумските производи. Овие вештини овозможуваат да се разбере вистинската улога на медиумите, граѓаните да се ослободат од стереотипите и внимателно и критички да ги следат содржините во медиумите. Не смеат да дозволат некој да ги спинува и да се информираат преку медиумите во кои некролозите се единствената точна информација. (... „ВМРО-ДПМНЕ е модерно организирана партија во која секој член без разлика на партијскиот сџаж... добива еднаква шанса... не е мистика дека Груевски и тимот околу него работат 24/7. Можејте да ги замислите шминкерите од СДСМ од утро до полноќ во Влада, тие повеќе сакаат да пијат кафе“ (Лидер)² По повеќе векови еден вид писменост, мораме да се подготвиме за нов вид описменување, зашто медиумите во своето дејствување заземаат важна позиција во формирањето на општествените кодови и во генерирање на начинот на примената на важните јавни дискурси. Тие стануваат најсугестивниот фактор во обликувањето на начинот на размислување на граѓаните и на нивното однесување.

1 Medijska pismenost, Clio Multimedia, 2011
http://clio.rs/images/knjige/496/files/medijska_pismenost_stamp.pdf

2 ВМРО ДПМНЕ убедливо гази СДСМ плаче кај судиите, Lider.mk, 11.04, 2014
<http://lider.mk/2014/04/11/vmro-dpmne-ubedlivo-gazi-sdsm-place-kaj-sudiite/>

Рециклажа на информациите

Како што предупредува канадскиот теоретичар Маршал Маклуан³, техничките перформанси на медиумите во „глобалното село“ влијаат на начинот на кој ќе се обликува медиумската порака и како таа ќе се пренесе до консументот (читателот, слушателот, гледачот) и која „идеологија“ ќе се најде во поттекстот на пораката. Влијанието го зголемува начинот на пренесувањето на пораката преку најмоќните информациско-комуникациски технологии: интернет, ТВ, радио, билборди и други нивоа на маркетиншки комуникации. Во конкретните случаи, медиумската писменост нè учи како да развиеме способност за разбирање, за читање, примање, за архивирање и за бришење – рециклирање на огромниот број пораки, содржини, слики... Со еден збор, медиумската писменост ни овозможува и ни помага во ситуација на

Советите на Европа прејорача едукација на граѓаните во правец на нивната позиционираност и преобликување од пасивни и непрошувачи на медиумските информации и комуникации во активни консументи на медиумски производи.

општествена заситеност со медиуми да препознаеме јавен интерес во информациите и во медиумите. Да разликуваме форми на пренесување на информациите, уредувачките концепти и стилови кои влијаат врз обликувањето на информациите.

Граѓаните мора да научат да ги препознаваат пораките и да ги филтрираат информаци-

ите во потрага по најрелевантите, затоа што на крајот ова е најважното прашање поврзано со препознавање и со заштита на јавниот интерес. На пример, гледачот ќе се запраша дали е од јавен интерес кавгата на две јатрви: („две јатрви не можеле да се договорат за редоследот на јурување алишта во дворот... и се стейале со теѓли, ќерамиди“ (Канал 5)⁴).

Дешифрирање на измамите

Повеќето свесни или несвесни реакции на граѓаните потекнуваат од „аромата“ која претходно ја создаваат медиумите.

Со помош на медиумската писменост, анализираме, разбираме, толкуваме и препознаваме влијание на медиумите врз нашиот личен и општествен живот. Објективната информација е основното човеково право, база на демократскиот живот преку кој граѓаните го формираат критичкото и објективното мислење за состојбата и за појавите во едно општество.

Благовремена и точна, објективна информација е темел на партиципативната политичка култура преку која граѓаните секогаш и повторно се потврдуваат како субјекти на општествената заедница. Медиумското образование помага еднакво на сите членови на општеството полесно да ги дефинираат изворите, намената и целта на информацијата, да ги откријат и да ги препознаат интересите, да ги дешифрираат пораките и карактерот на понудената информација во дадениот контекст на општествено-политичкиот, социо-економскиот и културолошкиот амбиент. Ова е особено важно во време и во моментите на турбулентните општествени промени кога информациите што медиумите ги пласираат можат да бидат столб на стереотипите, дискриминација, дисквалификација... со еден збор, општествено не-

3 Marshall McLuhan - The World is a Global Village (CBC TV), Uploaded on Mar 24, 2009
<http://www.lessonpaths.com/learn/i/maral-makluhan/marshall-mcluhan-the-world-is-a-global-village-cbc-tv>

4 Јатрви со тегли и ќерамиди расчистувале сметки, Канал 5 ТВ, 06.04.2014
http://www.kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=35801

гитивните модели и техника на црно-бело информирање. (...„Заев е во ѝаника дека ѝо ѝоразоѝ на ѝреѝсѝојниѝе избори, ќе ѝо заѝуби леѝѝѝимѝѝеѝоѝ и како ѝрадоначалник во Сѝѝрумиѝа“...) (Нетпрес)⁵.

Континуирана медиумска едукација не само што е одговор на ваквите општествени и медиумски појави, туку е и одговор на хиперпродукција на информации кои често го збунуваат корисникот (читателот, гледачот слушателот) или според моделот на фабрикувано мислење му ја затупуваат критичко-објективната рефлексѝа на толкувањето на општествените и на медиумските пораки. Кога во време на беспопштеден натпревар на медиумите во позиционирање за рекламен простор и за профит, за да ги привлечат големите огласувачи, консументите се привлекуваат да паѓаат на ниските страсти и на турбофолк, опасноста е голема ако медиумот секој ден информира за некој настан кој воопшто не е важен, а се добиваа претстава дека е многу важен само затоа што медиумите непрестано зборуваат за тоа. Тогаш, улогата на медиумската писменост е и во подигнувањето на нивото на чувствителност на граѓаните за значење на новинарството во демократските општества. Изборот на содржините кои масовните медиуми ги пренесуваат и ние тоа го примаме свесно или несвесно, влијае на нас да заземаме став дека таквата информација е од животна важност, иако таа од стојалиште на здравиот разум е на ниво на инцидент или периферна информација и евтина забава.

Спинување

Како современи суштества, не можеме без медиуми, но тоа не значи дека мораме да ја

голтаме искривената слика на реалноста, да се лажеме со шарените сликички или да се плашиме од некакви претпоставни несреќи. Со еден збор, да не дозволиме медиумите да нѐ програмираат.

Еклатантен пример на манипулација со граѓаните или спинување, е кога медиумот ќе ја сврти приказната во нечија полза, но и мислењето на јавноста ќе го сврти во полза на тој што ја пласирал информацијата. Тоа е неискрена и измамничка тактика да се постигне некакава цел. Во спинувањето не се користи лага, но пласирањето на информацијата не се разликува многу од лажна содржина, фактите се изнесуваат селективно, се преувеличува некој настан, особините и вредностите на одредена личност или група и се истакнуваат небитните работи за да се сокријат битните (...„Зоран Сѝавревски наја-ви наѝамошнo сѝимулирање на економија-ѝа ѝреку ѝовеќе мерки, ѝланирано е да бидат ѝложени 100 милиони евра“... (МРТ)⁶.

Медиумската писменост денеска е неопходна за да се одбраниме од малнипулациите што го спречуваат индивидуалното и критичкото мислење и самостојното одлучување на граѓаните. Затоа, медиумската писменост во некои држави претставува задолжителен предмет уште во основните училишта за децата да научат да ги разликуваат, да ги анализираат и да ги креираат медиумските пораки.

Еден таков обид, во Република Македонија, беше направен во 2009 година кога Македонскиот институт за медиуми спроведе пилот-проект за имплементирање на медиумската писменост во основните и во средните училишта⁷. Проектот, во соработка и со Бирото за образование, траеше две години и опфати повеќе од 1.100 наставници. Иако ги

5 Република: Шеќеринска за премиер од СДСМ?, Нетпрес.мк, 27.03.2014
<http://netpress.com.mk/republika-shekerinska-za-premier-od-sdsm/?r1=http%3A%2F%2F>

6 Ставрески во посета на Конти хидропласт: Ќе се вложат 100 милиони евра во хидросистеми, МРТ, 07.04.2014
<http://mrt.com.mk/node/7205>

7 Проектот „Унапредување на медиумската писменост во образованието во Македонија“, МИМ, 2009
<http://mediumskapismenost.edu.mk/>

доби највисоките оценки како проект, препораките што произлегоа од него, досега, не се спроведени.

Во нашето опкружување, во Црна Гора, Босна и во Србија, во рамките на факултетите за политички науки и новинарските здруженија особено, се водеа големи кампањи за развојот и за популаризацијата на медиумската писменост меѓу граѓаните (кампања „Не дај да те спинују“⁸)

На секој поединец пружена му е можност да направи увид како медиумите работат, како новинарите доаѓаат до информациите и ги организираат во разбирливи приказни. Медиумската писменост не е алатка за читање меѓу редови, туку следење на новинарските постапки со кои тие го прават медиумскиот производ во печатена, звучна или визуелна форма. Таа е главна алатка за граѓаните да им укажат на новинарите дека нивниот професионален ангажман не може да се сведе само на објавување партиски или државни соопштенија или изјавите на политичарите и на државните функционери, како ни на следење на конференции за печат како најлесен начин преку кој општествениите субјекти ги интерпретираат настаните и ги пласираат во јавност, дури и во оние ситуации кога новинарите немаат можност да постават прашања.

Граѓаните се тие кои имаат право од новинарите да бараат да ги преиспитаат своите професионални рутина, да се погледнат во огледало и да ги проверат професионалните стандарди и кодекси на однесување.

Сомнителен квалитет

Во целиот процес треба да се вклучат јавните електронски медиуми како промотори и заштитници на медиумската писменост и да имаат строга селекција на квалитет на медиумските содржини, кои ќе ги задоволат сите стандарди на новинарската професија и но-

винарските кодекси. На тој начин со обострана одговорност – и на тој што емитува информации и на тој што ги прима – медиумите и граѓаните можат заеднички да ги остварат целите на мирниот стабилен и просперитетен општествен развој, растоварен од екстремизам, нетрпеливост, омраза, национализам, сегрегација, дискриминација...

Особено треба да се истакне важноста на јавните сервиси во демократските процеси кои во мултимедијална и мултикорпоративска култура на граѓаните ќе им пружат потребно знаење и вештини со кои ќе бидат активни учесници и во демократските процеси.

Прашањето со кое во последната деценија интензивно се занимаваат комуниколозите се токму програмите на јавните сервиси

Медиумската писменост е алатка за граѓаните за да им укажат на новинарите дека нивниот професионален ангажман не може да се сведе само на објавување партиски или државни соопштенија или изјави на политичарите и на државните функционери.

на радио и на ТВ-станиците кои би требало да бидат пример за отпор против глобалното мултикорпоративно влијание на оние медиуми, кои својата моќ ја одмеруваат во силејското наметнување на информациите, преку кои на граѓаните им сугерираат/наредуваат што треба да мислат, наместо да им помогнат да го изградат сопственото мислење. Да не заборавиме дека телевизијата е за мнозинството граѓани сè уште единствениот прозорец кон светот и дека таа им го формира вкусот, совеста, свеста, мислењето и директно или индиректно прогресивни или деструктивни реакции.

8 Kampanja o medijskoj pismenosti: Ne daj da te spinuju, 21. 03. 2014
http://www.medijskapismenost.net/vest/31_kampanja-o-medijskoj-pismenosti-ne-daj-da-te-spinuju

страница 440-453

ПОГЛАВЈЕ 07

Медиумите и општеството

ИНФОРМИРАН ГРАЃАНИН – ДЕМОКРАТСКО ОПШТЕСТВО

Пишува: Светлана Вељановска



Photo by: Lore Van Caenegem, Media
<https://www.flickr.com/photos/143911192@N02/31535468625>

Информирањето на јавноста е една од основните обврски на медиумите и најчесто тие релативно лесно (на прес-конференции, брифинзи или од свои извори), можат да дојдат до информациите што ѝ ги пласират на својата публика. Можеби од тие причини понекогаш и не се свесни дека правните субјекти што не се занимаваат со информативна дејност, но и физичките лица, не секогаш може да добијат информација од органите на државната власт, институциите и од установите, дури и ако станува збор за информации од јавен карактер.

Во Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер¹, во членот 4, стои дека „**слободен пристап до информации имаат сите правни и физички - домаш-**

Една од причините е што медиумите секојдневно ги користаат информациите и барем ним треба да им биде јасно дека пристапот до информациите е клучниот момент за демократијата.

ни и странски лица“, а во членовите 6 и 7 се регулирани причините поради кои може да има исклучок (целосен или делумен) за пристап кон информациите.

Прелистувањето на печатените и на електронски медиуми наведува на заклучок дека ова тема медиумски најчесто се обработува кампањски, по повод одбележувањето на Меѓународниот ден на слободен пристап до информации или кога во локални или национални проекти се дебатира или се едуцира на оваа тема:

1 Закон за слободен пристап до информации од јавен карактер, Државен завод за статистика, 2010
http://www.stat.gov.mk/pdf/SlobodenPristapDoInformacii/zakon_zainformacii.pdf

- Одржана обука за правото на слободен пристап до информации од јавен карактер²
- Лани поднесени само 31 барање за информации од јавен карактер од општината³

Споредбените податоци изнесени по ваквите поводи во медиумите доведуваат до заклучок дека правото за слободен пристап до информациите од јавен карактер го користат сè поголем број граѓани, но и дека голем број од нив не добиваат одговор:

„Во 2006 година имало само 513 барања, во 2014 година 4.451 барање, во 2015 имаме над пет илјади барања до институциите. Но, истовремено се зголемува и бројката на жалбените постапки, односно Комисијата годинава има постапувано по околу 860 жалби, од кои што по 797 има донесено соодветни решенија односно заклучоци, додека 64 се во постапка на решавање“.(МТВ1) Каде се јавува проблемот во целата оваа состојба околу пристапот до информации од јавен карактер, односно зошто е потребно медиумите посериозно да ја разработуваат оваа тема, а не само еднаш-двапати во годината по повод одбележувањата и годишнините?

Заедничка цел – добро информиран граѓанин

Една од причините е што медиумите секојдневно ги користат информациите и барем ним треба да им биде јасно дека пристапот до информациите е клучниот момент за демократијата. Граѓаните што ги добиваат бараните информации многу полесно ги прифаќаат одлуките што ги носат институциите или, пак, ако не се согласуваат со нив, навремено реагираат за нивно коригирање. Генерално гледано, невладиниот сектор е

тој што иницира активности за зголемување на транспарентноста и на достапноста на информациите до заинтересираните граѓани. Мерките што можат и кои се користат се: објавување на најрелевантните информации за институцијата, засилен надзор, обука на вработените за подигнување на свеста за потребата и за важноста од редовно информирање на јавноста за работата на службата, вработување на веб-администратор и овозможување на брзо и лесно пребарување на информации од јавен карактер на веб-страниците на институциите и сл. Сите овие елементи од медиумите можат да бидат употребени за да им помогнат на граѓаните во постигнувањето на заедничката цел: добро информиран и активен граѓанин во заедницата.

Меѓутоа, ретко кога може да прочитаме (слушнеме, видиме) во некој медиум дека иницираат прилози во кои би биле опфатени овие содржини. Периодично се презентираат информации за веб-страници на општини и тоа од аспект дека не се напишани на службениот македонски јазик (ако станува збор за општина каде албанската заедница е мнозинство) или обратниот случај, но најчесто ваквите новинарски прилози се еднократни и воопшто не се следи дали е коригиран пропустот или состојбата останала непроменета.

Околу 1.300 институции се должни да даваат информации

ТВ „Телма“ објави прилог во кој зборува за молчењето на институциите. Во прилогот може да се види дека институциите на национално ниво се помалку транспарентни и се повикуваат на делумна тајност на

2 Одржана обука за правото на слободен пристап до информации од јавен карактер, Струмица денес, 16.12.2015 <http://strumicadenes.mk/odrzana-obuka-za-pravoto-na-sloboden-pristap-do-informacii-od-javen-karakter/?r1=http%3A%2F%2Fvesti.mk%2Fread%2Farticle%2F2742316%2Fodrzhana-obuka-za-pravoto-na-sloboden-pristap-do-informacii-od-javen-karakter>

3 Лани поднесени само 31 барање за информации од јавен карактер од општината, Дума, 02.02.2016 <http://vesti.mk/read/article/2894770/lani-podneseni-samo-31-baranje-za-informacii-od-javen-karakter-od-opshtinata>

бараните податоци. Тука предничат министерствата за финансии и за здравство. Овој закон е донесен пред девет години и според него околу 1.300 субјекти во земјава имаат обврска да даваат информации од јавен карактер на заинтересираните граѓани. Националниот демократски институт пред неколку години почна со реализација на проект со кој им се овозможува на граѓаните полесна комуникација со нивните народни претставници, отворајќи канцеларии за комуникација со граѓаните во секој град од каде има пратеници. Одамна не сме слушнале ништо за овие канцеларии: дали сè уште работат, какви се резултатите од нивното постоење, дали се зголемила транспарентноста на пратениците и сл. И ова е поле што треба да биде во сферата на интересот на медиумите од национално и од локално ниво. Институциите по дефиниција се служби за граѓаните, меѓутоа не секогаш сакаат да се

година, и резултатите се коректно пренесени од голем број медиуми, но оттогаш па сè до денес нема никаков интерес од страна на новинар(к)ите да проследат што се случува во меѓувреме: дали, на пример, општините кои немале тогаш, сега креирале свои веб-страници или, пак, тие 18 општини без информации од јавен карактер промениле нешто во своето работење.

Пристапот до информациите не е само формалност

Изјавата на претседателот на Комората на извршители дека „слободниот пристап до информации сè уште е „баук“ во Македонија и не сите граѓани и институции го познаваат законот“, може да се оправда за граѓаните, но никако и за извршителите, кои како служба секојдневно се во контакт со граѓаните и мора да знаат дека имаат обврска да даваат информации кои не се дел од т.н. „извршителска тајна“.

За жал, ваква е состојбата и во голем број други институции кои под превезот на „службена тајна“ го ограничуваат пристапот до информации од јавен карактер. Од тие причини, медиумите можат да помогнат и да станат сервис за граѓаните во обезбедување и во пласирање информации што би ја интересирале поголема целна група од нивната публика, но и преку постојниот интерес за транспарентност и за отчетност, на институциите да им покажат дека и тоа е во сферата на нивниот делокруг на работење и дека Законот за пристап до информации од јавен карактер не е само формалност, туку има и суштинско значење.

Од аспект на односите со јавноста, медиумите имаат двојно значење: од една страна тие се целна јавност, а од друга – комуникациска алатка за пренесување на информациите до јавноста. Дали ќе бидат употребени на соодветен начин, зависи, пред сè, од нив самите.

Граѓаните што ги добиваат бараните информации многу полесно ги прифаќаат одлучките што ги носат институциите или, пак, ако не се согласуваат со нив, навремено реагираат за нивно коригирање.

знаат сите состојби во нивното работење. Особено не тогаш кога се појавуваат проблеми.

Според едно истражување⁴ на НВО од Куманово, Велес е најтранспарентна општина, а Битола и Илинден спаѓаат во групата на високотранспарентни општини според бројот на информации од јавен карактер објавени на нивните веб-страници. Загрижува податокот дека дури 18 општини не поседуваат ниту една информација од јавен карактер, а пет општини воопшто немаат веб-страница. Ова истражување е направено во мај, 2015

⁴ Истражување: Велес најтранспарентна општина, Битола и Илинден високотранспарентни, e-Магазин, 18.06.2015 <http://vesti.mk/read/article/2168646/istrazhuvanje-veles-najtransparentna-opshtina-bitola-i-ilinden-visokotransparentni>

ПРАВТА СЕ ОСТВАРУВААТ СО КРИТИКА

Пишува: Проф. Мирјана Најчевска, експерт за човекови права



Photo by: Sean P. Anderson, Anonymous Protest
<https://www.flickr.com/photos/seanpanderson/22441811849>

Развиеноста на една држава е правопропорционална со способноста таа држава да ги идентификува сопствените слабости, недоследности, проблеми. Колку повеќе слабости, недоследности и проблеми успева да идентификува самата држава, толку полесно може да се постави правилна дијагноза и да се развие и да се примени најсоодветна терапија за нивно совладување. Колку поголем број слабости, недоследности и проблеми се обидува да затскрие државата, толку потешко е тие да се адресираат и да се надминат. Носителите на власта вообичаено не зборуваат за проблемите. Тие даваат општествено посакувани одговори за да се прикажат во подобро светло, да ги истакнат позитивните аспекти на своите активности и да си обезбедат продолжување на периодот на владеење. Демократската држава воспоставува низа контролни механизми за да се надмине неспособноста и неподготвеноста на луѓето во власта да се соочат со сопствените грешки (дури и тогаш кога ги препознаваат). Еден

*Критиката, побуната,
 барањето за објаснување
 се оценуваат како
 сировини на интересите
 на граѓаните, како
 обид за девалвирање
 на една позитивна
 акција на актуелната
 владејачка структура и
 како злонамерен чин на
 непријатели на народот.*

од тие механизми се медиумите. Медиумите може да имаат одредена политичка ориентација, може да бидат блиски до конкретни политички партии, до формални и до неформални движења и тоа да се одрази на нивниот интерес, перспективата на гледање на нештата и објаснувањата што ги нудат. Меѓутоа, медиумите престануваат да ја вршат контролната функција и губат суштински елемент на сопственото постоење во моментот кога ќе почнат да ги претпочитаат општествено посакуваните одговори на тие што се на власт пред критичките забелешки на тие што ги трпат последиците од одлуките на власта.



Follow

Igor Trajkovski
@mkrobot

Новата зграда на ФИНКИ. Идејно решение кое го победи ова <http://www.design.mk/2015/03/idejno-resenie-za-finki-ffosz-tim-arhitekti/>...

2:56 PM - 22 May 2015

4646 Retweets 2222 likes

Пример 1: Замена на тези за „Студентски пленум“

Можеби најочигледен пример за отстапувањето на дел од медиумите од нивната суштинска улога на поддржувачи на критичката мисла, претставува информирањето за последниот судир меѓу „Студентски пленум“ и Студентскиот парламент.

Под насловот „Остра реакција на студентите од ФИНКИ и ФФК“, дел од медиумите пренесоа текст во кој се објаснува потребата од изградба на нов простор за студентите од Факултетот за информатички науки и компјутерско инженерство и Факултетот за физичко образование. Навидум, во текстот нема ништо проблематично: студентите студираат во несоодветни услови, државата издвојува средства да им се обезбедат посоодветни и тоа во рамките на кампусот на универзитетот чии членки се спомнатите факултети. Тоа е идеја за поз-

дравување. Нема место за критика, за побуна, за спротиставување. Автоматски, тоа значи дека секоја критика, побуна, спротиставување се насочени против потребите и интересите на студентите, односно граѓаните.

Меѓутоа, во ниту еден од овие медиуми не е пренесен ставот на „Студентски пленум“. Доколку медиумите го направат тоа, ќе стане јасно дека има место и за критика и за побуна и за спротиставување. Критиката, побуната, спротиставувањето не се однесуваа на градењето на новите факултети (тоа е само замена на теза), туку на отсуството на соработка со Универзитетот, нарушувањето на автономијата на Универзитетот, отсуството на партиципација на студентите во процесите на одлучување, наметнувањето решенија од страна на власта. Резултатите од негирањето на оваа критика допрва ќе ги видиме.



Изглед на идниот Факултет за физичко образование, спорт и здравје.

Пример 2: Зголемување на загадувањето на воздухот

Меѓутоа, во моментот може да ги проследиме резултатите од отсуството на критика на примерот на актуелниот проблем со енормната загаденост на воздухот во неколку градови во Република Македонија. Трагата на несоодветното известување може да се проследи до 2010 година.

Во 2010 година во голем дел од медиумите промовирана е мерката на Владата за увоз на стари возила (до 18 години старост) со стандард ЕУРО1 и пренесена е изјавата дадена од страна на Министерството за економија:

„Со штоа воедно значително ќе се подигне просечната старосна граница на возниот парк

во земјата, ќе се влијае на зголемување на безбедноста во сообраќајот, како и на унапредување на квалитетот на животната средина – соопштение вчера во Министерството“.

Многу мал број медиуми видео потреба за анализа, поставување прашања и за проблематизирање на донесеното решение, а очигледно популистичката мерка се брани од секој вид критика, побуна, објаснување:

„Тврдењата за идните зголемени загадувања или слични укажувања од инволвирани интересни групи немаат било каква основа“.

Критиката, побуната, барањето за објаснување се оценуваат како спротивни на интересите на граѓаните, како обид за девалвирање на една позитивна акција на актуелната владејачка структура и како злонамерен чин на непријатели на народот.

Само пет години подоцна, Сојузот на стопански комори на Македонија излезе со став (базиран на истражувања кои веќе по долго време се вршат во ЕУ) дека:

„Најголеми загадувачи на воздухот се стари неколку возила. Треба да се воведат ЕУРО4 стандарди за увоз на половни возила“.

Доколку медиумите ја поддржале критиката, побуната, барањето одговори, наспроти навидум општествено посакуваните ставови на актуелната власт, можеби сликата на Скопје, Тетово, Битола ќе беше поинаква. Доколку побарале од власта анализи, елаборати, процени за можни штетни последици, можеби, сликата на Скопје, Тетово, Битола ќе беше поинаква.



Издувни гасови. Фото: Рубен де Ријке на „Википедија“ (CC BY-SA).

И ова не е единствена ситуација кога критичката мисла е задушена во функција на

поддршка на активностите на државата. Колку прашања можеа да бидат поставени, а не беа за акцијата „Едно евро за метар

Во демократски држави, медиумите се контролен механизам чија цел е да се надмине неспособноста и неоподготвеноста на луѓето во власта да се соочат со сопствениот грешки.

квадратен“? За акцијата „Дисперзирани студии“? За акцијата „Компјутер за секое дете“? ... Негативните последици од секоја од овие акции ќе се чувствуваат со години.

Ако е нешто прифатливо за голем број граѓани, тоа воопшто не значи дека не треба да се запрашаме дали е исправно или не, дали повредува нечија права или не, дали властодржецот има начини да постигне подобри резултати или не. А токму спречувањето на критиката, побуната и на загребувањето под површината на општоприфатливото ги прикрива, а не ги решава проблемите. Ако навремено не се идентификува и не се адресира одреден проблем, тој се мултиплицира, повредува голем број луѓе и доведува до стравотни последици.

Медиумите можат да бидат блиски до оние на власт или до опозицијата. Можат да поддржуваат конкретни идеологии и политики. Меѓутоа, доколку заради сопствената блискост до одредена структура не се во состојба да го идентификуваат проблемот, доколку го замачкуваат и доколку го напаѓаат секој оној што го посочува, што бара објаснувања, прашува и оспорува, изложувајќи го на лич секое општествено неприфатливо мислење, проблемот нема да исчезне туку само ќе даде шанса да се зголеми и ќе го отежне неговото решавање во иднина.

Критиката на власта не е непријател на човековите права. Таа е алатка за заштита и за промоција на човековите права.

БОРБАТА НА МЕДИУМИТЕ ЗА ПОДОБРО УТРЕ НЕ СМЕЕ ДА ЗАПРЕ

Пишува: Дејан Донеv



Photo by: UNclimatechange, Press conference room
<https://www.flickr.com/photos/unfccc/5600066127>

Тринаесет месеци траеја протестите кои најавија значајни поместувања во политичкиот живот во Македонија, во власта и во нејзините ешалони, како и во другите сегменти на заедничкото живеење, а изразени преку граѓанското движење „Протестирам“, попознато како „Шарена револуција“. Беше фрлена белата ракавица на опозицијата која значеше предизвикување на власта во однос на адресираните проблеми, кои требаше да ги реши во изминатите десет годи-

Во овој период од несреќниот број на месеци (13 севкујно), како повторно да се враќаме наназад! Отиочеток да ја поставуваме агендата за правилно и презвено движење по трасираниот пат, како повторно да ја „откриваме Америка“, чудејќи се на сопствениите грешки и инаетливост, како и на немањето чувство дека работиме, сме во интерес на сите во оваа држава. Токму затоа и важноста од поставување и од реализирање на тирите услови за надминување на кризата, особено на тој што се однесува на медиумите!

ни, но најважно од сè, граѓанската свест и активност беше ставена на тест, иницирана, разбудена, да ја покаже својата сила, моќ, самосвесност и да преземе одговорност за својата летаргичност.

Се случи Договорот од Пржино¹. Се постави барања, се бараа компромисни решенија за излез од кризата, но не во однос на предизвикување штета кон и онака нападениот народ. Странците, кои, се чини, се неминовност и нужност во градењето на младата демократија (особено кога се работи за тврди политички глави), повторно стапија на сцена да потсетат зошто стагнираме на проевопскиот и на атланскиот пат, кој сè повеќе личи на сон отколку на реалност која ја бараме како подобрување на квалитетот на сеопштиот живот. Потсетија на должности, на обврски, на рокови, на работење, а не конфронтации со пропагандистичка артилерија преку медиумскиот апаратус и токму затоа се изнедрија трите услови за промени: прочистување на избирачкиот список, одвојување на партијата од државата, како и најважната за севкупното живеење - реформите во медиумскиот сектор.

Последниот услов можеби не е најважен на „прва топка“ за политичарите, но повеќе од витален е за доследно справување со кризата. Ако за неоспорована победа на изборите ви е потребно да знаете колку луѓе гласаат во оваа земја и дали и колку од нив имаат право на глас, за да не се повторат сценарија од типот на „засенета победа“, исто толку е важно да ја одвоите партијата од државата, нејзините ресурси кои се преведуваат најчесто со терминот „народни пари и време“ и да понудите реално изводлива програма која ќе ги опфати и ќе проба да ги реализира во поголем процент барањата на народот, на гласачите, на приврзаниците... Но, најсуштинскиот услов од сите, погледнато од аспект на етичноста во користењето на јавниот простор за комуникација, креирањето на правилна, во поголем процент, објективна реалност и вистинитост на таа

двонасочност во информирањето и во комуницирањето, се чини дека е нужноста од реформи во медиумскиот сектор.

Искривување на перцепцијата

А за истите, кој е најкомпетентен, ако не самите учесници во истиот процес – новинарите, медиумските работници и сопственици на средствата за масовно комуницирање. Тие, како создавачи на тој конверзациски свет во кој сме сите ние, но и како главни виновници за искривувањето во перцепирањето на тој свет и можните и реално спроведливите малверзации и злоупотреби. Се покажа по којзнае кој пат дека медиумите и нивните носители и учесници можат да бидат најподатлива машинерија за манипулација, спин, пропаганда, дезинформирање... во корист на власта, а на штета на заедничкиот живот. Розови слики за нејзината успешност, економски прогрес и брилијантни решенија за подобар квалитет на животот на секој од нас, одведоа илјадници животи и сништа за подобро утре на големото ѓубриште на историјата. Се скршија илјадници напори и интенции да се подобри нешто, а само поради одредено политичко лошо решение или програма. Да не зборуваме за егоистичните реални начини на кои власта го „ограби“ народот, ја уништи неговата креативност во изнаоѓањето решенија, во истрајноста за големи дела и цели, а користејќи ги своите финансиски зависници во медиумскиот сектор, што преку лошиот Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги², вештачки создадените и наметнати правила на игра во медиумскиот натпревар, но и преку погрешените медиумски стратегии во создавањето на медиумски

1 Пржински договор, Википедија – слободна енциклопедија
<https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B6%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80>

2 Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, ABMY, 18.11.2014
<http://www.avmu.mk/images/KONSOLIDIRAN TEKST Zakon za audio i audiovizuelni mediumske uslgi od Agencijata 18.11.2014.pdf>

описменета јавност која критички ќе селектира и ќе повикува.

Во овој контекст, и нешто повеќе од три месеци по поднесувањето и по експресното отфрлање на иницијативата, т.е. предлог-законот за изменување на Законот за аудио и

Најсуштинскиот услов од сите, погледнајќи од аспекти на етичността во користењето на јавниот простор за комуникација, креирањето на правилна, во поглед процени, објективна реалност и висинитост на таа двонасочност во информирањето и во комуницирањето, се чини дека е нужността од реформи во медиумскиот сектор.

аудиовизуелни медиумски услуги, кој беше донесен во 2012 година во услови во кои Владата и Собранието ги игнорираа забелешките на новинарските и на медиумските организации – разврска нема! Иако поднесувачите на оваа иницијатива: Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ), Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ), Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ), Македонскиот институт за медиуми (МИМ), како и Институтот за комуникациски студии (ИКС) се „прелажаа“ во искреноста на отворениот повик на политичките партии кои инсистираа на предлози од страна на новинарската

бранша во насока на подобрување на тековната ситуација, а за професионализација и за деполитизација најмногу на регулаторното тело и на јавниот радиодифузен сервис – сепак, не се откажуваат и само ги потврдија добронамерноста и доблесноста во своето постоење и работење. А, Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги беше и сè уште е лошо решение, најмногу затоа што во него отсутствуют клучните препораки на експертите на Советот на Европа и на ОБСЕ во врска со намалувањето на политичкото влијание на советите на медиумскиот регулатор и на јавниот сервис, а за „обезбедување транспарентен, независен, ефикасен и отчетен јавен радиодифузен сервис и транспарентно, независно, ефикасно и отчетно регулаторно тело во областа на аудио и аудиовизуелните медиумски услуги“³.

И сега, што беше лошо во оваа иницијатива, ако воопшто има нешто лошо и злонамерно во интенцијата да се обидете да ја надминете кризата на продуктивен начин? Имено, „Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги и јавниот радиодифузен сервис не се независни и професионални институции како што е предвидено во Законот. Македонската радиотелевизија нема независна уредувачка политика, ниту одржлив систем на финансирање. Остварува политички илуризам во медиумите, зачестен е зоворот на омраза во медиумите, додека Агенцијата за медиуми е само нем сведок на овие негатаивни појави. Агенцијата не реагираше на тоа што Владата е еден од најголемите огласувачи во медиумите и со тоа прави упад во медиумскиот пазар и влијае на уредувачката политика на приватните медиуми...“⁴

3 Завршен извештај на проектот за одговорни медиуми и законодавни реформи во медиумската сфера, Центар за развој на медиуми, ноември, 2015
http://mdc.org.mk/wp-content/uploads/2015/11/CRM_Završen-izvestaj-na-USAID-Proektot-za-odgovorni-medi-umi-i-zakonodavni-refrmi-vo-mediumskata-sfera_noe-2015.pdf

4 Анализа на медиумскиот систем во Македонија (препораки), Здружение на новинарите на Македонија, септември 2015
http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/sites/default/files/Analiza%20mediumski%20sektor%20MK%20septem-vri%202015_0.pdf

Моќта на тронот или на јавниот интерес

Во оваа насока, ако го разгледаме предлогот што тие го иницираа за исполнување на овој услов за излез од политичката криза, односно измените што ги предложија, во согласност со нивната битност, тие се наведени или екстрахирани и синхронизирани со Извештајот на Прибе⁵ од 2015 година, како и со/во Извештајот на Европската комисија. Се работи за измени во тековниот закон согласно кои „сите медиуми мора да бидат ослободени од секаков политички притисок без мешање и закани. Медиумите треба да се дистанцираат од партискиот политички и не треба да бидат во служба на политичарите и на политичките партии, додека јавниот национален сервис треба да настојува/да вложува напори да биде комплетно неуприсвоен и независен од политички, комерцијални и од други влијанија и идеологии да придонесе кон информирано граѓанство. Едновременно, медиумите играат посебна важна улога во ситуација на политичка криза. Јавен интерес е нивната задача да откриваат можни грешки во функционирањето на државата или општеството. Јавните тела треба да се воздржат со обесхрабрувањето на медиумите за да си го изнесат/извршат нивниот мандат“⁶. Истото, сосема за крај од оваа анализа, се потврдува и со препораките за итни реформи со/во Извештајот на Европската комисија за напредокот на РМ во насока на усогласување со законодавството на ЕУ, каде се вели дека „сите независни регулаторни тела, супервизорски и советодавни тела треба да имаат можност нејречено да ги извршуваат своите задачи на проактивен и ефективен начин, без

надворешно влијание и без политичка самоцензура при исполнување на нивните задачи. Треба да се обезбеди целосна транспарентност на владините реклами и да се создаде механизам кој ќе утврди дали невладините огласи навистина се од јавен интерес. Едновременно, да се обезбеди дека јавноста ќе има пристап до објективно известување во медиумите, особено преку јавниот сервис зашто сè уште не е обезбедена целосно независност на уредувачката политика на МРТВ. Неинформирањето на јавноста за прашања кои се од јавен интерес, како што беше во случајот со прислушуваниите разговори, ја намалува нејзината улога како јавен сервис“⁷. Оттука, политико, драги политичари и политичарки кои „работите“ во согласност со јавниот интерес, а сте избрани од народот

**Се покажа тој кој знае кој да
дека медиумите и нивните
носители и учесници можат
да бидат најодговорни
машинерија за манипулација,
син, пропаганда,
дезинформирање... во користи
на власта, а на нивните на
заедничкиот живот.**

заради реализирање и решавање на неговите потреби и проблеми, вие сте на потег. Ќе доминира моќта за тронот или моралоста во постапувањето и во медиумскиот сектор, кога веќе до овој сегмент цврсто држите и неразумно инсистирате да го користите!

5 Република Македонија: Препораки на групата на искусни експерти за системските прашања за владеење на правото поврзани со следењето на комуникациите откриени во пролетта 2015, Брисел, јуни 2015 http://www.akademik.mk/wp-content/uploads/2015/06/Izvestaj_Reinhard_Priebe_MK.pdf

6 Известување од Комисијата до Европскиот парламент, Советот, Европскиот економско - социјален комитет и Комитетот на региони за напредокот на Република Македонија, ноември 2015 <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/Izveshtaj-na-Evropskata-komisija-za-Republika-Makedonija-za-2015-godina-10.11.2015.pdf>

7 Целиот извештај на ЕУ за Македонија, Фокус, 20.06.2015 <http://fokus.mk/tseliot-izveshtaj-na-eu-za-makedonija/>

НОВИНАРСТВОТО Е ВО СЛУЖБА НА ЈАВНОСТА, А НЕ НА ВЛАСТА!

Пишува: Жарко Трајаноски



Photo by: OBORE, Projeto Repórter do Futuro
<https://www.flickr.com/photos/reporterdofuturo/3460873858>

Пулицеровите награди се доделуваат, главно, за новинарски достигнувања од страна на Универзитетот „Колумбија“ (САД) во чест на Џозеф Пулицер, кој ја почнал новинарската кариера како репортер, а подоцна станал и богат сопственик на медиум, кој финансиски поддржувал отворање универзитетски школи за новинарство.

Најпрестижна од Пулицеровите награди за новинарство е златниот медал за служење на јавноста, кој во 2014 година им беше доделен на „Гардијан САД“ и на „Вашингтон пост“, за „откривањето на најниоот масовен надзор вршен од Државната агенција за безбедност на САД (НСА)“.

Јавните заслуги на „Гардијан САД“ и на „Вашингтон пост“

На 5 јуни 2013 година, новинарот Глен Гринвалд го објавува написот „НСА дневно собира

Благодарение на документите од „свиркачот“ Сноуден, „Гардијан“ и „Вашингтон пост“ успеваат да отворат широка јавна дебата за злоупотреба на надлежностите од страна на НСА.

снимки од телефонските разговори на милиони корисници на Verizon¹, во кој обелоденува дека: „Државната агенција за безбедност во моментот собира снимки од телефонските разговори на милиони корисници на „Верзион“ (Verizon), еден од најголемите телекомуникациски оператори во Америка, користејќи судски налог за строга доверливост издаден во април.“

„Гардијан“ го објавува и судскиот документ класификуван како „строго доверлив“, кој ѝ наложува на телефонската компанија да ѝ доставува телефонски „метаподатоци“ на НСА, појаснувајќи:

„Овие снимки ѝ овозможуваат на владата да го знае идентитетот на секое лице

1 NSA collecting phone records of millions of Verizon customers daily, The Guardian, 06.06.2013
<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/nsa-phone-records-verizon-court-order>

со коешто комуницира некој поединец по електронски пат, колку долго разговарале и која била нивната локација за време на разговорот“.

Следниот ден „Гардијан“ објавува напис со делови од друг документ, класификуван како „строго доверлив“, кој обелоденува дека НСА има обезбедено „директен пристап до системите на „Гугл“ (Google), „Фејсбук“ (Facebook), „Ејпл“ (Apple) и групи интернет-живаности од САД“ преку програмата ПРИЗМА². „Вашингтон пост“ го објавува написот „Документите покажуваат дека САД црпи податоци од интернет-компании“³, поентирајќи со експертски предупредувања дека програмата ПРИЗМА е „големо најрафинирано во приватноста“. Истиот ден претседателот на САД е притиснат од јавноста да даде изјава во која вели „Никој не ги слуша вашите телефонски повици“ и во која настојува да ги убеди Американците дека „власта собира податоци за времетраењето на телефонските повици и за броевите, но не и за содржината на телефонските повици“⁴.

На 9 јуни 2013 година, „Гардијан“ објавува видеоинтервју со „свиркачот“ Едвард Сноуден⁵, во кое тој зборува за личните мотиви што го поттикнале да ги објави само оние тајни документи за кои лично сметал дека се во интерес на јавноста. На 10 јуни, репортерот на „Вашингтон пост“ известува дека бил во долготраен контакт со Сноуден, кој побарал да биде објавена целосната презентација на ПРИЗМА од 41 слајд, во рок од

72 часа. Откако „Пост“ пред публикувањето побарал мислење за потенцијалната штета по националната безбедност од владините службеници и решил да објави само четири слајда, Сноуден изразил жалење и стапил во контакт со „Гардијан“.

На 16 јуни „Вашингтон пост“ објавува аналитички приказ на архитектурата на надгледувањето на НСА⁶. На 17 јуни 2013 година,

Ефектите од „дошпионувањата“ на Сноуден сè уште се премеруваат од страна на влијателни светски медиуми.

„Гардијан“ им овозможува на своите читатели да му поставуваат прашања онлајн на Едвард Сноуден, на кои тој веднаш дава одговори⁷. Во еден од одговорите, Сноуден укажува дека бил мотивиран да стане „свиркач“ од „постојаната личанија на лаги од високите службеници на Конгресот“.

На 22 јуни 2013 година, почнува кривичната процедура против Сноуден, кој се товари за шпионажа и за кражба на државна сопственост. И покрај тоа што против „свиркачот“ се води кривична постапка, на 30 август 2013 година, „Вашингтон пост“ го објавува „црниот буџет“ на „шпионската империја“ од 52,6 милијарди долари, за фискалната

2 NSA Prism program taps into user data of Apple, Google and others <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data>

3 U.S. mines Internet firms' data, documents show, The Washington Post, 07.06.2013 <http://www.pulitzer.org/files/2014/public-service/washpost/01washpostnsa2014.pdf>

4 Obama: 'Nobody is listening to your' calls, The Washington Post, 07.06.2013 <https://www.youtube.com/watch?v=IJHSVCHO6AM#t=78>

5 NSA whistleblower Edward Snowden: 'I don't want to live in a society that does these sort of things' – video, The Guardian, 09.06.2013 <https://www.theguardian.com/world/video/2013/jun/09/nsa-whistleblower-edward-snowden-interview-video>

6 NSA Surveillance: The Architecture, The Washington Post, 16.06.2013 <http://www.pulitzer.org/files/2014/public-service/washpost/04washpostnsa2014.pdf>

7 Edward Snowden: NSA whistleblower answers reader questions, The Guardian, 17.06.2013 <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/17/edward-snowden-nsa-files-whistleblower>

2013 година, добиен од Едвард Сноуден (притоа овозможувајќи коментари на читатели)⁸. Еден ден потоа, врз основа на „црниот буџет“, ги обелоденува офанзивните сајбер-операции на разузнавачките служби на САД во „војната во сајбер-просторот“⁹.

„Гардијан“ продолжува да објавува не само написи за програмите и за начините на следење на телефонски и на интернет-комуникации од страна на НСА, туку и документи

Главниот новинарски лекции од аферите „Сноуден“ и „Војтергејт“ се дека новинарите се во служба на јавноста и дека се должни да информираат за злоупотребите на власта и со помош на „свиркачи“ и на тајни документи.

„top secret“, преку кои се обелоденува дека шпионските агенции на САД и на Велика Британија ја нарушуваат приватноста на граѓаните со тоа што го „отстрануваат шифрирањето што се користи за заштитата на е-пошти и на банкарски и на медицински записи“ (колаборативно партнерство со „Њујорк тајмс“ и „Пропублика“) ¹⁰. „Гардијан“ и други медиуми обелоденуваат дека се надгледувани и телефони на премиери на држави¹¹. Подоцна, „Вашингтон пост“ објавува ин-

тервју со Сноуден, во кое тој објаснува дека се обелоденети залажувањата на владата дека не биле таргетирани германски државјани¹². Благодарение на документите од „свиркачот“ Сноуден, „Гардијан“ и „Вашингтон пост“ успеваат да отворат широка јавна дебата за злоупотребата на надлежностите од страна на НСА, за ефективност на институционалната контрола врз тајните служби, за заштитата на правото на приватност во „дигиталната ера“, за транспарентноста на телекомуникациските гиганти, како и за заштитата на новинарските извори и на „свиркачите“. Токму благодарение на дебатата за односот помеѓу владата и јавноста, во врска со прашањата за безбедноста и за приватноста, „Гардијан САД“ ја доби Пулицеровата награда за служење на јавноста. Ефектите од „дошепнувањата“ на Сноуден сè уште се премеруваат од страна на влијателни светски медиуми.

Притисоците врз „Гардијан“

„Да, ние сме истражители, а едно од нештата поради кои сме истражители е природата на демократијата, природата на слободниот печат“. (Алан Расбриџер, уредник на „Гардијан“)

„Гардијан“ беше изложен на сериозни притисоци од властите, кои кулминираа откако главниот уредник беше повикан да сведочи пред комисија на британскиот парламент. Еве што истакна при сведочењето уредникот Алан Расбриџер, во однос на материјалите од Сноуден:

8 Edward Snowden: NSA whistleblower answers reader questions, The Guardian, 17.06.2013
<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/17/edward-snowden-nsa-files-whistleblower>

9 The Black Budget, Special Edition, The Washington Post, 30.08.2013
<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/national/black-budget/>

10 Revealed: how US and UK spy agencies defeat internet privacy and security, The Guardian, 06.09.2013
<https://www.theguardian.com/world/2013/sep/05/nsa-gchq-encryption-codes-security>

11 Angela Merkel phone-bugging claims are result of Snowden leaks, MP claims, The Guardian, 24.10.2013
<https://www.theguardian.com/world/2013/oct/24/angela-merkel-bugging-snowden-leaks-mp>

12 Edward Snowden: 'I already won', The Washington Post, 24.12.2013
<http://www.pulitzer.org/files/2014/public-service/washpost/20washpostnsa2014.pdf>

„Не верувам дека постои некој уредник во светот што не би го објавил овој материјал, бидејќи тоа очигледно беше во интерес на јавноста, како што можеше да се види од реакциите на владите низ светот, кои беа шокирани.“¹³

Уредникот на „Гардијан“ беше поддржан и од прочуениот новинар Карл Бернстин, еден од обелоденувачите на аферата „Вотергејт“. Главен новинарски извор во аферата беше „свиркачот“ познат како „Длабоко грло“ (вториот човек на ФБИ), чиј идентитет беше обелоденет дури во 2005 година. Аферата „Вотергејт“ кулминираше со оставка на американскиот претседател Никсон, откако беше принуден од Врховниот суд да ги достави снимките од автоматскиот систем за аудиоснимање разговори во неговата канцеларија. На една од снимките, Никсон се согласил да се врши притисок врз истражните органи за запирање на истрагата за „Вотергејт“ заради „национална безбедност“. Три дена по обелоденувањето на снимката, Никсон е принуден од јавноста да даде оставка поради изгубена политичка поддршка.

Во отворено писмо до уредникот на „Гардијан“, Карл Бернстин потсетува оти научената лекција од скандалот „Вотергејт“ е:

„Од суштинско значење е владата да не го ограничува или заплашува слободниот печат; во спротивно, во една таква темнина, ризикуваме нашите демократии да бидат жртва на деспотизам и на демагогија, па дури и жртва на криминал од страна на нашите избрани лидери и владини претставници“.¹⁴

Главните новинарски лекции од аферите „Сноуден“ и „Вотергејт“ се дека новинарите се во служба на јавноста и дека се должни

да информираат за злоупотребите на власта и со помош на „свиркачи“ и на тајни документи. Етичка должност на новинарите е да

Етичка должност на новинарите е да обелоденуваат тајни документи или снимки од прислушување (дури и ако се незаконски создадени или набавени), кои отвораат прашања од јавен интерес, како што се корупцијата, попречувањето на правдата или масовното прислушување (независно дали е овластено или не).

обелоденуваат тајни документи или снимки од прислушување (дури и ако се незаконски создадени или набавени), кои отвораат прашања од јавен интерес, како што се корупцијата, попречувањето на правдата или масовното прислушување (независно дали е овластено или не).

Притоа, новинар(к)ите се должни да се придржуваат до етичкиот принцип за „минимизирање на штетата“. Како што укажува еден професор по новинарство:

„Ние работиме на откривање информации. Нашето оправдување е информирањето на јавноста. Свесни сме за последиците од тоа што го објавуваме и преземаме чекори за да избегнеме предизвикување штета.“¹⁵

13 Guardian editor Alan Rusbridger appears before MPs, The Guardian, 03.12.2013
<https://www.theguardian.com/world/2013/dec/03/guardian-editor-alan-rusbridger-home-affairs-committee-nsa-live-coverage>

14 An open letter from Carl Bernstein to Guardian editor Alan Rusbridger, The Guardian, 03.12.2013
<https://www.theguardian.com/media/2013/dec/03/open-letter-carl-bernstein-alan-rusbridger>

15 Britain's trying to shoot the messenger for NSA leaks, The Weekly Mail, 06.12.2013
<http://mg.co.za/article/2013-12-05-britains-trying-to-shoot-the-messenger-for-nsa-leaks>

За авторите:

Оливера Војновска е дипломиран градежен инженер, но како политички новинар има повеќе од 20 години работно искуство. Од 1993 до 1999 г. работи за „Нова Македонија“, потоа до 2011 г. продолжува во „Утрински весник“, од 2013 до 2015 г. е рецензент во „Сервис за проверка на факти од медиумите“, а од декември 2015 г. е уредник во „Вистиномер“.

Ерол Ризаов дипломирал на Универзитетот „Кирил и Методиј“ во 1975 година на Филозофскиот факултет, отсек за општа историја со историја на уметност. Новинар е од 1975 година во весникот „Нова Македонија“, каде повеќе години е и одговорен уредник. Еден е од основачите на „Утрински весник“ и е првиот директор на весникот, а повеќе години е главен и одговорен уредник. Добитник е на највисоките еснафски и државни награди во новинарството.

Борис Камчев работи како новинар и коментатор за Русија од Санкт Петербург. Ангажиран е од американската издавачка кука „Лубес ен Грисес пabлишинг“ и пишува за индустријата со нафтени деривати на Русија, поранешниот СССР и Европа. Бил соработник за бизнис-теми во редакцијата на „Санкт Петербург тајмс“, весник на англиски јазик од Санкт Петербург, и на други изданија во Русија.

Дипломирал на Филозофски факултет при универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Во 2010 г. специјализирал на школата за новинарство при Универзитет „Колумбија“, Мисури.

Зоран Бојаровски работи како продуцент во Алфа ТВ. Во својата тринаесетгодишна кариера бил новинар и уредник и заменик главен уредник и главен уредник во МРТ, А1 Телевизија, „Форум“ и порталот „Кирилица“. Дваесеттина години е посветен во сферата на неформалното медиумско образование како тренер и предавач во Македонскиот институт за медиуми, на Високата школа за новинарство и односи со јавноста и во други граѓански организации. Автор е, и коавтор на десеттици истражувања и публикации од сферата на медиумите и граѓанскиот и медиумски активизам.

Филип Стојановски е програмски директор во Фондацијата за интернет и општество „Метаморфозис“ и раководител на проектот „Сервис за проверка на факти од медиумите“. По образование е информатичар со магистратура по е-бизнис менаџмент, а со интернет-медиуми се занимава од 2001 година.

Љубомир Костовски завршил Правен факултет. Бил уредник на политичка рубрика во „Студентски збор“ и директор и главен и одговорен уредник на „Трудбеник“. Соработувал со „Екран“, а со „Пулс“ и со „Утрински весник“ од првиот број. Уредник бил на политичката рубрика во неделникот „Глобус“ и главен уредник на интернет-изданието. Во 2012 година ја доби наградата „Жан Моне“, а во 2016 беше член на Ад хок телото за надзор на медиумите пред предвремените парламентарни избори.

Теофил Блажевски е професионален дипломиран новинар со 30-годишно искуство во повеќе печатени, електронски и интернет-медиуми, каде работел на сите позиции – од репортер, преку уредник на рубрики, до главен уредник во неделникот „Фокус“ (4 г.) и во агенцијата „Макфакс“ (5 г.). Член е на Комисијата за жалби при Советот за етика, потпретседател на ССНМ и член на УО на „Транспаренси интернешнел – Македонија“.

Александар Пешев новинарската кариера ја почна како економски новинар во „Утрински весник“ и како соработник за неделникот „Глобус“ во 2007 година. Од 2009 до 2014 г. работел како новинар за македонскиот сервис на „Радио Слободна Европа“ по што две години беше дневен уредник во ТВ „24 Вести“. Моментално работи како новинар за надворешна политика во „24 Вести“ и редовно придонесува за „Сервисот за проверка на факти од медиумите“.

Саше Димовски е новинар со 20-годишно искуство. Работел како новинар и уредник на вести во телевизиите „Сител“, „Канал 5“ и „24 Вести“, во дневните весници „Македонија денес“ и „Фокус“, и во неделникот „Фокус“. Автор е на 30 документарни емисии и кратки документарни филмови, за што е наградуван во Србија, Словачка, Црна Гора. Соработувал со многу регионални медиуми: ТВ „Словенија“, Федерална телевизија „Сараево“, Балканска истражувачка мрежа, Институт за војна и мир Лондон. Уредник е на специјализираниот правен портал „Сведок“. Автор е на повеќе публикации на тема право и медиуми.

Тамара Чаусидис е новинар и уредник на веб-страницата „Призма“ на БИРН Македонија. Кариерата ја почна во „Македонско радио“, а беше и дел од тимот на „Радио Слободна Европа“ на македонски јазик. Чаусидис е и претседател на Самостојниот синдикат на новинари и медиумски работници (ССНМ) и активен промотор на професионалните и работни права на новинарите. Коавтор е на Прирачникот за етика во новинарството и поранешен претседател на Советот на честа на Здружението на новинари на Македонија - ЗНМ.

Биљана Илиќ дипломирала општа и компаративна книжевност, а магистрирала филозофија на УКИМ „Св. Кирил и Методиј“. Од 1999 г. работи како новинар и уредник во весникот „Дневник“, неделникот „Форум“, весниците „Шпиц“ и „Фокус“, а од 2012 г. до денес е уредник и менаџер на порталот „Плусинфо“.

Југослава Дуковска е дипломиран новинар. Работела во „Нова Македонија“, „Македонија денес“ и во неделниците „Денес“ и „Актуел“ во внатрешно-политичката рубрика. Од 2004 година е ангажирана во областа на односи со јавноста за потребите на компании и на проекти од областа на демократски и професионални стандарди во новинарството, како и на еколошки проекти.

Сашо Орданоски е новинар, политички аналитичар и граѓански активист повеќе од 30 години. Во последните две децении како универзитетски предавач или како експерт-обучувач, работи во областа на комуникалогијата и на новинарството. Како експерт за различни прашања од областа на медиумите, односите со јавноста, невладините организации, регионалната безбедност и демократија, бил и е ангажиран во бројни домашни и меѓународни проекти.

Ценис Сулимани има завршено додипломски студии на отсекоот за политички науки на Правниот факултет „Јустинијан Први“ во Скопје, мастер-студии на истиот универзитет од областа дипломатија и меѓународни односи.

Новинар е на весникот „Лајм“ (јуни 2014-јуни 2015). Работи како новинар на порталот „Порталб“ и едицијата на албански јазик на „Сервис за проверка на факти во медиумите“. Колумнист е во повеќе домашни печатени и електронски изданија.

Ана Анастасовска е дипломиран политиколог. Работи како уредник-редактор во дневниот весник „Слободен печат“. Претходно работела како новинар во внатрешно-политичка рубрика во дневните весници „Време“ и „Ден“. Од 2013 година пишува за „Сервис за проверка на факти во медиумите“, каде има објавено бројни рецензии и новинарски лекции. Има пишувано анализи и за порталот „Граѓани“, а свои текстови има објавувано и на порталот „Вистиномер“.

Владо Ѓорчев - дипломиран новинар на Правниот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Новинар и уредник во повеќе медиуми, меѓу кои и уредник во весникот „Време“, заменик главен и одговорен уредник во весникот „Шпиц“, како и во порталите „Плусинфо“ и „Либертас“. Како уредник во агенцијата „Мета“ доби втора награда на конкурсот за најдобра новинарска истражувачка приказна на тема корупција, дел од Програмата на УСАИД за антикорупција. Почина ненадејно, на 20 ноември 2016 година, на 44-годишна возраст.

Елена Стојановска е магистер по комуникации со долгогодишно искуство во областа на заштитата на приватноста. Во периодот од 2005 до 2014 година работи како советник за меѓународна соработка и за односи со јавноста во Дирекцијата за заштита на личните податоци, а оттогаш наваму како аналитичар и истражувач во областа на заштитата на личните податоци.

Фатлуме Дервиши дипломира новинарство на Државниот универзитет во Тетово, а магистрира на отсекоот за односи со јавноста на одделот за новинарство и комуникација при Универзитетот во Тирана. Работела како истражувач за „Брима Галуп“ во Тетово, соработник во „Диверсити медиа“ и како новинар на „Порталб“, Актуелно, работи како новинар-репортер во телевизија „Алсат М“.

Агрон Врангала е новинар. Работел во националната телевизија „Алсат-М“, а моментално е ангажиран во ТВ21, како уредник и презентер на вести. Порано уредувал различни културни списанија. Додипломските студии по новинарство и комуникација ги завршил на Државниот универзитет во Тетово, а постдипломските студии на Универзитетот во Тирана, во областа менаџирање со медиуми. Врангала е автор на неколку научни трудови од областа на медиумите, како и на статии за медиумите и за политиката.

Проф. д-р Мирјана Најчевска е дипломиран правник (Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје, 1979), магистер по политички науки (1986), доктор по правни науки (1995). Таа е редовен професор/научен советник во Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, член на повеќе експертски и професионални тела на национално и на меѓународно ниво, граѓански активист и бранител на човековите права. Раководи со повеќе од 30 проекти, а учествува во повеќе од 40. Автор или коавтор е на повеќе од 50 анализи, извештаи, научни и стручни трудови од областа на дискриминацијата, меѓуетничките односи, заштитата на правата на маргинализираните групи и улогата на државата во промоцијата и во заштитата на човековите права.

Александар Писарев, долгогодишен новинар - истражувач во „Форум ЦСИД“, работел како дописник на повеќе странски медиуми, бил долгогодишен помошник на главен уредник во магазинот „Форум“, помошник на главниот уредник во магазинот „Капитал“. Автор е на неколку книги од областа на развој на локална самоуправа, добитник на повеќе домашни и меѓународни награди за истражувачко новинарство.

Жарко Трајаноски магистирал на тема од областа на човековите права и демократијата и има работено како советник за човекови права и аналитичар во невладиниот сектор. Бил вклучен во повеќе проекти за развој на критичкото мислење и дебатирање, како и за промоција на слободата на изразување.

Соња Здравеска е дипломиран комуниколог на Факултетот за комуникациски науки и технологии при Универзитетот на Југоисточна Европа. Таа е поранешен новинар на „А1-телевизија“. Од 2013 година вработена е во „Канал 5“, а покрај тоа, дел е од тимот на „Кадар“ - здружение за истражувачко новинарство, документаристика и за едукација.

Силвана Жежова дипломирала на Правен факултет, отсек новинарство, при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Новинар е во новинската агенција „Мета“. Претходно, како новинар и уредник, работела во списанијата „Капитал“, „Глобус“, „Форум“, „Лајф магазин“.

Мирослава Бурнс работела како новинар во дневниот весник „Фокус“ и во истоимениот политички неделник, на веб-порталот „Плусинфо“ и во дневниот весник „Шпиц“. Покривала теми поврзани со образование, човекови права, граѓански сектор и медиуми. Објавувала колумни во магазинот „Сега“. Таа е дипломиран новинар на Високата школа за новинарство и за односи со јавноста.

Влатко Стојановски дипломира на Филолошкиот факултет „Блаже Конески“ во Скопје. Кариерата ја почна во весникот „Шпиц“, потоа порталот „Плусинфо“ и други. Работи во неделникот „Фокус“, обработувајќи политички и граѓански теми, како и истражувачки стории за криминал и за корупција. Македонскиот центар за меѓународна соработка и Институтот за демократија му доделија прва награда за неговата сторија на тема „Трошење на земјоделските субвенции“.

Стојан Синадинов дипломирал општа и компаративна книжевност, а со новинарство почнал кон крајот на 80-тите години на минатиот век. Работел и објавувал текстови во десетина магазини и дневни весници, главно на теми од културата, уметноста, медиумите и општеството.

Горан Ризаов е дипломиран новинар со повеќе од 10 години искуство во печатените и во електронски медиуми во Македонија. Една година има престојувало во САД на усовршување на Факултетот за новинарство „Волтер Кронкајт“. Добитник е на награда за истражувачко новинарство „Никола Младенов“ за 2015 година.

Бардул Заими дипломирал албански јазик и литература на Државниот универзитет во Тетово. Зад себе како новинар и уредник има повеќе од 20 години професионална кариера: како новинар во МТВ, како уредник за култура во дневните весници на албански јазик „Факти“ и „Лајм“, уредник во неделникот „Национал“, новинар и колумнист во неделникот „Лоби“, главен уредник на неделникот „Епоха“, на списанието за култура „Про-култура“ и на националната телевизија „АЛБ ТВ“. Има издадено четири книги: есеи, монографија и песни и раскази.

Дејан Донеv, дипломира, магистрира и докторира на Филозофскиот факултет во Скопје на област етика. Работи како вонреден проф. д-р по медиумска и новинарска етика на ИКС во Скопје, како и на „Еуро колеџ“, факултет за бизнис-администрација во Куманово. Учесник е на голем број меѓународни конференции и симпозиуми. Автор е на неколку стручни монографии во издание на СЕММ и на повеќе од 70 објавени научни и стручни статии и текстови. Работел како новинар во „Вест“, МРТВ, Радио „Равел“.

Светлана Вељановска кариерата ја почнува како новинар во радио „Кичево“, каде станува директор и главен и одговорен уредник. Во меѓувреме магистрира и докторира правни науки на УКИМ. Сега е вонреден професор на Правниот факултет во Кичево. Има објавено поголем број стручни и научни трудови во домашни и во меѓународни научни списанија.



www.metamorphosis.org.mk

www.proverkanafakti.mk