

# ■ Водич за саморегулација на онлајн медиумите

Водич за саморегулација на онлајн медиуми/Уредници А. Хулин и М. Стон; Виена: Претставник за слобода на медиумите на ОБСЕ, 2013 – 110 стр.

Напишана во форма на прашања и одговори, оваа книшка е продолжение на „Водичот за саморегулација на медиумите“, објавен од Претставникот за слобода на медиумите на ОБСЕ во 2008 година. Авторите ги истражуваат најдобрите практики и механизми за саморегулација на интернет медиумите во регионот на ОБСЕ и ги разгледуваат најновите прашања поврзани со новинарството, саморегулацијата и етиката. Таа е наменета за новинари, консултанти, регулаторни тела и универзитетски студенти.

Ставовите кои се искажани од авторите на оваа публикација се нивни лични ставови и не ги одразуваат ставовите на Претставникот за слобода на медиумите на ОБСЕ.

Техничко уредување: red hot 'n' cool

Уредници: Аделин Хулин и Мајк Стон

© 2013 Претставник за слобода на медиуми Организација за безбедност и соработка во Европа

6 Wallnerstrasse A-1010 Vienna Austria

Phone: +43-1-51436-6800 Fax: +43-1-51436-6802 e-mail: pm-fom@osce.org

ISBN: 978-92-9234-647-8

- Водич за саморегулација  
на онлајн медиумите

The Online Media Self-Regulation Guidebook  
Foreword by OSCE Representative on Freedom of the Media, Dunja Mijatović  
Editors: Adeline Hulin and Mike Stone  
© 2013 The Representative on Freedom of the Media Organization for  
Security and Co-operation in Europe

**Издавач:** Мисија на ОБСЕ во Скопје  
Булевар 8-ми септември 16, 1000 Скопје

**Превод:** Весна Андоновска

**Лектура:** Елена Георгиевска

**Печати:** Европа 92, Кочани

**Тираж:** 100 примероци

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

316.774:17

ВОДИЧ за само-регулација на онлајн медиумите / [Џефри Дворкин ...  
и др.]. - Скопје : ОБСЕ, 2016. - 110 стр. ; 21 см

Предговор / Дуња Мијатовиќ: стр. 5-6. - Фусноти кон текстот. - За  
авторите: стр. 107-108. - Автори: Џефри Дворкин, Аделин Хулин, Џо  
Мекнаме, Кристијан Мулер, Андреј Рихтер, Ејдан Вајт. - Библиографија:  
стр. 109

ISBN 978-608-4788-17-1

1. Дворкин, Џефри [автор]

а) Регулација на медиуми б) Етика во новинарството в) Медиуми -  
Македонија

COBISS.MK-ID 102241034

Печатењето на оваа публикација се реализираше со поддршка на  
Мисијата на ОБСЕ во Скопје.

## Содржина

ПРЕДГОВОР	5
ИНТЕРНЕТОТ И НОВИТЕ МЕДИУМИ	8
Од Кристијан Мулер и Андреј Рихтер	
1/ Медиумска конвергенција	10
2/ Нови форми на новинарство	18
3/ Правни прашања и квалификации	25
ГЛАВА ВТОРА: САМОРЕГУЛАЦИЈА НА СОДРЖИНАТА ОД ОНЛАЈН ИНДУСТРИЈАТА	46
Од Џо Мекнам	
ГЛАВА ТРЕТА: ЕТИКАТА И ДИГИТАЛНОТО НОВИНАРСТВО	64
Од Ејдан Вајт	
ГЛАВА ЧЕТВРТА: МЕХАНИЗМИ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЈА НА МЕДИУМИТЕ ВО ОНЛАЈН СВЕТОТ	80
Од Аделин Хулин и Џефри Дворкин	
1/ Предности на саморегулацијата на медиумите во ерата на интернетот	83
2/ Новински омбудсман во дигиталната ера	92
3/ Прилагодувањето на советите за медиуми на дигиталната ера	97
Механизми за саморегулација на медиумите во онлајн светот	114
ЗА АВТОРИТЕ	116
КОРИСНИ ОНЛАЈН ИЗВОРИ	119



## Предговор

### Дуња Мијатовиќ<sup>1</sup>

#### Почитувани читатели,

Овој Водич се однесува на прашањето на саморегулација на медиумите во дигиталниот свет. Тоа претставува заложба да се прикаже потребата од етички стандарди во ерата на интернетот и да се прикажат конкретни примери за тоа како механизмите за саморегулација можат да ја заштитат медиумската слобода во дигиталната ера.

Живееме во време кога, речиси, секој може да земе учество во „дијалог“ и тоа многу повеќе отколку порано. Слободата на медиумите и слободата на говорот денеска потврдуваат дека не само неколкумина кои се сопственици и ги имаат под контрола средствата за масовна комуникација, туку, речиси, секој има можност да зборува и да споделува информации. Секој којшто има компјутер и интернет-врска може да објавува ширум светот.

Со процесот на дигитализација значително се зголеми количината на расположливи информации, а со тоа контролата на владата врз тие податоци станува посложена, доколку и воопшто е можна. Широката распространетост на содржини кои се сметаат за штетни создава загриженост, бидејќи не постои општо разбирање за правилата кои треба да важат за употребата на интернетот на меѓународно ниво. Оттаму, се чини дека саморегулацијата претставува решение за зголемување на онлајн одговорноста, и притоа да се понуди поголема флексибилност во споредба со националната регулатива. И тоа е единствениот механизам кој е по мерка на слободниот говор.

Дигитализацијата не само што го промени начинот на којшто луѓето комуницираат, туку значително и неповратно ја трансформираше и природата на новинарството и етиката. Додека новите медиуми ги охрабруваат луѓето да го изнесат она што го имаат на ум, сепак, во демократијата се потребни независни новинари кои работат за обезбедување веродостојни и непристрасни вести и анализи. Механизмите за саморегулација имаат клучна задача да ја унапредуваат довербата на јавноста во медиумите.

---

<sup>1</sup> Мијатовиќ е Претставник за слободата на медиумите на Организацијата за безбедност и соработка во Европа.

Саморегулацијата на медиумите не може да успее во репресивна средина. Меѓутоа, кога слободата на медиумите се гарантира, саморегулацијата може да помогне да се зачува независноста на медиумите и истите да се заштитат од вмешувањата на владата.

Мојата канцеларија сака да даде поддршка на оние кои се ангажирани во новинарството – онлајн или офлајн новинарство – кои сакаат да се обединат во својот професионализам и да дадат отчет пред јавноста.

Оваа публикација претставува обид да се даде одговор на најчестите прашања за саморегулацијата кои се поставуваат кај новите медиуми. Кој треба да ги следи етичките стандарди во новинарството во оваа дигитална ера? Дали новинарските етички кодекси се приспособени на онлајн опкружувањето? Кој тип на предизвици произлегуваат од таквата конвергенција за саморегулацијата на медиумите? Какво е влијанието на процесот на дигитализација врз медиумските совети?

Овој Водич не се однесува на конкретни состојби, туку на најразлични прашања кои се нагласени во посебните поглавја. Притоа се објаснува како интернетот драматично го охрабрува граѓанското општество да бара одговорност од медиумите преку создавање на иновативни форми за медиумска отчет и на кој начин интернетот ги трансформира институционалните форми на саморегулација на медиумите кои беа создавани конкретно за традиционалните медиуми.

Оваа публикација, која е изработена во форма на прашања и одговори, претставува продолжение на успешниот Водич за саморегулација на медиумите, кој беше објавен во 2008 година. Моја лична надеж е дека ова ново издание ќе најде на истиот одзив и ќе им помогне на читателите да најдат решенија за моменталната загриженост.

Би сакала да ја искажам мојата благодарност на сите експерти кои дадоа импресивен придонес за составувањето на овој Водич.





# ГЛАВА ПРВА: ИНТЕРНЕТОТ И НОВИТЕ МЕДИУМИ

## Вовед

Интернетот претставува комплексна инфраструктура и технологија која на корисниците им овозможува да пристапуваат до информациите на глобално ниво и да ги разменуваат истите. Денеска, речиси 2.3 милијарди луѓе ширум светот се поврзани и имаат нови можности да пристапуваат до информациите и да ги споделуваат истите, а со тоа се нуди ветувањето дека вистинското демократско општество добива форма на една заедничка глобална јавна заедница. Огромниот успех на социјалните мрежи во последните 10 години, навистина претставува приказ на ова ново опкружување. Интернетот значително го промени начинот на кој луѓето ги користат медиумите и ја трансформираше традиционалната поделеност на задачите помеѓу разни типови на медиуми. Додека медиумската „конвергенција“ ги разводни границите кои долго време постоеја помеѓу печатените и аудиовизуелните медиуми, во исто време создаде и нови можности за медиумски плурализам бидејќи во онлајн светот не постои оскудност од фреквенции и други ресурси.

Широката распространетост на штетни и незаконски содржини на интернет ја зајакна загриженоста кај претставниците на владите и граѓанското општество. Иако придобивките од слободниот проток на информации натежнуваат над опасностите од злоупотреба на интернетот, одговорноста за штетната и незаконска содржина која може да се најде на интернет и понатаму претставува голем проблем, особено затоа што интернетот дозволува анонимност. Во тој контекст, прашањето не треба да биде дали владите треба да го регулираат интернетот, туку за што и до кој степен треба да се регулира содржината и за која цел?

Новите технологии извршија радикална промена на формата на медиумите, традиционалните регулаторни претпоставки се ставени под знак прашање, и во повеќето случаи, постојните правила станаа контрапродуктивни. Дали владината регулатива се покажа како ефикасна, и доколку не се покажа, дали постојат алтернативни методи по мерка на слободата на говорот кои може да бидат поефективни?

# 1/ Медиумска конвергенција

## Од Кристијан Мулер

### *Што е Интернет?*

Интернетот како „мрежа на мрежи“ им овозможува на корисниците да пристапуваат до информации на глобално ниво и да ги разменуваат истите, независно каде се наоѓаат. За пристап до глобалната мрежа потребно е да се има компјутер или паметен телефон, како и конекција до мрежата – независно дали е dial-up, DSL, кабелска или WiFi. Интернетот опстојува подолго од 40 години, а World Wide Web (WWW) речиси 20 години. И покрај тоа што сè уште се смета за „нов медиум“, не се најдени одговори за тоа како да се регулира интернетот. Неговата комплексна природа значи дека регулацијата постои на најмалку три различни нивоа или слоеви: прво, техничкиот слој на кабли и приклучоци, второ, протоколот на IP адреси и протоколот за контрола на преносот (TCP) и, трето, на ниво на содржина.

### *Кратко објаснување за интернетот*

- Интернетот е мрежа на мрежи со која милиони компјутери се поврзани на глобално ниво.
- Преносот на информации преку интернет се прави преку низа на јазици познати како протоколи.
- World Wide Web е начин да се пристапува до информации и преку HTTP протоколот да се споделуваат истите. Исто така, се користат пребарувачи за да се пристапи до Web-документи кои содржат графика, звуци, текстови и видеозаписи.

### *Како работи интернетот?*

Накратко да ја објасниме основната инфраструктура и технологија: главно се состои од кабли, приклучоци, DNS сервери, основна мрежа, рутери и одреден број на технички уреди кои припаѓаат на приватни компании, телекомуникациски оператори, универзитети и владини мрежи. Овој хардвер го формира физичкиот корпус на интернетот. Драматичниот пораст на интернет-сообраќајот во текот на последните децении придонесе интернетот да стане мрежа на мрежи, како што изгледа денеска. Институции, како што е интернет корпорацијата за доделени имиња и броеви (ICANN), се занимаваат со техничкото функционирање на Доменскиот именски систем (DNS) воспоставувајќи

нови стандарди во така наречените барања за коментари (Requests for Comments -RfC) – и очигледно е дека до сега е направена добра работа во однос на тоа дека повеќе од 2.26 милијарди луѓе ширум светот имаат пристап до интернет.<sup>1</sup> 'Rough consensus, running code (Широк консензус, кодекс за работа)' беше еден од принципите кои се користеа за да се задржи интернетот и истиот да функционира преку дефинирање на најниските заеднички именители за технички стандарди и интерфејси.

### **ICANN**

За да пристапите до друго лице на интернет, потребно е да напишете адреса на вашиот компјутер – име или број. Адресата мора да биде уникатна за да можат компјутерите да знаат каде да ја најдат. ICANN ги координира тие уникатни идентификатори ширум светот. Без таквата координација, нема да постои глобалниот интернет.

Или со технички јазик, Интернет корпорацијата за доделени имиња и броеви (ICANN) ги координира Доменскиот именски систем (DNS), интернет-протокол (IP) адресите, просторната распределба, назначувањето на идентификатор на протокол, генерички (gTLD) и за конкретна земја највисок доменски (ccTLD) именски систем и функции за управување со основен серверски систем. Овие услуги, првенствено, се вршеа според договорот со Владата на Соединетите Американски Држави од страна на органот за доделени броеви (IANA) и други субјекти. ICANN сега врши функција на IANA.

Извор: <http://www.icann.org/en/>

Дали интернетот ја промени продукцијата и конзумирањето на содржини кои наликуваат на медиумски содржини?

Да, и тоа на повеќе начини. Денеска, интернетот нуди бројни нови начини на комуникација и споделување идеи, од кои повеќето не можевме ни да ги замислиме пред неколку години, а ќе следат уште многу нови кои денеска не можеме да ги предвидиме. Иновативните технологии во комбинација со веќе постојните карактеристики се користат за да се направат нови интернет-услуги, кои може да ги користат и новинарите и граѓаните.

### **Што е медиумска конвергенција?**

Зборот „converge (конвергира)“ според речникот за англиски јазик -The New Oxford Dictionary of English е кога „неколку луѓе или работи

<sup>1</sup> Internet World Stats преземено на 19 септември 2012 од <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

доаѓаат од разни насоки за на крајот да се сретнат“. Оттаму, дигиталната или медиумската конвергенција, според Britannica Online претставува „појава која вклучува поврзување на компании за компјутерска и информатичка технологија, телекомуникациски мрежи и провајдери на содржини од издавачкиот свет на весници, списанија, како и музика, радио, телевизија, филм и софтвер за забава“.

Само една деценија претходно, беше неопходно да постои печатница, телевизиско студио или радиостаница, вклучувајќи и трансмитери за да се пренесе една порака. Денеска, интернетот овозможува сите медиуми да се дистрибуираат истовремено на еден единствен уред. Аналогните медиуми се заменети со дигиталните технологии и претходно се комбинираат одделните медиумски формати како што се: текст, аудиозапис, слики и видеозаписи во мултимедијална содржина.

### ***Оттаму, дали конвергенцијата е само техничко прашање?***

Тоа не е само техничка работа. Различните технолошки платформи како што се сателитската, терестријалната и кабелската платформа се спојуваат на интернет; во исто време, претходно различните медиумски форми, радио, ТВ, весници – се конвергираат во мултимедијална содржина. Испраќачите и продуцентите на (уредничка) содржина, исто така, се променија. Пред неколку години, само професионалните новинари можеа да објавуваат информации; денеска секој може да креира содржина и по многу ниска цена да ја дистрибуира до глобалната публика.

### ***Што значи ваквата конвергенција за уредничката содржина и медиумската регулација?***

Таа има огромно влијание. Традиционално, бариерите за влез во медиумскиот сектор беа особено големи. Технологијата беше сложена и скапа; исто така, количината на пренесени информации и фреквенцијата за дисеминација на информации беа оскудни ресурси. Тоа, исто така, даде легитимитет и причина да се регулираат повеќе форми на медиуми и содржина. Властите за регулација на медиумите даваат лиценци на радио и ТВ станици за да се обезбеди максималниот степен на плурализам во рамки на ограничените ресурси на спектарот на фреквенции. Во дигиталната ера, не постои оскудност на фреквенции на интернет и пазарниот удел на поединечни онлајн медиуми не може да се споредува со влијанијата кои ги имаа големите дифузери во 80-тите години од XX век.

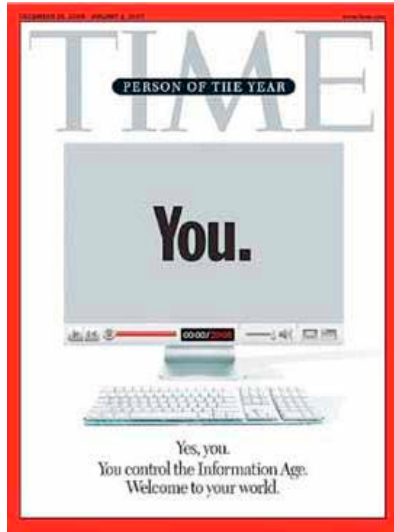
### ***Кои се главните фактори на интернет?***

Во 2006 година, списанието Time се одлучи „You“ (Вие) да биде лице на годината. На насловната страна на списанието беше прикажан монитор на iMac компјутер со рефлексна фолија која изгледаше како прозорец на еден онлајн видео плеер, така што кај секој кој ќе го земе списанието в раце ќе се создаде слика како тоа да е онлајн содржина<sup>2</sup>. Тоа „You“ се однесуваше на милиони луѓе кои придонесуваат за креирање на содржина на Wikipedia, YouTube, MySpace, Facebook, оперативниот систем GNU/Linux и многудруги интернет-страници на кои се прикажува придонесот од корисниците.<sup>3</sup> Содржина креирана од корисниците (User-generated content -UGC) беше, и сè уште е еден од клучните зборови за новите можности кои техничките иновации на интернетот (таканаречениот Web 2.0) ги нудат на сите корисници. Денеска, секој може да креира своја медиумска содржина или, пак, да наликува на медиумска содржина и да ја дистрибуира на интернет без значителни финансиски инвестиции или технички вештини. Содржината креирана од корисниците не е професионално новинарство, но не и вредна содржина, а основното човеково право на слободата на изразување не е резервирано за уредниците или традиционалните медиуми. Важно е да се запомни дека слободата на изразување, исто така, се применува на сите поединци корисници и граѓани, независно дали онлајн или офлајн<sup>4</sup>.

2 You (лице на годината на весникот Time). (23 август 2012). Во Wikipedia, The Free Encyclopedia. Преземено на 19 септември 2012 година, од [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=You\\_\(Time\\_Person\\_of\\_the\\_Year\)&oldid=508761170](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=You_(Time_Person_of_the_Year)&oldid=508761170)

3 Лев Гросман (13 декември 2006). «Time's Person of the Year: You» во Time. Преземено на 19 септември 2012 година од <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

4 На 5 јули 2012 година, Советот за човекови права на ОН со консензус ја усвои клучната Резолуција за „Унапредување и заштита на сите човекови права, граѓански, политички, економски, социјални и културни права, вклучувајќи и правото на развој“.Членот 20 од Резолуцијата се однесува на унапредување, заштита и уживање на човековите права на интернет.



Извор: Wikipedia

***Кои други институционални и корпоративни фактори се присутни на интернет?***

Другите фактори, покрај корисниците кои ги истакна списанието Time во 2006 година, многу брзо се менуваат – и тие вршат огромен ефект. На пример, Facebook и Twitter, воопшто не постоеја пред 10 години, а денеска над 1.5 милијарда луѓе ширум светот се нивни корисници. Хостирањето и компјутеризацијата на информации и податоци за милиони луѓе наметнува потреба од повисок степен на отчет и одговорност од страна на тие корпорации. Предизвиците варираат од приватност, заштита на податоци, и заштита на малолетниците кога станува збор за слобода на изразување и слобода на здружување. Корпоративната општествена одговорност (CSR) на приватниот сектор во областа на човековите права е тема која значително ќе се дебатира во следните години.

***Кој ќе ја регулира содржината генерирана од корисниците?***

Сé уште се водат големи дебати по тоа прашање. Намалениот степен на владина контрола и владино регулирање на медиумскиот сектор треба да се поздрават бидејќи се отстрануваат бариерите за влез, а на луѓето им се овозможува слободно да се искажат. Од друга страна, ваквиот



развој бара повеќе од индивидуалните корисници кога станува збор за само-регулација како и за професионални и лични размислувања во однос на медиумската етика. За да се обезбеди плурализмот во дигиталната ера, овие концепти, заедно со робусното спроведување на човековото право за слобода на изразувањето, имаат клучно значење за поефективно справување со несаканата или навредливата содржина.

***Кој е одговорен за навредливите коментари кои се поставуваат на интернет: Авторот или оној кој ги објавува?***

Сé уште не е постигнат заеднички договор за правата и одговорностите на луѓето на интернет. Еден пример од неодамна е сатиричното видео поставено на интернет за кое некои сметаа дека е богохулење, и потоа беше дадено како причина за насилното протестирање во некои делови од светот. Таквите појави ја покажуваат транзицијата од уредничкиот надзор врз содржината генерирана од корисниците и се отвораат прашањата за корпоративната општествена одговорност и предизвиците кои се создаваат од арбитражата на приватниот сектор во однос на она што е поврзано со слободата на говорот. Google, на пример, во последните години се обидува да го заштити слободното изразување преку одбивање на барањата да се самоцензурира неговиот пребарувач во Кина и преку активирање на Извештајот за транспарентност во реално време. Во Извештајот се наведува бројот на повлечени содржини на барање на државите и како Google одговорил на таквите барања. На 15 септември 2012 година, Google тврдеше: „Напорно работиме да создадеме заедница во која секој ќе ужива и која ќе им овозможи на луѓето да искажуваат различни мислења. Тоа може да биде предизвик бидејќи она што е прифатливо во една држава, може да биде навредливо на друго место. Ова видео (The Innocence of Muslims – Невиноста на муслиманите) – кое е нашироко достапно на интернет – јасно потпаѓа под нашите упатства и затоа ќе остане на YouTube.

Меѓутоа, го ограничиме пристапот до ова видео во земји каде тоа е незаконски, како што се Индија и Индонезија, како и во Либија и Египет, имајќи ја предвид особено сензитивната ситуација во овие две земји. Овој пристап е потполно во согласност со принципите кои за првпат ги воспоставивме во 2007 година. [...] Ние, од време на време, ќе ја ограничуваме содржината на домените во конкретни земји каде тоа се бара во согласност со националните закони како одговор на барањата на тамошните влади“<sup>5</sup>

<sup>5</sup> YouTube ограничува пристап до видеото во врска со насилството во Либија (13 септември 2012) CNN. Преземено на 20 септември 2012 од <http://edition.cnn.com/2012/09/12/tech/web/youtube-violence-libya/index.html>

**Меѓународни механизми за унапредување на слободата на изразување  
ЗАЕДНИЧКА ДЕКЛАРАЦИЈА ЗА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕ И  
ИНТЕРНЕТОТ**

Специјалниот известувач за слободата на мислење и изразување на Обединетите нации (ОН), Претставникот за слобода на медиумите на Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ), Специјалниот известувач за слободата на изразување при Организацијата на американските држави (ОАС) и Специјалниот известувач за слобода на изразување и пристап до информации на Африканската комисија за човекови и граѓански права (АЦХПР),

На 1 јуни 2011 година ја усвоија следната Декларација за слобода на изразување и интернетот:

**Одговорност на посредници**

а) Секој кој, едноставно, обезбедува технички интернет-услуги како што се пристап до, или пребарување, пренесување или добивање информации, нема да биде одговорен за содржината која се генерира од страна на други и која се шири преку тие услуги, освен доколку конкретно не интервенира во таа содржина или одбие да почитува судска наредба за отстранување на таа содржина, кога има капацитет да го направи тоа ('начело на само спроводник').

б) Треба да се земе предвид и целосното изземање на други посредници, вклучувајќи ги оние кои се споменуваат во преамбулата, од одговорност за содржина генерирана од други под истите услови како и во параграф 2(а). Како минимум, од посредниците не треба да се бара да ја следат содржината генерирана од корисници и не треба да бидат предмет на вонсудските правила за симнување на содржина со кои не се обезбедува доволна заштита за слободата на изразувањето (што е случај со многу од правилата за 'известување и симнување' кои сега се применуваат).

Извор: [www.osce.org/fom](http://www.osce.org/fom)

**Какви треба да бидат заложбите на меѓународно ниво?**

Сé додека не се одржа Светскиот самит на ОН за информатичко општество (WSIS) и последователниот Форум за управување со интернет (IGF), ОН не беа вклучени во дискусии за регулација на интернетот. По опсежната дискусија, беше одлучено дека концептот за управување со интернет го надминува техничкиот домен. Тоа се однесува на прашањата на пристап, отвореност, безбедност, а со тоа и на приватноста и човековите права. Управувањето со интернет,

како што беше дефинирано на Светскиот форум, е „развој и примена од страна на владите, приватниот сектор и граѓанското општество во нивните соодветни улоги, на споделените принципи, норми, правила, процедури за носење одлуки, и програми кои го оформуваат развојот и употребата на интернетот.“<sup>6</sup> Како инклузивен форум на повеќе разни фактори, IGF е отворен за сите учесници.

### **Форум за управување со интернет**

IGF е форум за дијалог помеѓу разни фактори во врска со политиките за управување со интернетот, како што се одржливоста на интернетот, робушноста, безбедноста, стабилноста, и развојот.

Генералниот секретар на Обединетите нации го најави основањето на IGF во јули 2006 и првата средба беше закажана за октомври/ноември 2006 година.

Целта на IGF е да се обезбеди максимална можност за отворен и инклузивен дијалог и размена на идеи за прашањата во врска со управувањето со интернетот.

*Извор: <http://www.intgovforum.org/cms/faqs>*

### **Која е улогата на националните влади за регулација на интернетот?**

Националните влади имаат важна улога за регулација на интернетот. Со нивната извршна моќ и како законодавци, тие ги оформуваат условите за користење на интернет и можат да оневозможат прикажување на содржини, како што се детска порнографија или поттикнување омраза. Тоа беше отежнато со појавата на Web 2.0 и зголемениот број на корисници на глобално ниво кои креираат содржини на интернет. Таквиот технолошки развој нема неопходно да ја смени улогата на националните законодавци и сигурно не ги оправдува нивните фракции на глобалната интернет-мрежа на национални сегменти. Наместо тоа, новите форми на меѓународна соработка, саморегулација, корпоративна одговорност во областа на човековите права, и медиумска писменост и етика на поединечни корисници треба да се поттикнува. Интернетот како вистински глобален медиум претставува значајна алатка за правото да се бараат, добиваат и шират информации независно на границите. Како таков, интернетот мора да остане целосен и слободен.

<sup>6</sup> Туниска агенда за информатичкото општество (18 ноември 2005) Светски самит за информатичко општество. Преземено на 19 септември 2012 година од <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.pdf>

## 2/ Нови форми на новинарство

### Од Кристијан Мулер

#### **Што значи 'Web 2.0'?**

Терминот Web 2.0, всушност, не е опис на нова технологија или нова технолошка платформа. Овој термин го спомена Тим О'Рајли во неговиот церемонијален натпис од 2005 „Што е Web 2.0?“<sup>7</sup> Во натписот се наведуваат одреден број на идеи и форми на употреба со кои се илустрира идејата за Web 2.0. Притоа О'Рајли појаснува; „Како и многу други важни концепти, Web 2.0 нема цврста граница, туку јадро кое гравитира! [...] тоа е повеќе став, отколку технологија“<sup>8</sup>

Една од тие форми е и можноста да се креира содржина од страна на корисниците, а други такви форми се блогови или вики веб-страници (wikis).

#### **Кои се тие ставови?**

Карактеристика на Web 2.0 е зголемената конективност и мобилна употреба на интернетот, која на многу корисници им овозможува да креираат содржина. Таксономијата, т.е. означување, тагирање и категоризација од страна на објавувачот или авторот, стана позната како „фолксономија“ (термин кој е сложенка од „фолк“ и „таксономија“).<sup>9</sup>

Таговите и клучните зборови се користат во библиотечната каталогизација со векови, и се разбира се користат и на интернет. Таговите се користат за да се опише содржината, да се сортира, и да може повторно да се повика содржината, и традиционално тие се додаваат од страна на креаторот на содржината, авторот или можеби библиотекарот. Денеска, како што укажува „фолксономијата“, таговите ги додаваат конзументите или читателите (а не креаторите на содржина). Flickr, YouTube и другите Web 2.0 апликации каде корисникот може да додава свои тагови или клучни зборови за опис на слика, рецензија на книга, филмови и ресторан, се добар пример за тоа. Овие услуги и апликации се подобруваат колку што луѓето повеќе ги користат – а тоа

<sup>7</sup> Тим О'Рејли (30 септември 2005) Што е Web 2.0. Обрасци на дизајн и бизнис модели за следната генерација на софтвер. Преземено на 19 септември 2012 година од <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Фолксономија (2 септември 2012). Во Wikipedia, The Free Encyclopedia. Преземено на 19 септември 2012 година, од <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Folksonomy&oldid=510537193>

е уште еден вграден принцип во светот на Web 2.0. Другите парадигми вклучуваат учество наместо објавување, или вики веб-страници - wikis (веб-страници чија содржина можат да ја уредуваат корисниците) наместо централизираните системи за управување со содржина.

### ***Дали социјалните мрежи се дел од Web 2.0?***

Во времето кога О'Рејли го објави својот натпис во 2005 година и списанието Time го направи „You“ (корисникот) за лице на годината во 2006 година, луѓето не зборуваа за социјалните медиуми или социјалните мрежи како тоа што го прават денеска. Facebook беше основан во 2004 година, за кратко потоа следуваше Twitter и другите апликации. Денеска, сите тие се составен дел од Web 2.0 – и од интернетот во целина. Таквите апликации во денешно време се користат и од страна на новинарите за истражувања и дистрибуција на уредничка содржина.

### ***Каква е улогата на социјалните медиуми?***

Facebook, Twitter & Co. додаваат една дополнителна димензија на интернетот. Терминот социјални медиуми се однесува на употребата на веб-базирани и мобилни технологии кои комуникацијата ја претвораат во интерактивен дијалог. Тие може да се дефинираат како група на интернет-базирани апликации кои се надградуваат над идеолошките и техничките основи на таканаречениот Web 2.0, кој воспоставува место за креирање и размена на содржина генерирана од корисниците.<sup>10</sup>

Овозможено од сеприсутните достапни и растечки комуникациски технологии, социјалните медиуми значително го менуваат начинот на комуникација помеѓу организациите, заедниците, како и поединците. Може да се јават во најразлични форми, како што се списанија, интернет форуми, веблогови, микро-блогинг, викис, подкастови, фотографии или слики, видеа, социјален букмаркинг или социјално вмрежување.<sup>11</sup>

### ***Дали постои општа универзална дефиниција за тоа кој е новинар?***

Не. И не треба да постои. Секој има право на слобода на изразување, право да бара, добива и да испраќа информации независно на границите – а тоа е основен опис на работата на еден новинар. За да се дефинира, вон основното право, кој се квалификува како „новинар“ и кој не, е субјективна оценка или опис на нечие занимање од кое лицето заработува. Во основа, тоа не е релевантно за остварувањето на

10 "Social media", Wikipedia, The Free Encyclopedia, <[http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_media&oldid=458549677](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677)> (пристапено во септември 2012)

11 "Social media", Wikipedia, The Free Encyclopedia, <[http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_media&oldid=458549677](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677)> (пристапено во септември 2012)

правото на слобода на изразување или продуцирањето и објавувањето на содржината на интернет.

***Зошто постои контроверзност околу терминот „граѓанско новинарство“?***

Контроверзноста околу терминот „граѓанско новинарство“ постои бидејќи многу професионални новинари веруваат дека само обучен новинар може да ги разбере строгоста и етиката во известувањето за вестите. Наспроти тоа, постојат многу обучени новинари кои практикуваат нешто што се нарекува граѓанско новинарство преку пишување на нивните блогови или онлајн коментари кои се вон традиционалната новинарска хиерархија.<sup>12</sup>

***Како „граѓанските новинари“ го користат интернетот?***

Блогирање, блогирање на видеа, агрегати на вести, споделување на натписи онлајн или синдикација на содржината се некои форми на новинарство кои иновативната технологија на Web 2.0 ги дозволува и понекогаш на тоа се упатува како на граѓанско или народно новинарство. Марк Гласер предлага дека: „идејата зад граѓанското новинарство е дека луѓето кои немаат стручна подготовка за новинари можат да се служат со алатките на модерната технологија и глобалната дистрибуција на интернетот, за да креираат, прошируваат, или прават медиуми, или да ги проверуваат фактите самостојно или во соработка со други. На пример, може да пишувате за седницата на градското собрание на вашиот блог или во некој онлајн форум. Или може да ги проверувате фактите на некој натпис од традиционалните медиуми или да укажете на фактичките грешки или предубедувања во вашиот блог. Или можете да направите дигитална фотографија за некој настан во вашиот град и да ја поставите онлајн. Или може да направите видео од некој сличен настан и да го поставите на страница како што е YouTube. Сето тоа може да се смета за новинарско дело, иако тие не одат надвор од она што е едноставно забележано на местото на важниот настан“.<sup>13</sup>

Или, накратко: „граѓанското новинарство е кога луѓето кои претходно биле познати како публика, ги применуваат медиумските алатки кои ги

12 Гласер, Марк (2006) Ваш водич за граѓанско новинарство. Во: Media Shift, 27 септември 2006 година. <<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html>> (пристапено во септември 2012)

13 Гласер, Марк (2006) Ваш водич за граѓанско новинарство. Во: Media Shift, 27 септември 2006 година. <<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html>> (пристапено во септември 2012)

имаат на располагање за да се информираат едни со други“.<sup>14</sup>

***Дали „граѓанските новинари“, всушност, се квалификуваат како „новинари“?***

Повеќето бранители на слободата на медиумите сметаат дека не треба да има дефиниција за тоа кој е новинар. Меѓутоа, интересно е да се знае дека според Советот на Европа, „секое физичко или правно лице кое е редовно или професионално ангажирано во собирање и дисеминација на информации за јавноста преку некои од средствата за масовна комуникација“ се квалификува како новинар.<sup>15</sup>

Тука би спаѓале и блогерите кои редовно објавуваат новински натписи. Во исто време, Советот на Европа предлага дека откако интернетот е сè позначајно средство за масовна комуникација, треба да се води дебата за тоа дали заштитата на новинарските извори треба да се прошири на луѓето кои се вклучени во дисеминација на информации<sup>16</sup>

Во светот каде поединците комуницираат на јавни и полујавни платформи, линијата помеѓу професионалното новинарство и другите форми за продукција на содржина не може јасно да се исцрта. Исто така, кога работата се одвива по пат на соработка, како што се викис веб-страниците, тешко може да се идентификува единствен автор.

***Кои се правата на креаторите на содржини кои не се новинари?***

Слободата на медиумите и слободата на изразување се универзални права кои припаѓаат на секој поединец во светот. Тие се применуваат на сите форми на медиуми, независно дали онлајн или офлајн, независно дали се работи за професионално или граѓанско новинарство, независно дали се печатени или социјални медиуми. Слободата на медиумите како човеково право не е резервирана само за професионалното новинарство, медиумските компании или уредниците. Тоа право не може да се толкува само во контекст на традиционалните медиуми, туку се применува на секоја форма на

<sup>14</sup> Проф. Јав Росен, [pressthink.org](http://pressthink.org)

<sup>15</sup> Препорака бр. R(2000)7 за правото на новинарите да не го разоткриваат изворот на информации.

<sup>16</sup> РАСЕ Дос. 12443 Заштита на изворите на новинарите, Извештај на Комитетот за култура, наука и образование, 1 декември 2010 година.

**Резолуција на Советот за човекови права на Обединетите нации за унапредување, заштита и уживање на човековите права на интернет 5 јули 2012 година**

Советот за човекови права,

(...)

1. Потврдува дека истите права кои луѓето ги имаат офлајн мора да бидат заштитени и онлајн, особено слободата на изразување, која се применува независно на границите и преку медиуми по личен избор, во согласност со членот 19 од Универзалната декларација за човекови права и Меѓународниот пакт за граѓански и политички права;
2. Ја препознава глобалната и отворена природа на интернетот како движечка сила за забрзување на напредокот кон развојот во различни форми;
3. Ги повикува сите држави да го унапредуваат и олеснуваат пристапот до интернет и меѓународната соработка која има за цел развој на медиумите и информатичките и комуникациските капацитети во сите земји;
4. Ги охрабрува специјалните процедури да ги земат предвид овие прашања во рамките на нивните постојни мандати, колку што е тоа применливо;
5. Одлучува и понатаму да го разгледува унапредувањето, заштитата и уживањето на човековите права, вклучувајќи го и правото на изразување на интернет и во други технологии, и за тоа како интернетот може да биде важна алатка за развој на човековите права и за остварување на човековите права, во согласност со програмата за работа.

новинарска работа која е наменета да се дистрибуира во јавност. Бидејќи тоа е основно човеково право, не може да постојат различни подгрупи на квалитет, за традиционалните или за новите медиуми.

***Дали постојат разлики помеѓу содржина генерирана од корисниците и традиционалните форми на новинарство?***

Некои традиционални новинари тежнеат да ги омаловажуваат корисниците кои креираат содржина како автори од хоби (човек кој има црево да ја полева градината не може да стане пожарникар). Меѓутоа, искуствата покажуваат дека блогерите денеска можат да вршат и уреднички активности. Еден од најпознатите примери, со сигурност, е Huffington Post, кој беше основан од Ариана Хафингтон во 2005 и продаден на AOL во 2011 година. За тоа постојат бесконечно



многу примери, меѓу другото, германскиот watchblog BildBlog или тек блоговите како што е Mashable. На другите блогови или содржина генерирана од корисниците на интернет со сигурност им недостасува новинарски квалитет – меѓутоа, тоа, исто така, важи за дел од „традиционалното“ новинарство. Таблоидите и жолтиот печат не се секогаш шампиони во истражувачкото новинарство и тоа постојано им го укажува Европскиот суд за човекови права.

### ***Можете ли да дадете примери за тоа?***

Во некои случаи, традиционалните медиуми известуваат и повторуваат стории кои првенствено се појавиле на интернет. На пример, сторијата за „Геј девојка од Дамаск“ беше главна вест во повеќето медиуми ширум светот<sup>17</sup> – и потребно беше блогерите да направат истражување од нивна страна за примарно да се утврдат фактите<sup>18</sup>. Или како што кажа еден од блогерите: „Тоа не потсетува дека не секогаш се потребни огромни ресурси за да се фрли светлина на важни стории. Потребна е волја да се поставуваат прашања на кои можеби другите не се сетиле.“<sup>19</sup>

Друг пример од Германија е дека традиционалните медиуми во нивното известување користеле погрешно име за тогашниот министер за економија, Karl-Theodor zu Guttenberg. Тоа се должело на користењето лажни информации кои ги преземале од Wikipedia без да ги проверат. Покрај впечатливото отсуство на внимателност од уредниците, тоа исто така ја покажало и променливата фактичка исправност на содржината генерирана од корисниците. Интернет писменоста е очигледно нешто што им е потребно не само на корисниците, туку и на професионалните новинари.

Истиот тој политичар, Karl-Theodor zu Guttenberg, нешто подоцна поднел оставка како германски министер за одбрана, откако како резултат на заедничките заложби на корисниците на интернет било докажано дека

17 Геј девојката од Дамаск станува хероина на сирискиот револт (6 мај 2011) The Guardian. Преземено на 20 септември 2012 од <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/06/gay-girl-damascus-syria-blog> или Геј блогер 'киднапиран' во главниот град на Сирија (13 јуни 2011) Aljazeera. Преземено на 20 септември 2012 година од <http://www.aljazeera.com/NEWS/MIDDLEEAST/2011/06/2011671229558865.html> или Расте стравот поради исчезнатата сирика 'реј блогерка' (7 јуни 2011) CNN. Преземено на 20 септември 2012 од [http://articles.cnn.com/2011-06-07/world/syria.blogger.missing\\_1\\_security-agents-blogger-president-bashar?\\_s=PM:WORLD](http://articles.cnn.com/2011-06-07/world/syria.blogger.missing_1_security-agents-blogger-president-bashar?_s=PM:WORLD) и многу други

18 Лиз Хенри: Мачни сомнежи за Амина (7 јуни 2011) bookmaniac.org Преземено на 20 септември 2012 година од <http://bookmaniac.org/painful-doubts-about-amina/> или Амина Араф. Електронската Интифада. Преземено на 20 септември 2012 година <http://electronicintifada.net/tags/amina-araf>

19 Бенџамин Доерти: За измамата за Амина – известување, анализа и истрага (6 јуни 2011) Електронската Интифада. Преземено на 20 септември 2012 година од <http://electronicintifada.net/blogs/benjamin-doherty/разгледување-амина-измама-известување-анализа-и-истрага>

дел од докторската дисертација на министерот бил лажен, односно копиран од извори на кои тој не посочил. Оваа иницијатива ја покажала моќта на краудсорсингот и на соработката на интернет преку Web 2.0 апликациите, како и отсуството на одговорност за некои содржини генерирани од корисниците.

Додека традиционалните медиуми, вообичаено, имаат физичка адреса, главен уредник и одговорна издавачка куќа, креаторите на онлајн содржина можат да останат анонимни, па дури и да ги прикријат своите електронски траги. Анонимноста или псевдонимите сами по себе не се лоша работа и може да се сметаат за легитимни и корисни за авторите во репресивните режими, меѓутоа, секогаш е потребна и лична одговорност за уредничкиот квалитет. Тоа, се разбира, може, исто така, да се направи на интернет, а корисниците може да се припишуваат до содржината која тие ја креираат онлајн.

### ***Тогаш што е новинарство?***

Поголемиот дел од содржината која корисниците ја креираат на интернет не е наменета да биде новинарство. Па така, наместо да се суди според потеклото на содржината, самата содржина треба да се квалификува како уредничка содржина, и таа дефиниција треба нашироко да се применува кога станува збор за новинарските привилегии, како што се заштита на изворот или пристапот до информации.

### 3/ Правни прашања и квалификации

#### Од Андреј Рихтер

***На што се засноваат законските гаранции за слободата на интернетот и новите медиуми, доколку постојните закони не содржат ништо за тоа?***

Националните уставы и меѓународни договори за човекови права не може да го споменуваат интернетот од проста причина што тие биле создадени пред да се појави интернетот. Сепак, сите тие говорат за слободата на изразување и слободата на совест и говор.

Слобода на совест значи способност на лицето да формира независно свој став (без принуда) и да се држи до својот став и своето мислење, и да развива свој внатрешен духовен свет. До степенот до кој манифестирањето на мислите претставува мислење и верување, слободата на мисла е блиску до слободата на изразување и слободата на верување. Слободата на мисла ги вклучува гаранциите за невмешување во формирањето на нечие мислење и верување, и одбивање на идеолошкиот и политичкиот диктат, и насилство и контрола врз поединецот.

Слободата на говор, за возврат, значи способност на лицето независно (без присилување) да комуницира со другите, вклучувајќи и учество во дискусии и дебати, примање и соопштување на својот став на другите, како и право да дознава кој е ставот на другите. Слободата на поднесување жалби, приговори и предлози се во корелација со тоа; исто како и претставките кои се испраќаат на владините органи и слободата на глас на избори и референдум. Слободата на говор практично е идентична со слободата на изразување. Слободата на говор е знак дека државата е демократска и истата покажува интерес за еднаквото право на граѓаните да дискутираат и разрешуваат проблеми од итен карактер во општеството и државата.

Слободата на мислата и говорот, искажувањето на своето мислење се неразделиви од правото да се бараат, добиваат, продуцираат и шират информации, односно, од правото на слобода на информации. Клучен елемент на слободата на информации е правото да се добиваат информации, и според тоа, обврската на државата на граѓаните да им ги дава информациите кои ги поседува, вклучувајќи ги и оние од

електронските бази на податоци. Правото на слобода на информации може да се остварува на секој законит начин, вклучувајќи го и интернетот.

***Какое соодносот помеѓу слободата на интернетот со слободата на масовно информирање?***

Во многу земји учеснички во ОБСЕ, се гарантира слободата на секое лице да бара, прима, продуцира и шири информации за масовна употреба на законити начини. Слободата на масовното информирање значи способност на лицето, со помош на специјални технички средства, да врши дисеминација на своите размислувања и мислења на одреден број на луѓе за да ја задоволи својата потреба за учество во граѓански дијалози и да изврши влијание на политиките. Преку остварувањето на оваа слобода, лицето исто така врши влијание на одлучувањето за прашања од јавен интерес, и стекнува способност да бара, прима, продуцира и шири информации за тековни случувања на непречен начин. Во модерниот свет, интернетот сè повеќе станува едно од тие технички средства. Во практика, тоа значи дека никој нема право од корисниците на интернет да бара некаква општествена дозвола како предуслов да бара, прима, продуцира и шири информации за масовна употреба.

***Што во практиката претставува гаранција за слободата на масовното информирање на интернет?***

Гаранциите може да се состојат од плурализам во медиумската сопственост и забрана за монополизација од страна на државата или на неколку приватни сопственици за дисеминацијата на идеолошки или политички ставови. Тоа е исто така отсуство на забрани и ограничувања на практикувањето на граѓанско новинарство, на пример, услови како што се специјализирано образование, државјанство и слично. Тоа, исто така значи и признавање на правото на одговор од страна на кое било лице во медиумите во случај на дисеминација на неточни информации.

Во однос на интернетот, законската гаранција го вклучува правото на креирање и регистрирање на страници и имиња на домени, и способност да се користат услугите на провајдерите без дискриминација и задржување на анонимноста кон надворешниот свет при користењето на тие услуги - освен доколку на тој начин се врши повреда на законот.

### ***Дали договорите усвоени од Обединетите нации ја гарантираат слободата на интернетот?***

Според Меѓународниот пакт за граѓански и политички права, кој беше донесен во 1966 година и стапи на сила 10 години подоцна, членот 19 ги гарантира следните слободи:

1. Никој не може да биде вознемируван поради своето мислење.
2. Секој има право на слобода на изразување; Ова право подразбира слобода да се бараат, примаат и шират известувања и идеи од секој вид, без оглед на границите, било усно, писмено, по пат на печат или во уметничка форма, или со кое било друго средство по свој избор.
3. Остварувањето на слободата предвидена во став 2 на овој член повлекува посебни обврски и одговорности. Тоа може да биде подложено на одредени ограничувања кои сепак мора да бидат изречно утврдени со закон и кои се нужни:
  - а) за почитување на правата и угледот на другите лица;
  - б) за заштита на националната безбедност, или јавниот поредок, или јавното здравје или морал.

Во согласност со ставот 2 од членот 19 може да се види дека правото на секој на слобода на изразување вклучува и слобода на информирање. Тоа се гарантира независно на државните граници или начините на остварување. Иако Меѓународниот пакт за граѓански и политички права е донесен пред појавата на интернетот, овој факт не треба да служи како основа за одбивање на примената на овие начела во новата реалност или за воведување на дополнителни ограничувања на слободата на изразување и слободата на информации на интернет.

Во Резолуцијата на телото на Обединетите нации, Советот за човекови права, се наведува дека „истите права кои луѓето ги имаат офлајн мора да бидат заштитени и онлајн, особено слободата на изразување, која се применува независно на границите и преку кои било медиуми по сопствен избор, во согласност со членот 19 во Универзалната декларација за човекови права и Меѓународниот пакт за граѓански и политички права“. Резолуцијата беше предложена и поддржана од 80 земји членки на Обединетите нации. Советот за човекови права е политичко тело кое ги разгледува клучните проблеми во оваа област, и ја донесе Резолуцијата на 20-та седница на 5 јули 2012 година со консензус (без гласање).

***Кои се законските ограничувања на слободата на изразување на интернет?***

Можеме да видиме дека ставот 3 на членот 19 од Меѓународниот пакт на граѓански и политички права говори за можните ограничувања на слободата на изразување – кои доколку се воспостават во одредена земја – мора да бидат пропишани со закон и мора да бидат неопходни за дадената цел.

***Дали таквите ограничувања кои ќе се воведат остануваат да бидат дискрециско право на самите држави.***

Доколку ги воведат, тие не се обврзани тоа да го прават за сите цели наведени во членот 19. Тука своја улога имаат националните традиции и култури, како и степенот на демократска зрелост на државата. Мерките кои се преземени мора да имаат карактер на ограничување на слободата, а не целосна забрана за уживање на слободата.

Земајќи предвид дека денеска интернетот е најважната форма за остварување на правото на слобода на изразување и правото на слобода на информирање, националните закони кои неповолно влијаат на остварувањето на овие права на интернет мора да кореспондираат само со тие цели и да не излегуваат од нивните рамки.

Ограничувањата не смеат да бидат инструмент за гонење на политичката опозиција или за сузбивање на критиките, за ограничување на граѓанските права на информирање или за повреда на правата на групи од населението на кои им е потребна заштита. Во таа насока, Советот за човекови права на Обединетите нации, во друга резолуција „Слобода на мислење и изразување“, бр. 12/16, 2009) ги повикува сите земји членки на Обединетите нации да се воздржуваат од воведување ограничувања кои не се во согласност со став 3 од членот 19 на Меѓународниот пакт за граѓански и политички права, вклучувајќи и ограничувања на:

- (i) Дискусии за владини политики и политички дебати; известување за човековите права, владините активности и корупцијата во владата; ангажирање во изборни кампањи, мирни демонстрации или политички активности, вклучувајќи за мир и демократија; и изразување на мислење и несогласување, религија или уверување, вклучувајќи и од страна на лицата кои припаѓаат на малцинствата или ранливите групи;
- (ii) Слободниот проток на информации и идеи, вклучувајќи и практики како што се забрана или затворање на публикации или други

- медиуми и злоупотреба на административни мерки и цензура;
- (iii) Пристап до информатичките и комуникациските технологии и користење на истите, вклучувајќи радио, телевизија и интернет.

***На која основа државите имаат обврска да ја развиваат слободата на интернетот?***

Не е потребно објаснување бидејќи Меѓународниот пакт за граѓански и политички права служи не да ги ограничува, туку да ги развива таквите права. Врз основа на таа функција, на земјите членки на Обединетите нации им наметнува обврска да ги донесат законите или други мерки кои се неопходни за остварување на правата зададени со пактот, вклучувајќи и слобода на изразување (став 2, член 2). Оттука, меѓународното право ги толкува гаранциите за правата и слободите како обврска на секоја држава да спроведува политика со која:

1. Се почитуваат правата и слободите;
2. Се бранат правата и слободите од закани од страна на трети лица;
3. Се унапредува спроведувањето на правата и слободите во практиката.

Последниот елемент на оваа тријада веројатно е и најважниот во модерниот свет. Тоа значи дека државата е обврзана да создаде услови во кои граѓаните ќе го остваруваат своето право, на пример, преку обезбедување на технички капацитети и развој на телекомуникациската инфраструктура. Државата не може целосно да се тргне настрана и да каже: Доколку сакате да го користите интернетот и да го искажувате вашето мислење, тогаш создадете сè што е неопходно за тоа.

Една пазарна држава мора да создава и развива поволни законски и економски услови така што приватните компании ќе се вклучат во развојот на интернетот.

Општествено ориентираната држава мора да биде вклучена во унапредувањето на компјутерската и интернет-писменоста и мора да помогне во креирањето на национални Web ресурси, вклучувајќи и дигитализација на информациите кои се чуваат во владините архиви. За почитување на правата и слободите на своите граѓани, една демократска држава не треба да се вклучува во цензура на содржината на интернет или да ја ограничува слободата на изразување вон горенаведените цели.

***Кои се условите на европското меѓународно право?***

Активноста на Советот на Европа се заснова на актот за човекови права: Европска конвенција за човекови права и основни слободи (ЕКЧП). Регионалниот документ (се нарекува Европска конвенција за човекови права) е законски обврзувачки договор.

Членот 10 на Европската конвенција за човекови права ја гарантира слободата на изразување со формулација која е блиску до членот 19 на Меѓународниот пакт на граѓански и политички права, кој погоре беше детално разгледан:

Секој има право на слобода на изразување. Тоа право вклучува слобода да се има мислење и да се добиваат и соопштуваат информации и идеи без вмешување на јавните власти и независно на границите.

Став 2 од членот 10 детално го наведува стандардот за ограничување на правото на слобода на изразување, кое, несомнено, се однесува не само на регулацијата на медиумите за масовно информирање, туку и на интернетот:

Остварувањето на овие слободи, бидејќи тоа подразбира и обврски и задолженија, може да подлежи на формалности, услови, ограничувања или казни на начин на кој тоа е пропишано со закон и е неопходно во едно демократско општество, во интерес на националната безбедност, територијален интегритет или јавна безбедност, за спречување на немири или криминал, за заштита на здравјето и моралот, за заштита на угледот и правата на другите, за заштита од разоткривање на информации споделени во доверба, или за одржување на власта и непристрасноста на судството.

Оваа одредба се толкува како критериум со три компоненти, според која секое ограничување од страна на 47 држави на Советот на Европа мора:

- а) Да е пропишано со закон;
- б) Да се однесува на некоја од наведените цели;
- в) Да е неопходно во демократско општество.

***Дали одлуките на Европскиот суд за човекови права имаат некаква врска со новите медиуми?***

Резолуциите донесени со Конвенцијата од 1950 година не се замрзнати во средината на XX век, туку се развиваат преку амандмани и преку толкувањата на телата на Советот на Европа, и пред сè, со одлуките на



Европскиот суд за човекови права кој е основан од Советот на Европа. Земјите членки на Советот на Европа ја признаваат надлежноста на овој Суд како обврзувачка кога станува збор за толкување и примена на Европската конвенција за човекови права и протоколите кон неа во случаи на наводи за повреда на одредбите од договорот од страна на државата. Апликациите пред ЕСЧП се поднесуваат само доколку се исцрпени сите правни лекови во сопствената држава. Во своите одлуки, судот (со седиште во Стразбур) може да побара од земја членка да направи преглед на конкретни судски одлуки и да ги измени нормите на националното законодавство со кои се врши повреда на правата на одредени поединци.

Практиката во однос на релациите во новите медиуми и на интернет во врска со примената на трите елементи од овој критериум, всушност, укажува дека секое легитимно ограничување на слободата на изразување мора да го помине тој тест.

ЕСЧП има наведено дека првиот од трите услови ќе биде исполнет само доколку законот е генерално прифатлив, и е „формулиран со доволна прецизност која на граѓанинот му овозможува да го регулира своето однесување“. Вториот критериум укажува дека вмешувањето може да се направи само поради некоја од целите наведени во точка 2 од членот 10; таа листа е исцрпна, и секое вмешување кое нема за цел постигнување на некоја од наведените цели, претставува прекршување на Конвенцијата. Третиот услов: Вмешувањето мора да се однесува само на она што е неопходно во едно демократско општество. Зборот „неопходно“ значи дека вмешувањето треба да се должи на „реална општествена потреба“. Причините кои се наведени од страна на државата како оправдување за вмешувањето мора да бидат „релевантни и доволни“. Доколку дојде до спор во однос на ЕКЧП, државата мора да покаже дека вмешувањето е сразмерно на целта која се следи.

Еден од клучните концепти на членот 10, кој во исто време е неограничен, се однесува на оправдувањето за ограничувањето на слободата кога тоа е неопходно за демократијата. ЕСЧП истакнува дека иако зборот „неопходно“ во смисла на членот 10 (став 2) не е синоним на прилогот „незаменилив“, и не содржи широка дефиниција на зборови како што се „прифатливо“, „вообичаено“, „соодветно“, „разумно“ или „пожелно“, и дека „неопходно“ укажува на постоењето на „итна социјална потреба“.

Од одлуките на Судот се гледа дека неопходноста во интерес на демократијата се дефинира со следните два принципа:

- Ограничувањето на слободата мора да биде сведено на пропорционално на исполнување на легитимната цел;
- За примената на ограничувањата како „неопходни“, не е доволно да има поврзаност со листата на причини за можни ограничувања која е наведена во став 2 од членот 10.

Во последните години, ЕСЧП неколку пати има носено одлуки во врска со членот 10 во однос на интернетот. Во своите одлуки, ЕСЧП не споменува ништо за интернетот кое значително се разликува од она што се наведува во слични случаи за традиционалните медиуми и новинари. Пристапот е ист и се упатува на истите предмети, односно се упатува на претходни случаи - преседани.

***Што е netiquette или е-бонтон (соодветен и прифатлив начин за комуникација на интернет)? Дали со тоа се гарантира заштита од надворешното управување со интернетот?***

Популарен е концептот за автономија на интернетот, а тоа значи дека не постои управување од надвор. Една од основите за таквото тврдење е високо развиеното само-управување со интернетот.

Таканаречениот „Netiquette“ за првпат се појави во овој систем на самонормирање - net etiquette, односно, правила за однесување на интернет.

Netiquette беше предложен и формално одобрен во 1995 година со еден особено значаен документ за самоуправување од аспект на интернет - заедницата – односно Барање за коментари („Request for comments“ RFC) Бр. 1855.

Барањата за коментари или RFCs се документи кои содржат технички спецификации, стандарди и правила кои се применуваат генерално на интернет.

Најголемиот дел од првите такви барања (RFCs) беа креирани на универзитетите во Калифорнија, а пред неговата смрт во 1998 година, Џон Постел беше постојан и единствен уредник. Потоа, Internet Society (ISOC) го додели уредувањето и објавувањето на RFCs на Институтот за информатички науки на Универзитетот на Јужна Калифорнија.

Internet Society, непрофитна организација, официјално е сопственик

на правата на сите RFC документи и вложува доста напори околу практичната примена на стандардите за интернет кои се содржани во RFCs. Основана во 1992 година, Internet Society има повеќе од 55.000 членови поединци и повеќе од 130 организации членки, како и повеќе од 90 ограноци во разни држави низ светот. Тоа претставува една меѓународна мрежа на корпорации, некомерцијални организации и поединци.

Стандардите се објавуваат во форма на RFC документи, исто така, и концепции, предлози за нови насоки во истражувањата, историски референци и некролози, резултати од технички експерименти, водичи за усвојување нови технологии и слично. Како резултат на дискусиите за RFCs, создадена е одредена традиција во управувањето со интернетот.

### Како се подготвува RFC стандард

Покрај таквиот назив, барањата за коментар (RFC) се сметаат за прифатливи стандарди на интернет. Според RFC, 2026, стандардот се креира на следниот начин:

1. Нацрт за интернет се става на општа дискусија. Нацртите немаат официјален статус и се отстрануваат од базата шест месеци по последната промена.
2. Доколку нацртот се покаже како доволно успешен и неконтрадикторен, тогаш добива статус на предлог- стандард и си добива RFC реден број.
3. Потоа преминува во нацрт-стандард кој се препорачува на сите, и на кој се прават само незначителни измени.
4. Последната фаза е интернет-стандард. Тоа се правила за кои има големо и успешно искуство од примената, и последователно на тоа истите се формулирани. Паралелно на RFC нумерацијата, се врши и нивна STD нумерација. Само десетина од RFCs од илјадници го имаат достигнато ова ниво.

RFC бр. 1855 е документ на дваесетина страници кој ги формулира правилата кои се препознаваат како главен етички кодекс на интернет. Автор на овие Упатства е Сали Хамбриџ од корпорацијата Intel, една од водечките компании за интернет. Најважното правило во RFC бр. 1855 е: „Бидете конзервативни во однос на она што го испраќате, и либерални во однос на она што го примате“. Листата на правила за netiquette, исто така, вклучува и изјави за потребата да се почитуваат авторските права и за забрана на спам.

Самоуправувањето со интернет и воведувањето на етичките норми во 80-тите и првата половина на 90-тите години на XX век беше овозможено со фактот што интернетот не беше нашироко распространета појава и корисниците беа луѓе со универзитетско образование, кои интернетот го користеа за зголемување на своите знаења, за вршење истражувања, и за водење научни дискусии. Тие беа во положба независно да креираат цивилизирани правила за користење на интернет-услугите и истите да ги почитуваат.

Кон средината на 90-тите години на XX век, состојбата драматично се промени: Бројот на интернет-корисници се зголемуваше со геометриска прогресија, а за голем број на луѓе тоа стана нов начин на забава. Интернет-индустријата рапидно нарасна, задоволувајќи ги сите тие нови потреби. Оваа индустрија честопати создаваше и услови за прекршување на националните закони и јавниот морал. Турбулентното ширење на интернет-казина, порнографски веб-страници, ксенофобични повици за насилство, исто така, беа причина за загриженост.

Децата за кратко време се приспособија на интернетот, најпрво, како техничко средство за учење, а подоцна тоа прерасна во нова играчка. Се поставуваа прашања во однос на одговорноста не само на родителите и наставниците, туку и на државата во однос на тоа како ќе ги заштити малолетните лица од штетни информации.

***Кој треба да ги дефинира параметрите за надворешното управување со интернетот?***

Поради глобалниот карактер на интернетот, кој не познава државни граници, се отвори дискусија за дозволеноста и неопходноста за надворешна регулација на интернетот. Важна улога во оваа дискусија имаше Интернационалната телекомуникациска унија (ITU), специјализирана институција на Обединетите нации во областа на информатичката и комуникациската технологија (ИКТ). ITU го определува спектарот на радио фреквенции, кој денеска е неопходен за безжичните интернет-услуги и мобилни телефони; развива технички стандарди кои овозможуваат ефективна интероперабилност на мрежите и технологиите, и тежнее да го подобри пристапот до ИКТ во регионите кои се „сиромашни за информации“. ITU тежнее да стане форум на кој се дискутираат технички прашања и политики во врска со интернетот. Меѓутоа, основните области на надлежност на ITU во оваа област досега се помош околу премостување на јазот во дигиталните

технологии, меѓународна и регионална соработка и управување во користењето на спектарот на радиофреквенции, како и развој на стандарди и дисеминација на информации.

Особено важен исход од дискусиите кои се водеа кон крајот на 90-тите години на XX век и почетокот на 2000. година беше споделеното разбирање од страна на многу држави и меѓународни организации, дека на глобално ниво интернетот треба да се регулира од страна на три фактори со еднакви права. Фактот дека првиот фактор се владините тела, не дојде како изненадување за никого: владите секогаш биле потписници на меѓународни договори; потоа, за возврат луѓето бараат имплементацијата да биде извршена од страна на владите. Вториот важен фактор кој треба да земе учество во регулацијата на интернетот се бизнисите. Оваа премиса претставуваше нов елемент, иако практиката на бизнис-групите да лобираат за нивните интереси, вклучувајќи и на глобално ниво, никогаш не била одрекувана. Меѓутоа, на бизнисите никогаш не им било дозволено директно да учествуваат во усвојувањето на меѓународните договори. Третиот фактор во повеќестраното управување, исто така, беше невообичаен – граѓанското општество. Во овој случај, под овој термин се подразбираа само невладините организации кои ги претставуваат интересите на интернет-корисниците. Но не само тие организации, туку сите организации на граѓанското општество кои вршат активности на кои ИКТ има влијание. Денеска тешко може да се најде некоја организација во граѓанското општество која нема придобивки од присутноста на интернетот.

Револуционерниот карактер на овој пристап не се должи само на фактот што бизнисите и граѓанското општество се прифатени во процесот на одлучување, иако претходно постоеше можност тие да бидат консултирани, а во некои случаи тоа беше и неопходно. Тие станаа фактори рака под рака со владините тела со еднакви права. Ниедна од трите страни не може да го наметнува своето мислење на другите две страни. Ниедна одлука за управувањето со интернетот на меѓународно ниво не може да се донесе без дискусија која се базира на транспарентност и демократија и без согласност дадена од трите страни. Како резултат на тоа, дојде до подобрување на начелото за мултилатерално управување со интернетот на меѓународно ниво.

**Што е „меко право“?**

Во 2000. година, беше афирмиран еден важен принцип за примена на таканареченото „меко право“ во однос на меѓународната регулација на интернетот. „Мекото право“ е термин кој се однесува на препорачани норми, и се состои од креирање на одреден кодекс, но не и задолжително право според кое би функционираше интернетот, и има за цел да помогне да се формулира традицијата на корисниците за интернетот. Целата на мекото право е да се поттикнат интернет-корисниците, интернет-компаниите, интернет-провајдерите, и граѓанското општество да ги создаваат таквите традиции кои водат кон саморегулација.

Намерата која се сака да се постигне со примената на „мекото право“ како такво, претставува желба да не се наштети на можностите кои ги нуди интернетот, да се создадат политички услови за слободен и динамичен развој со цел сè поголем број на луѓе да ги користат знаењата кои може да се стекнат преку интернет. Тука се препознава и главната опасност која се однесува на создавање граници на интернет, блокирање на способноста на граѓаните на оваа или онаа држава да ги користат информациите и знаењата кои се поставени на интернет. Исто така, постои уште една опасност – да прерасне во депонија за фрлање на содржини ширум целиот свет, а тоа мора да се избегнува преку зголемување на интернет-писменоста, довербата во интернетот, и развојот на елементарни правила за саморегулација.

Може да се каже дека мекото право за управување со интернетот ги има формулирано општите начела за повеќето држави и народи. Тука спаѓа и мултилатералниот карактер на регулацијата. Начелото за зачувување на постојната „интернет-архитектура“ исто така, се признава. Таквата архитектура значи дека во кибер просторот, не постои централна канцеларија на национално или глобално ниво. Интернетот е транспарентен и отворен за сите; не постојат „тајни одделенија“ и тајни услуги. Не постои тело кое ги предводи чинителите на пазарот на услуги, или кое ги цензурира информациите или, пак, се вмешува околу конкуренцијата. Крајните корисници добиваат информации и ги споделуваат помеѓу себе без никакво вмешување. Давателот на услуги не се вмешува, туку само помага.

Давателот на услуги секогаш се поврзува на интернет кога корисниците се подготвени да платат за тоа. Давателот на услуги нема право да создава бариери за корисниците само затоа што тие се припадници на одредена социјална или етничка група. Интернет архитектурата на

секого му овозможува да комуницира без надворешна контрола и да добие пристап до сите материјални и телекомуникациски услуги.

Од таа причина, меѓу другото, под покровителство на Обединетите нации се одржа самит за информатичкоо општество, како една апсолутно нова појава во меѓународните политики. Светскиот самит за информатичко општество (WSIS) беше одржан на највисоко ниво, и тоа во две фази, во Женева (2003) и во Тунис (2005).

На средбата одржана во Женева, беше формирана работна група за управување со интернет (WGIG). Главната цел на оваа група е водење дијалог и постигнување консензус за разни прашања во врска со регулацијата и саморегулацијата.

### ***За какви прашања одлучува Форумот за управување со интернет?***

WGIG го организира Форумот за управување со интернетот (IGF) секоја година, а тоа овозможува да се прошири агендата и да се земат предвид и гласовите од широкиот спектар на чинители при одлучувањето. Сите сесии на форумот се емитуваат на интернет, а на тој начин се зголемува бројот на луѓе кои учествуваат во дискусиите околу управувањето со интернетот. Преку специјална платформа, секој учесник може виртуелно да учествува на средбите, да испраќа прашања и аудиовизуелни изјави до модераторот на средбата. Тие можат да ги слушнат учесниците, а говорниците потоа даваат одговор на поставените прашања. Тоа е еден голем меѓународен форум, кој вообичаено го отвораат шефови на држави, а учествуваат и министри за комуникации. Во 2012 година, IGF се одржа во Баку и беше посветен на темата на управувањето со интернетот за одржлив хуманитарен, економски и социјален развој.

На Форумот се создаваат таканаречените „динамични коалиции“. Динамичната коалиција е составена од интернет-корисници и организации кои се обединуваат во една виртуелна група за да дискутираат различни идеи, и да подготвуваат теми и изјави во врска со управувањето со интернетот. Денеска постојат околу десетина активни групи, вклучувајќи ја коалицијата за слобода на изразувањето и слободата на медиумите на интернет. Со нивната активност се унапредува комбинацијата од флексибилност во управувањето и одржувањето стабилност во развојот и мерките за зголемување на довербата во интернетот.

Меѓународните дискусии за управувањето со интернетот влијаат на

три области за кои е неопходна заедничка политичка одлука. Тоа се областите на човекови права, безбедност и економија. Како може да се бранат и развиваат човековите права со помош на интернетот? Како може да се осигура слободата на интернетот без да им се овозможува на криминалците да ја нарушуваат јавната и личната безбедност? Како може да се користи интернетот за развој на националната и глобалната економија, и за развојот на пост-индустриското информатичко општество?

### ***Што е управување со интернет?***

Од аспект на Советот на Европа, управувањето со интернет вообичаено подразбира развој и примена на норми и правила, процедури за донесени одлуки и програми од страна на владините тела, приватниот сектор, и граѓанското општество, со кои се влијае на развојот и користењето на интернетот, сразмерно на нивната улога и место во општеството, преку начела кои сите тие ги споделуваат. Телата на Советот на Европа имаат донесено одреден број на акти кои имаат карактер на препораки, а со нив се воспоставуваат заеднички стандарди за управувањето со интернет врз основа на основните начела на Конвенцијата за човекови права и основни слободи.

CM/Rec(2011)8, препорака на Комитетот на министри при Советот на Европа за државите-членки во однос на заштитата и унапредувањето на универзалниот карактер, интегритет и отвореност на интернетот, која беше усвоена неколку месеци пред усвојувањето на слична резолуција од страна на Советот за човекови права на Обединетите нации (види погоре), со што се укажа на еден особено важен принцип во управувањето со интернетот во Европа:

Правото на слобода на изразување, кое ја вклучува слободата на мислење и примање и соопштување информации и идеи без вмешување, е од суштинска важност за граѓанското учество во демократските процеси. Тоа право на слобода на изразување се применува како на онлајн, така и на офлајн активностите, независно од границите. Во контекст на Советот на Европа, заштитата на тоа право треба да се обезбедува во согласност со членот 10 од Конвенцијата и релевантната судска практика на Европскиот суд за човекови права.



## Принципи за управување со интернет

### 1. Човекови права, демократија и владеење на правото

Договореното во врска со управувањето со интернетот мора да обезбедува заштита на сите основни права и слободи и да ја афирмира нивната универзалност, неделивост, меѓусебна зависност, и меѓусебна поврзаност во согласност со меѓународното право за човекови права. Исто така, тие треба да обезбедат целосно почитување на демократијата и владеењето на правото и треба да го унапредуваат одржливиот развој. Сите јавни и приватни фактори треба да ги препознаваат и поддржуваат човековите права и основни слободи во нивното работење и активности, како и при изработката на нови технологии, услуги и апликации. Тие треба да бидат свесни за развојот кој може да доведе до зајакнување, но и до закани по основните права и слободи, и целосно да учествуваат во заложбите кои имаат за цел да се признаваат новосоздадените права.

### 2. Управување од страна на повеќе фактори

Развојот и имплементацијата на договорите за управување со интернетот треба да обезбеди на отворен, транспарентен и отчетен начин, целосно учество на владите, приватниот сектор, граѓанското општество, техничката заедница и корисниците, притоа земајќи ги предвид нивните специфични улоги и одговорности. Развојот на меѓународни јавни политики во врска со интернетот и договори за управување со интернетот треба да обезбедат целосно и еднакво учество на сите фактори од сите земји.

### 3. Одговорности на државите

Државите имаат права и одговорности во однос на меѓународните јавни политики во врска со интернетот. При остварувањето на своите суверени права, врз основа на меѓународното право, државите треба да се воздржуваат од постапување кое посредно или непосредно им нанесува штета на лицата или субјектите кои се надвор од нивната територијална надлежност. Покрај тоа, секоја национална одлука или постапување, кое води кон ограничување на основните права, треба да биде во согласност со меѓународните обврски, и особено да се заснова на закон, да биде неопходно во едно демократско општество и целосно да се почитуваат принципите на пропорционалност и правото на независно поднесување жалба, а сето тоа да е придружено со соодветни законски и процедурални заштитни механизми.

#### **4. Моќ на корисниците на интернет**

Корисниците треба да имаат целосна моќ да ги остваруваат своите основни права и слободи, да носат одлуки врз основа на информираност и да учествуваат во договорите за управување со интернетот, особено во механизмите за управување и во развојот на јавни политики во врска со интернетот, со целосна доверба и слобода.

#### **5. Универзалност на интернетот**

Политиките во врска со интернетот треба да го препознаваат глобалниот карактер на интернетот и целите на универзалниот пристап. Тие не треба неповолно да влијаат на непречениот проток на прекуграничен интернет-сообраќај.

#### **6. Интегритет на интернетот**

Безбедноста, стабилноста, робусноста и отпорноста на интернетот, како и способноста да се развива, треба да бидат главните цели на управувањето со интернетот. За да се зачува интегритетот и тековното функционирање на интернет инфраструктурата, како и довербата и резилентноста на корисниците на интернет, неопходно е да се унапредува националната и меѓународната соработка помеѓу факторите.

#### **7. Децентрализирано управување**

Децентрализираниот карактер на одговорноста за секојдневното управување со интернетот треба да се зачува. Телата кои се одговорни за техничките аспекти и аспектите со управувањето на интернетот, како и приватниот сектор, треба да ја задржат водечката улога во техничките и оперативните работи, а притоа да обезбедат транспарентност и отчет пред глобалната заедница за сите активности со кои се влијае на јавните политики.

#### **8 Архитектонски принципи**

Стандардите за отвореност и интероперабилност на интернетот, како и неговиот карактер од крај-до крај, неопходно е да се задржат. Овие принципи треба да ги предводат факторите кога носат одлуки за управувањето со интернетот. Не треба да постојат неразумни бариери за влез на нови корисници или за легитимно користење на интернетот или, пак, непотребни оптоварувања кои може да влијаат на потенцијалот за иновативност во врска со технологиите и услугите.

## 9. Отворена мрежа

Корисниците треба да имаат можност за најголем можен пристап до содржините на интернет, апликациите и услугите по нивни сопствен избор, независно дали тие се нудат бесплатно, притоа користејќи погодни уреди по нивни избор. Мерките за управување со сообраќајот, кои влијаат на уживањето на основните права и слободи, особено слободата на изразување и правото на добивање и давање информации независно од границите, како и правото на почитување на приватниот живот, мора да ги задоволуваат условите на меѓународното право за заштита на слободата на изразување и пристап до информации, како и правото на почитување на приватниот живот.

## 10. Културолошки и јазичен диверзитет

Задржувањето на културолошкиот и јазичниот диверзитет и поттикнувањето на развој на локална содржина, независно од јазикот или скриптата, треба да бидат клучни цели за политиките за интернет и меѓународна соработка, како и за развојот на нови технологии.

Декларација на Комитетот на министри за принципите на управување со интернетот (Усвоена од Комитетот на министри на 21 септември 2011 година на 1121-та сесија на заменици министри)

### ***Што вели Советот на Европа за почитувањето на човековите права на интернет?***

Препорака SM/Rec(2007)16 на Комитетот на министри на Советот на Европа за државите членки за мерките за зголемување на вредноста на интернетот како јавна услуга, која државите членки на Советот на Европа мораат да ја усвојат или да усвојуваат политички одлуки за зачувување, и кога е можно, за зајакнување на одбраната на човековите права и придржувањето до владеењето на правото во информатичкото општество. Во тој контекст, посебно внимание се посветува на:

- Правото на слобода на изразување, информации и комуникација на интернет и преку друга промовирана ИКТ, меѓу другото, преку обезбедување пристап до нив;
- Потребата да се даде сигурност дека горенаведеното право не е ограничено (на пример во форма на цензура) освен до степен до кој тоа е дозволено со членот 10 на Европската конвенција за човекови права, според толкувањето на Европскиот суд за човекови права;
- Слободата на сите групи во општеството да учествуваат на собираи помогнати од ИКТ и други форми на здружено живеење, кои не

подлежат на ограничувања, освен на оние кои се наведени во членот 11 на Европската конвенција за човекови права („Слобода на собирање и здружување“) според толкувањето на Европскиот суд за човекови права;

Во март 2012 година, земјите членки на Советот на Европа ја одобрија заедничката Стратегија за управување со интернет, која имаше за цел да се унапредуваат и заштити човековите права, владеењето на правото, и демократијата во онлајн просторот. Врз основа на Декларацијата за принципите на управувањето со интернет, Стратегијата дава 40 насоки за дејствување, кои се поделени во шест области (отвореност на интернетот, кориснички права, заштита на податоци, компјутерски криминал, демократија и култура, деца и млади). Стратегијата треба да се спроведе во период од 4 години -од 2012 до 2015 година – во тесна соработка со разни партнери, вклучувајќи и претставници на приватниот сектор и граѓанското општество.

***Дали земјите учеснички во ОБСЕ имаат обврски да ја чуваат слободата на интернет?***

Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ) посебно внимание посветува на развојот на интернетот. Во 2004 година, на средбата на министрите за надворешни работи на земјите учеснички, одлуката на Постојаниот совет на ОБСЕ, која беше донесена кратко време пред да биде одобрена, ги обврзува земјите да „преземаат активности за да се обезбеди дека интернетот и понатаму е отворен и јавен форум за слободата на мислењата и изразувањето, како што е втемелено во Универзалната декларација за човекови права, и да се поттикне пристапот до интернет во домовите и училиштата“. Со овој документ, беше назначен Претставникот на ОБСЕ за слобода на медиумите, кој понатаму има активна улога во унапредувањето на гаранциите за слобода на изразување на интернет и пристап до интернет, како и следење на случувањата во тој поглед во сите земји учеснички.<sup>20</sup>

***Како Комонвелтот на независни држави предлага да се направи регулација на интернетот?***

Приоритетите на 11 земји учеснички во ОБСЕ, исто така, се вклучени во одлуките на Комонвелтот на независни држави (CIS). Во 2011 година, Парламентарното собрание на CIS во Сент Петербург усвои модел-закон за CIS, „За основите на регулацијата на интернетот“. Правното

20 Слобода на изразување, Слободен проток на информации, Слобода на медиуми: OSCE/OSCE Главни одредби 1975-2011, Виена: ОБСЕ Претставник за слобода на медиумите, 2011. стр. 32. Види: <http://www.osce.org/fom/31232>

значење на овој зафат не треба да се потценува, но, сепак, тоа претставува интересна политичка визија за тоа како треба да се изврши регулација на интернетот. Законот се нарекува модел-закон бидејќи тој сам по себе не претставува извор на право -- тоа е само модел за национален акт кој се предлага за разгледување и усвојување од секоја земја во рамките на CIS, вклучувајќи ја и Русија. Имено, во модел-законот се наведува дека регулацијата на односите во врска со употребата на интернет мора да се спроведува преку почитување на следните основни принципи:

- Гаранција на правата и слободите на граѓаните, вклучувајќи го правото да користат интернет и да имаат пристап до информациите поставени на интернет;
- Ограничување на областа на регулација на интернетот само во оние тематски области каде недостасуваат или не може да се применуваат нормите и правилата воспоставени на меѓународно ниво поради условите пропишани или кои се донесени од саморегулаторните организации на корисници или провајдери на интернет-услуги.

За првпат, на такво важно меѓународно ниво, беше прифатено дека дојде до појава на нови човекови права: во однос на употребата на интернет и пристапот до информации на интернет. Вториот важен принцип кој мора да се истакне е дека сферата на владина регулација на интернетот со закон мора да се ограничи – ограничена поради фактот што законот не важи во сфера каде се применуваат норми и правила кои се усвоени од страна на саморегулаторните организации, односно, самата интернет-заедница.

Законот не треба да ја регулира сферата која, пак, е регулирана со правилата на интернетот. Колку што е поголем бројот на самоуправувачки правила за регулација на интернетот, толку е помала регулацијата пропишана со закон.

### ***Што се смета дека претставува компјутерски криминал?***

Меѓународната регулација на интернетот не е ограничена само на „мекото право“. Моделот кој во практиката се применува за кривична и правна регулација на односите на интернет е Конвенцијата за компјутерски криминал (криминал во кибер просторот) усвоена во Будимпешта на 23 ноември 2001 година. Членките на Советот на Европа, како и САД, Јапонија, Обединетата Арапска Република и Канада земаа учество во подготовката на Конвенцијата. Конвенцијата стапи на сила на 1 јули 2004 година, и денеска е потпишана од 47 држави и има стапено во сила во 37 од нив (за жал, покрај тоа што се членки на Советот на Европа,

Конвенцијата не ја потпишаа Андора, Сан Марино, Монако и Русија).

Конвенцијата има за цел да овозможи меѓународна соработка во борбата против криминалот на интернет и усвојување на усогласени законски мерки за превенција. Државите кои ја имаат потпишано Конвенцијата се имаат обврзано да се борат против незаконското користење на интернет за фалсификување на бази на податоци, дистрибуција на компјутерски вируси, нанесување штета на интелектуалната сопственост, и дистрибуција на детска порнографија.

Според Конвенцијата, секоја земја потписничка треба да ги предвиди како кривични дела постапувањата околу подготовката, понудата или обезбедувањето, дистрибуцијата, трансферот или приемот на материјали во врска со детската порнографија, преку компјутерскиот систем, или поседување на такви материјали во компјутерскиот систем или уреди со компјутеризирани податоци.

Од учесниците, исто така се бара како кривично дело да ја предвидат и повредата на авторските и сродни права според значењето кое тие го имаат во релевантните меѓународни договори, кога таквото постапување е извршено со намера, за комерцијални цели или преку компјутерскиот систем.

### ***Како се спроведува Конвенцијата за компјутерски криминал во практиката?***

Конвенцијата ги обврзува државите членки да обезбедат услови за провајдерите на интернет во неопходниот временски период (не подолг од 90 дена) да архивираат одредени компјутерски податоци, вклучувајќи и податоци за сообраќајот, доколку дојде до потреба истите податоци да бидат проверени од страна на надлежните власти.

Секоја од државите потписнички на Конвенцијата мора да презема мерки со кои на националните власти ќе им се овозможи тајно да прибираат и евидентираат податоци за сообраќајот во реално време кои се однесуваат на одредени операции при трансферот на информации преку компјутерската мрежа на територијата на државата. Во случај на тешки кривични дела, таквата можност, исто така, треба да постои за пресретнување на содржините на пренесените информации.

Земјите членки на Конвенцијата мора да обезбедат опсежна соработка помеѓу себе со цел да се спроведуваат истраги и кривично гонење за компјутерски криминал.

### ***Кој закон се применува за санкционирање на расистички изјави на интернет?***

Во 2006 година, Факултативниот протокол кон Конвенцијата за компјутерски криминал стапи на сила во однос на криминализацијата на дела со расистички или ксенофобичен карактер, а извршени преку компјутерскиот систем. Протоколот е потпишан од 35 земји и има стапено на сила во 20 од тие земји.

Овој Протокол ги проширува обврските кои произлегуваат од Конвенцијата и врз пишани материјали, опишување или друго претставување на идеи и теории со кои се врши пропаганда, се овозможува или се поттикнува омраза, дискриминација или насилство врз лице или група на лица, и кога тоа служи како изговор за факторите кои се засноваат на расата, бојата на кожата, националното и етничкото потекло и религијата.

Во основа, со овој акт се препознаваат следните кривични дела на меѓународно ниво:

- Дистрибуција на расистички и ксенофобични материјали преку компјутерските системи;
- Закана за извршување на тешко кривично дело мотивирано од расизам и ксенофобија;
- Јавна навреда, мотивирана од расизам и ксенофобија;
- Одредување, прекумерно минимизирање, одобрување или оправдување на геноцид или дела против човештвото;
- Помагање или соучесништво во извршувањето на горенаведените дела.

Придонесот на Конвенцијата кон меѓународното право се состои, всушност, во појаснувањето што е кривично казниво дело при дистрибуција на материјали на интернет. Тоа се однесува на три случаи: детска порнографија, повреда на авторски права во комерцијални работи и дистрибуција на расистички/ксенофобични материјали – како и поттикнување на тие дела или помагање во извршувањето. Листата која е општо прифатена завршува тука; притоа не може да се најде ништо кое ќе послужи како оправдување за тероризмот, не постои ништо за екстремизмот и не постојат политички кривични дела.

**ГЛАВА ВТОРА:  
САМОРЕГУЛАЦИЈА НА  
СОДРЖИНАТА ОД ОНЛАЈН  
ИНДУСТРИЈАТА**



## Вовед

Пред ерата на интернетот, информациите и содржините, главно, се ставаа на располагање преку дифузерите и печатот, и лесно беа држени под контрола од страна на националните влади. Денеска, Web 2.0 располага со глобални информации, ги поттикнува новите форми на новинарство, кои се интерактивни и моментални, и се даваат начини на кои граѓаните можат да објавуваат. Како резултат на тоа, националните влади изгубија дел од контролата која ја имаа врз содржината која ја читаат и создаваат граѓаните. Иако интернетот драматично ги зголеми изгледите за слободата на изразување, сепак, широката расположливост на разни содржини, вклучувајќи и сексуална експлицитна содржина или содржина која е шетна за децата, предизвикува голема загриженост. Од таа причина, многумина сметаат дека е неопходна построга регулација на интернетот – кое, пак, се смета за мошне непрактично, имајќи предвид дека интернетот постои на глобално ниво, дека тоа е отворена средина, и притоа не постои општо разбирање за меѓународните правила за интернет.

Регулацијата на онлајн содржините е огромен предизвик, и сè поголем број на држави усвојуваат закони за регулација на интернетот, што, пак, од друга страна претставува закана за медиумскиот плурализам. Со цел да се избегне вмешување во правото на слободата на изразување онлајн, некои ја охрабруваат онлајн индустријата да се справува со незаконските содржини или авторските права во кибер просторот по пат на „саморегулација“. Исто така, корисниците се охрабруваат подобро да ја контролираат содржината која им е достапна, и уште поважно, содржината која им е достапна на децата. Иако некои тврдат дека тоа е решението кое треба да има предност, други, пак, сметаат дека во овој вид на само-регулација недостасува процедурална правичност и заштита на основните права кои, пак, се охрабруваат преку независниот и парламентарниот надзор. И покрај тоа што саморегулацијата традиционално се користеше за да се овозможи на интернет-индустријата ефикасно да управува со своите мрежи и да ги штити своите потрошувачи од проблеми како што е спам, сè повеќе е во пораст трендот со кој интернет-посредниците се притискаат да ги контролираат и казнуваат своите консументи под превезот на „саморегулацијата“.



## Од Џо Мекнаме

### ***Што претставува архитектура на интернетот?***

Интернетот претставува мрежа на меѓусебно поврзани мрежи – отворена архитектура која нуди инфраструктура за комуникација „од кој било - до кој било“. Меѓусебната поврзаност на повеќе нивоа по дефиниција е клучна за интернетот. Токму таа отвореност ја дава и резилентноста на интернетот, вредноста која интернетот ја има за граѓанските слободи, како и за економијата. Интересно е да се забележи дека и активистите и онлајн бизнисите ги користат истите уникатни карактеристики на интернетот – отвореноста. Активистите можат да ги пренесат своите пораки на светот; компаниите за е-трговија можат да ги понудат своите услуги во целиот свет. Експериментите за регулација или „саморегулација“ кои навлегуваат во оваа клучна вредност мора да се разгледуваат од оваа перспектива.

### ***Кога провајдерите на интернет-услуги се одговорни за содржината на корисниците?***

Тоа се разликува од една до друга земја. Основното првично начело кое беше усвоено во Европската Унија и во Соединетите Американски Држави беше дека провајдерите на интернет-услуги треба да бидат одговорни доколку или директно соучествуваат со корисникот во продукцијата на содржината или, пак, и двете страни имале директна контрола врз податоците (на пример, интернет-провајдер) и биле запознаени со незаконитоста на содржината. Овој пристап беше клучен за развојот и особено за економскиот успех на интернетот во Европската Унија и Соединетите Американски Држави.

Овој принцип сè повеќе се разјадува преку примената на судски налози за да се изречат мерки за филтрирање, блокирање и надзор над провајдерите на интернет-услуги, како и вонсудско изрекување на тие мерки (или спонтано од страна на самиот провајдер или како резултат на владин или друг притисок)<sup>21</sup>. Додека Европскиот суд на правдата има воспоставено некои корисни ограничувања во издавањето судски налози во врска со онлајн активности (особено во предметите

21 Забрана е судски налог со кој од страната се бара да не врши или да се воздржува од вршење на одредени дела. Тоа е вонреден лек, кој се изрекува во посебни околности каде е неопходно привремено да се задржи статус кво. Оттаму, забраната обично се изрекува во случаи кога непоправливата повреда на правата на поединецот би резултирала поинаку. Мора да биде очигледно за судот дека некое дело е извршено, или дека постои закана за истото, дека ќе предизвика непоправлива повреда по страната која ја бара забраната.

Скарлет/Сабам и Нетлог/Сабам)<sup>22</sup>, сепак, загрижува трендот со кој се дава можност таквите судски налози и забрани да бидат вклучени во трговските договори (како што е АСТА). Извезувањето на режимот на Европската Унија за судски налози без да се увезат заштитните механизми на основните права во најдобар случај е непромислено, а во најлош случај, тоа претставува прекршување на меѓународните обврски на Европската Унија за заштита на човековите права.

Тоа, исто така, го изложува на ризик растот на онлајн економијата во помалку развиените земји и го извезува ограничувањето на слободата на говор во земјите кои немаат механизми за урамнотежување на основните права со разни владини и корпоративни интереси.

Недореченостите во однос на одговорноста имаат влијание и врз интернет-компаниите кои сè повеќе применуваат „саморегулација“ како начин за „самоодбрана“. Преку нивните услови за давање услуги, тие сè повеќе си даваат овластување да бришат, блокираат или да цензурираат речиси сè, по свое дискрециско убедување, притоа поткопувајќи ја предвидливоста и слободата на говорот. Една водечка меѓународна компанија, во своите услови за давање услуги за изработувачи на апликации, си дава право да ја „отстрани или суспендира расположливоста на која било апликација“ „од која било причина или без причина“.

### ***Дали веб-порталите или пребарувачите се подложни на некаква регулација или саморегулација?***

Точно е дека пребарувачите и веб-порталите имаат влијание врз тоа како се дава приоритет на содржината која може да се најде на интернет. Граѓаните наоѓаат содржина преку овие услуги и тие мора да бидат организирани така што нешто се појавува на почетокот на листата од резултатите од пребарувањето. Оттука, исто така, е точно дека пребарувачите и веб-порталите мора да најдат начин за интерна регулација – или со други зборови, саморегулација. Прашањето кое тука се поставува во однос на општеството е дали таквите услуги, особено

<sup>22</sup> Скарлет против Сабам, 24 ноември 2001 и Сабам против Нетлог, 16 февруари 2012 година. Во двата случаја по кои одлучувал Европскиот суд за правда, Сабам побарал судски налог за забрана со која се барало да постои помало сомнение и отворено филтрирање на користењето интернет-услуги од страна на граѓаните (Web хостирање за Нетлог и врснички мрежи за Скарлет), платени од интернет-провајдерот. Во предметот Нетлог, белгиските судови сакале да ја оспорат судската зарана, но сакале да ја поддржат забраната во предметот Скарлет.

Во двата предмета, одлуките на Судот се засновале на Повелбата за основни права на Европската Унија и ја истакнале опасноста од користење на судски налози за забрана во дигиталното опкружување. Се покажало дека е неопходно да се користи законот за да се спроведуваат предложените ограничувања на правото на комуникација или правото на приватност онлајн.

кога тие контролираат поголем дел од пазарот, се транспарентни и неутрални.

Состојбата во однос на регулацијата е многу покомплексна. Во Европската Унија, поради предметот *L'Oréal/eBay*<sup>23</sup> пред Европскиот суд на правдата, се создаде можност за барање одговорност од тие компании, кога нивната услуга била „активна“. Меѓутоа, Судот не успеал да даде соодветни насоки за овој концепт, што значи дека судовите во разни земји членки на Европската Унија овој пристап го имаат толкувано на различен начин. Во суштина, и покрај тоа што не се јасни промените кои беа предизвикани со тоа, сепак, принципот кој важи е дека колку е понеутрална услугата, толку е поголема веројатноста дека ќе се бара одговорност од провајдерот за содржината. За возврат, тоа значи дека режимот за барање одговорност станува сè понесигурен, со што се зголемува ризикот од *ad hoc* превентивна цензура од страна на компаниите кои се даватели на услуги.

### ***На кој начин веб-порталите и пребарувачите го гарантираат онлајн плурализмот?***

Пребарувачите и порталите чии алгоритми се неутрални и не даваат приоритет врз основа на комерцијални интереси, политика, итн., помагаат да се одржи отвореноста која има централно место во успешноста на интернетот. Иако тие алгоритми се комерцијално сензитивни и оттаму не може лесно да се верификуваат, потребна е постојана претпазливост за да се обезбеди максимална транспарентност и неутралност.

### ***Што претставува неутралност на мрежата?***

Тоа е суштината на отвореноста на интернетот – тоа е принципот дека провајдерот на мрежата не смее да дава приоритет (или да одзема приоритет) на сообраќајот врз основа на потеклото, дестинацијата или намерата, освен за релевантни безбедносни причини.

23 *L'Oréal против eBay*, Пресуда на Големиот судски совет на Европскиот суд на правда, 12 јули 2011 година. Предметот се однесувал на рекламата и продажбата на стоки на онлајн пазарното место *eBay*. *L'Oréal* тврдел дека *eBay* е одговорен за повреда на трговските заштитни знаци на *L'Oréal's* од страна на продавачите на страницата *eBay*. Со одлуката се појаснил степенот на ослободеност од одговорност на посредниците провајдери на услуги. Судот навистина одлучил дека операторот на онлајн пазарно место не може да се потпира на ослободувањето од одговорност доколку имал „активна улога“ со која „се даваат на знаење или се дава контрола врз податоците кои се однесуваат на понудата за продажба“. ЕСП, исто така, потврдил дека од операторот може да се бара одговорност доколку е свесен за фактите и околностите од кои нелегалните информации стануваат очигледни и пропушта да ги отстрани таквите информации од својата веб-страница. [http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db1e149ecd04654f6f9d47e9a8\\_8a095446\\_e34KaxiLc3qMb40Rch05axuKxbx0?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1599782](http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db1e149ecd04654f6f9d47e9a8_8a095446_e34KaxiLc3qMb40Rch05axuKxbx0?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1599782)

## **Меѓународни механизми за унапредување на слободата на изразување**

### **ЗАЕДНИЧКА ДЕКЛАРАЦИЈА ЗА СЛОБОДАТА НА ИЗРАЗУВАЊЕ И ИНТЕРНЕТОТ**

Специјалниот известувач за слободата на мислење и изразување на Обединетите нации (ОН), Претставникот за слобода на медиумите на Организацијата за безбедност и соработка во Европа (ОБСЕ), Специјалниот известувач за слободата на изразување при Организацијата на Американските Држави (ОАС) и Специјалниот известувач за слобода на изразување и пристап до информации на Африканската комисија за човекови и граѓански права (АЦХПР),

На 1 јуни 2011 година ја усвоија следната Декларација за слобода на изразување и интернетот:

#### **Неутралност на мрежата**

а) Не треба да постои дискриминација во постапувањето со податоците и сообраќајот на интернет, врз основа на уред, содржина, автор, потекло и/или дестинација на содржината, услугата или апликацијата.

б) Интернет-посредниците треба да бидат транспарентни околу секоја практика на управување со сообраќајот или информациите која тие ја применуваат, а релевантните информации за тие практики треба да се стават на располагање во форма која е пристапна за сите фактори.

Извор: [www.osce.org/fom](http://www.osce.org/fom)

#### ***Кој треба да ја симне содржината генерирана од корисниците кога истата е незаконска?***

Тоа зависи, пред сè, од самата содржина. Тривијалните навреди може да се разрешат преку интеракција со лицето кое ја вчитало таа содржина. Кривичните дела треба да се разрешуваат на секојдневна основа. Понекогаш, може да биде соодветно доколку провајдерот ја суспендира содржината, доколку прикажаната содржина е непосредна физичка закана за едно или повеќе лица. Понекогаш, многу е поважно да не се „даде предупредување“ на сторителот на кривичното дело и треба да се земат предвид приоритетите на органите кои ги спроведуваат законите.

Сосема е логично дека реакцијата на интернет-компаниите е да ги отстранат непристојните материјали колку што може побрзо. Меѓутоа,

овој пристап е полн со ризици – како за слободата на говорот, така и за борбата против незаконските активности. Колку е помал законскиот надзор предда се отстранат материјалите, толку е поголема веројатноста дека, исто така, ќе бидат отстранети и совршено законски материјали, за жал, на штета на слободата на говорот. Покрај тоа, колку побрзо се отстрани содржината, поголем е ризикот дека таквото површно (само пет минути подоцна истата страница може да се вчита на друго место) постапување ќе ги замени, наместо да ги надополни активностите на органите за спроведување на законите.

### ***Како да се справиме со говорот на омраза на интернет?***

Тешко е да се даде одговор на тоа прашање бидејќи концептот на „говор на омраза“ значително се разликува од една до друга земја. Истражувањата покажуваат дека говорот на омраза честопати се поставува на интернет за да се привлече внимание. Тоа значи дека постои многу тенка линија помеѓу ефективното спроведување на законите и создавањето на контрапродуктивни ефекти. Не постојат доволно спроведени истражувања на оваа тема, што значи дека пристапите кои се базирани на владеењето на правото постојано се покажуваат како неуспешни.

Од друга страна, постои зголемена тенденција за целосно напуштање на владеењето на правото и предавање на моќта за одлучување по тие прашања во рацете на интернет-компаниите.

Интернет-компаниите може да преземаат само површни дејствија (отстранување на страницата, која за само неколку секунди може да се вчита на друго место). Потпирањето на интернет-компаниите да ја преземат улогата на судија, порота или извршител за онлајн содржините е лошо решение, дури и од нивна перспектива, бидејќи тоа не е дел од нивната деловна дејност или нивните вештини. Покрај тоа, решението е лошо и за самите жртви бидејќи привременото отстранување од страницата А, пред повторно да се вчита на страницата Б, нема никаква полза. Единствениот победник во овој пристап е оној кој го дистрибуира говорот на омразата, кој повеќе не мора да се грижи околу санкциите изречени од страна на суд.

На одреден начин, решението, веројатно, може да се најде во начините на кои тоа е направено за традиционалните медиуми. На пример, во 2001 година, специјалните мандати за правото на изразување во ОН, ОБСЕ и ОАД, воведоа одреден број на услови кои треба да се почитуваат

во законите за говор на омраза<sup>24</sup>:

- Никој не треба да се казнува за изјави кои се точни.
- Никој не треба да се казнува за дисеминација на говор на омраза, освен доколку е покажано дека тоа е направено со намера да се поттикне дискриминација, непријателство или насилство.
- Треба да се почитува правото на новинарите да одлучуваат како најдобро да ги соопштуваат информациите и идеите на јавноста, особено кога известуваат за расизам и нетолеранција.
- Никој не треба да биде изложен на претходна цензура.
- Секое изрекување на санкции од страна на судовите треба да биде во согласност со начелото на пропорционалност.

На тоа, во Европските дигитални права се додава дека граѓаните - новинари не треба да добиваат поинаков третман од професионалните новинари.

### ***Како да се постапува кога нелегална онлајн содржина е анонимна?***

Постојат многу мал број на нелегални онлајн содржини кои се потполно анонимни; напротив, постои едноставно отсуство на ефективна соработка помеѓу органите кои ги спроведуваат законите за да ги идентификуваат сторителите кога тоа е соодветно. Сметајќи го тоа за проблем, токму тоа треба да се разреши. Меѓутоа, наместо да се решава реалниот проблем, креаторите на политики сè повеќе го претпочитаат пристапот на „лесното“ решение со кое, пак, станува сè потешко да се заштити нечиј идентитет онлајн. Приватноста има клучно значење за слободата на говорот, и секој обид да се ограничи анонимниот говор онлајн ќе биде значително непропорционален, површен и погрешен.

### ***Кои се предностите и недостатоците од само-регулацијата на онлајн индустријата?***

Основното правило кое треба да се почитува е дека колку е поефективен внатрешниот процес на саморегулација, толку е поголема пропорционалноста и почитувањето на основните права.

На пример, еден сектор во индустријата може да усвои кодекс за саморегулација за да се осигури дека политиките за приватност се јасни и дека ја следат истата методологија (со што на корисниците им се овозможува да направат избор помеѓу разни провајдери на основа на

<sup>24</sup> Меѓународни механизми за унапредување на слободата, Заедничка декларација за расизмот и медиумите, јули 2001 година, <http://www.article19.org/data/files/pdfs/igo-documents/three-mandates-statement-1999.pdf>



нивната информираност). Овој процес е потполно интересен процес, со јасна цел каде субјектот кој подлежи на регулација е самата компанија.

Од друга страна, пак, пристапот за саморегулација каде компаниите даваат согласност да ги отстрануваат можните нелегални веб-страници е во основа различен. Правилата кои се применуваат не ги има развиено самата компанија, и компанијата не врши регулација на себе, туку на своите клиенти. Кога правилата не се на самата компанија, кога целите на политиката не се правила на самата компанија, кога компанијата самата не ја врши своја регулација, во тој случај станува збор за потполно различен процес од „саморегулацијата“ и би било посоодветно да се опише како „приватно спроведување на законите“. Повеќето проблеми кои произлегуваат од развојот на политики во оваа област произлегуваат од пропустот на креаторите на политики да ја ценат токму оваа важна разлика.

### ***Кои се опасностите од саморегулацијата на онлајн индустријата?***

Постојат голем број на опасности кои се поврзуваат со приватното или самостојното спроведување на законите. И тоа, особено:

1. Единствените активности кои еден интернет посредник може да ги преземе се површени ниту може да уапси некого, ниту, пак, да започне кривично гонење.
2. Интернет-посредниците се приватни компании на кои приоритет им е да остварат профит и да останат во бизнисот, а не да ја штитат слободата на изразување. Тие ќе „погрешат поради претпазливоста“, бидејќи, генерално, помал е ризикот од бришењето на потполно легална онлајн содржина, отколку ризикот да се остави легалната содржина онлајн – особено кога станува збор за граѓани и за „бесплатни“ услуги.
3. Постои постојан и значителен ризик дека органите кои ги спроведуваат законите, и кои имаат ограничени ресурси, нема да дадат приоритет на одредени онлајн навреди доколку сметаат дека можат да се потпрат на интернет-посредниците кои само привремено направиле проблемот да „исчезне“.

### ***Дали користењето на софтвер за филтрирање од страна на родителите претставува некој тип на саморегулација на интернетот?***

Родителите не вршат регулација на себе, што значи тоа не е „саморегулација“. Зависно од возраста на детето, може да биде

помалку или повеќе соодветно за родителот да ја филтрира интернет-конекцијата за своето дете. Меѓутоа, никогаш не е најдобра педагошка практика да се спречува детето да се соочи со некаква опасност.

Во одредена фаза, родителот иако со колебање, сепак, мора да го пушти детето само да ја премине улицата и да не го држи за рака. Соодветното справување со овој ризик и едукацијата претставуваат предизвик, така што на крајот на детето ќе му се препушти самостојно да се справува со ризикот.

Сите ние имаме една примарна (и здрава) желба да ги заштитиме децата колку што можеме. Меѓутоа, заштитата на децата онлајн е честопати спротивна на здравиот разум – како што покажува и студијата спроведена од независната Канцеларија за стандарди во образованието во Обединетото Кралство, дека послабото филтрирање на интернет- конекциите на децата е подобро за безбедноста на децата отколку кога се прави построго филтрирање. Оттаму, особено е важно да се придвижиме од „првичната реакција“ за регулација на онлајн активностите на децата кон еден пристап кој се заснова на докази.

### ***Дали треба да постои саморегулација на новите медиуми?***

Прашањето во овој случај е многу поинтересно од самиот одговор. Дали постои некаква форма на новинарство со која не се врши „саморегулација?“ Секој блог има одреден јазичен регистар, секој автор има свој стил кој го приспособува на читателите, и секој автор врши „саморегулација“ на напишаното на начини со кој сака да избегне или да повика на контроверзност. Дали новите медиуми треба да вршат саморегулација на содржината која ја генерираат во свое име, за да се задржи одредено ниво на квалитет, јазичен стил или тематски фокус? Апсолутно, би било апсурдно да се тврди спротивното. Дали блог услугите треба да станат блогови кои ќе вршат контрола и ќе вршат претходна цензура, ќе ги бришат или дисконектираат блогерите врз основа на правила пропишани со условите за нивните услуги, со што ќе се поставуваат построги и помалку транспарентни стандарди отколку демократски одобрените закони? Апсолутно не – постојат добри причини зошто секој од поголемите инструменти за човекови права експлицитно наведува дека ограничувањето на основните слободи, како што е слободата на комуникација, мора да бидат засновани на закон.

## **Саморегулација на содржината од страна на индустријата: Пример од Фондацијата за следење на интернетот во Обединетото Кралство**

### **Од Сузи Харгривс, главен извршен директор на IWF**

Фондацијата за следење на интернетот (IWF) е добротворна организација во Обединетото Кралство, која е основана од онлајн индустријата за да се справува со специфична област, односно нелегална содржина: содржина поврзана со сексуална злоупотреба на деца (CSAC), која генерално е позната како детска порнографија.

### **Историјат на IWF**

IWF беше основана во 1996 година од страна на интернет-индустријата во Обединетото Кралство по дискусиите кои се водеа со полицијата и владините министерства. Во тоа време интернетот беше нова појава и полицијата сметаше дека интернет-провајдерите извршуваат прекршок поради фактот што постојат новински групи кои поставуваат непристојни слики на деца. Во Обединетото Кралство, поседувањето детска порнографија претставува кривично дело, а под „поседување“ се смета и гледање на интернет. Оттаму, во 1996 година, интернет-провајдерите беа засегнати да обезбедат дека ниту тие, ниту нивните невини клиенти нема да бидат кривично одговорни доколку поддржуваат или случајно се гледа детска порнографија. Владата и полицијата ги поддржаа заложбите на индустријата да се реши тоа прашање на основа на саморегулација, работејки во партнерство со органите кои ги спроведуваат законите, но и одделно од нив.

IWF беше основана како независно тело со задача да прима, оценува и следи приговори од јавноста за содржини со детска сексуална злоупотреба. Од самото отворање, IWF има услуга – хотлајн линија за јавноста каде може да се пријави потенцијална криминална содржина и во партнерство со полицијата да обезбедува услуга за „известување и симнување на содржината“ со која интернет-провајдерите се советуваат да ја отстранат таа содржина.

Во првата година од работењето, IWF обработи околу 1.300 пријави и имаше пет членки кои ја финансираа фондацијата. Во 2011 година, беа обработени околу 42.000 пријави и се стекнаа околу 100 членки. Ваквиот пораст во пријавувањето произлегува не само од зголемената софистицираност на криминалците на интернет, туку и на подобрената способност за нивно следење.

### Како функционира

Првиот приоритет на IWF беше да се идентификува детската порнографија која е хостирана во Обединетото Кралство и отстранување на истата колку што може поскоро. Тоа се покажа за особено успешно со текот на годините, така што количината на хостирана содржина во Обединетото Кралство се намалила од 18 % во 1996 година до 1 % во моментот.

Материјалите кои ќе се најдат и се хостирани во Обединетото Кралство се отстрануваат за помалку од еден час. Таквото достигнување е возможно само поради тесната соработка помеѓу полицијата и индустријата. Целата потенцијално криминална содржина се споделува со полицијата која ја потврдува процената и го зема она што ќе биде неопходно за кривичната истрага. Индустријата веднаш постапува за да се отстрани таквата содржина.

Во 2009 година, преку договор со индустријата, IWF, исто така, презема одговорност да идентификува и издава известувања за симнување од интернет на нелегална екстремна порнографија, иако досега имало само неколку такви случаи.

Покрај домашната услуга за хотлајн линија, исто така, креира листа на URLs – односно конкретни веб-адреси – со содржина за детска злоупотреба кои се хостирани надвор од Обединетото Кралство. Таа листа се дистрибуира на давателите на услуги, компаниите за пребарување, сајтовите за хостирање и компаниите за филтрирање, за да може да применат блокирање или филтрирање на пристапот до таа содржина. Иако повеќето корисници на листата имаат седиште во Обединетото Кралство, таа листа сè повеќе се користи и во други земји. Како дел од конзорциумот INHOPE составен од 40 хотлајн линии ширум светот, оваа листа се спојува со листите на тие хотлајн линии за да се направи една универзална листа на глобално ниво.

Користењето на листата за да се направи блокирање е најспорниот елемент кој предизвика голема загриженост околу можните судири со Европската конвенција за човекови права. Тимот аналитичари на IWF постојано ги обработуваат пријавите и ја ажурираат листата со URLs два пати во денот. Листата е динамична и варира во однос на должината, и тоа од 300 до 600 URLs. Во Обединетото Кралство, листата ја применуваат широкопојасните провајдери, кои покриваат 98 % од пазарот во Обединетото Кралство. На тој начин се спречува ненамерен

пристап до детска порнографија. Меѓутоа, притоа не се спречува еден одлучен педофил да најде технички начини како да го надмине блокирањето. Она што добро се прави е, всушност, поставување на еден особено ефективен филтер, и само некој кој е одлучен ќе го избегне – и преку наоѓање на блокираната содржина, тоа лице со умисла го врши кривичното дело.

### **Зошто саморегулација?**

Најпрво, за саморегулација е неопходна поддршка од најголемиот дел од индустријата, а за да се добие поддршка значи индустријата да соработува со регулаторот, а не да се бори со него. Поради огромната поддршка која ја добива, IWF може да работи само со 20 ангажирани лица. Притоа, особено се потпира на техничката и друга експертиза која ја има во интернет-индустријата. Ако нешто треба да се направи, тоа за нас го прави индустријата. Второ, саморегулацијата обезбедува дека IWF моделот и понатаму е релевантен бидејќи реагира на промените во онлајн опкружувањето многу побрзо отколку кога IWF би бил обврзан со закон.

Трето, од индустријата кажуваат дека имаат поголема доверба во нив отколку во полицијата. Иако велат дека веднаш постапуваат по советите дадени од IWF, исто така, тврдат дека не се чувствуваат пријатно да им биде укажано од полицијата да ја отстранат содржината.

И четврто, со саморегулацијата се штити самоопределбата на индустријата. Не смее да се занемари фактот дека интернет-индустријата претставува комерцијален бизнис. Интернет-компаниите се профитно ориентирани и треба да повлечат линија помеѓу она што нивните клиенти го сакаат, и исполнувањето на барањата на владата и другите фактори. Преку саморегулацијата, индустријата може да постапува како арбитер помеѓу целите на државата и барањата на корисниците.

### **Критики за нашиот модел:**

#### **• Закана по слободата на изразување**

Според некои, со отстранувањето или блокирањето на содржината, IWF врши повреда на човековите права, особено на членот 10. Тука е неопходно да постои свесност за моделите кои ги користат криминалците за да ја постават својата содржина на интернет. Тие може 'незаконски да преземат' легитимни сајтови, на пример, да поставуваат фотографии и видеа кои се длабоко скриени во провајдерот кој хостира, чиј бизнис е, всушност, да обезбеди веб- простор за редовните бизниси и корисници.

Покрај тоа што се врши прекршување на Кривичниот законик, со тоа се врши и прекршување на договорните услови за сајтовите за хостирање и интернет-провајдерите. Аргументите стануваат сè покомплексни и не се засноваат само на прашањата врзани со слободата на изразување, туку се отвораат прашања и за комерцијалните договори. Сепак, може да се постават некои основни прашања:

- Дали снабдувачите на детска порнографија имаат „право“ да даваат криминални слики? Не
- Дали педофилите имаат „право“ да примаат слики? Не.
- Дали интернет-провајдерите имаат „право“ да спречуваат злоупотреба на нивните услуги? Да.
- Притоа, тука не смеат да се пропуштат децата кои страдале од злоупотреба. Зарем тие немаат, исто така, права и сликите од нивната злоупотреба да не се шират преку интернет?

#### • Без судско овластување

Некои се прашуваат како IWF, како HBO, може да има овластување да ги идентификува и класификува материјалите како потенцијално криминални. Тие тврдат дека тоа е улога која може да ја има само судијата или полицијата. Се разбира, на крајот, само судот може да ја утврди легалноста на содржината. Но, замислете како би реагирал судот доколку се побара да одлучува за 49.000 случаи на потенцијална нелегална содржина за детска злоупотреба во една година. Од тој аспект, моделот на IWF е многу побрз. Тоа не е ниту витешки, ниту аматерски пристап.

Кога станува збор за известувањето и симнувањето содржини од интернет, вработените во IWF поминуваат ригорозна обука со полицијата и понатаму тесно соработуваат со нив. Содржините се пријавуваат до органите кои ги спроведуваат законите во Обединетото Кралство и во странство и до хотлајн линиите. Работата редовно се прегледува од страна на полицијата, правни експерти и експерти за детска заштита, и има добиено експлицитно одобрение од страна на Владата на Обединетото Кралство и Европската комисија. Иако упатствата за одмерување казна во Обединетото Кралство се применуваат при оценувањето на содржината, сепак, поставен е повисок праг за постапување. Оттаму, онаа содржина која е на границата или за која може да се изрече најниска казна доколку судот ја утврди како кривично дело, IWF нема да постапува. Но, сепак, има законско овластување да издава листа за блокирање? Владата на Обединетото

Кралство ригорозно има укажано дека ќе го озакони тоа, освен доколку интернет-провајдерите не ја применуваат листата на IWF, но истакнува дека сака IWF да ја врши таа работа. Имајќи предвид дека владата, индустријата и органите за спроведување на законите даваат предност на IWF да ја составуваат и дистрибуираат листата, тоа претставува еден вид на законско овластување.

Повеќето членки на IWF се имаат одлучено доброволно да ја применуваат листата во странство. Со поддршка на други хотлајн линии, IWF понекогаш дозволува на компаниите надвор од Обединетото Кралство да дознаат дека нивната услуга хостира детска порнографија. Се разбира дека тоа има само советодавна улога во други земји, но искуствата покажуваат дека интернет-компаниите се благодарни кога дознаваат дека биле злоупотребени од криминалци.

#### • Неточна процена и прекумерно блокирање

Можеби имате слушнато за она што се нарекува „Википедија инцидент“ во 2008 година. За тој случај, IWF три пати ги преземаше советите од полицијата кои ја потврдија дадената слика, илустрација од корица на грамофонска плоча, која беше незаконска според законите во Обединетото Кралство. IWF ја стави таа URL на својата листа, но техничката имплементација да се заштити безбедноста на сајтот на Wikipedia беше споена со дизајнот на многу други решенија за филтрирање, што доведе до целосна непристапност на уредниците до доменот на Wikipedia. Оттогаш, IWF ги преоцени своите процедури за да може подобро да го разгледа целиот контекст и да предвиди кога поставувањето на еден URL на листата може да резултира со техничко преблокирање на некои интернет-провајдери кои имаат помалку робусни системи од други.

#### • Отсуство на транспарентност

Уште еден приговор за нашиот модел се однесува на отсуството на транспарентност.

Јасно е дека IWF не може да ја објавува листата бидејќи не само што тоа ќе им олесни на педофилите да ги најдат материјалите, туку самото објавување според законите на Обединетото Кралство ќе се смета за незаконско, бидејќи ќе претставува „рекламирање“.

Меѓутоа, сепак, се објавуваат критериумите кои нашите аналитичари ги користат за да се идентификува детска порнографија.

IWF ја проценува содржината за детска сексуална злоупотреба според нивоата кои се дадени во Насоките за одмерување на казна од Законот за сексуални деликти на Советот од 2003 година.

Покрај тоа, објавува и раководи со процес на жалби за да се опфати ситуација кога некој смета дека одредена URL била неточно оценета. <http://www.iwf.org.uk/accountability/complaints/content-assessment-appeal-process>

Меѓутоа, слободно може да се каже дека доколку не знаете дека нешто навистина било блокирано, тешко може да поднесете жалба за таквото блокирање. Во моментот, доколку корисникот се обиде да пристапи на блокирана страница, може да најде на поздравна страница (“Splash Page”) со што станува јасно дека пристапот е одбиен бидејќи таа URL е класификувани од страна на IWF како потенцијално криминална содржина. Меѓутоа, исто така, е веројатно дека ќе добијат едно учтиво известување, вообичаено тоа е „404 Notice“ кое кажува дека фајлот не може да се најде. IWF би сакале да дојде до ситуација кога секој кој се обидува да пристапи на блокирана страница, да дознае зошто се одбива пристапот. Меѓутоа, во моментот, постојат некои изворни проблеми околу употребата на таквите поздравни страници (splash pages). Моментално, некои интернет-провајдери имаат технички тешкотии да идентификуваат кои URL се блокирани бидејќи се наоѓаат на листата, во споредба со оние кои се блокирани од други причини (на пример, спам или мрежно рибарење). Тие, веројатно, наскоро ќе најдат некое решение, меѓутоа новата Директива на Европската Унија за борба против сексуалната злоупотреба, сексуалната експлоатација на деца и детската порнографија поставуваат барања за транспарентност во блокирањето.

Интернет-провајдерите и интернет-компаниите имаат значајна улога како посредници во она до кое се пристапува: од регулација на протоколот на сообраќај до управување со притисокот врз мрежите, отстранување на спам и мрежно рибарење, до, на пример, во случајот на Google – примена на стандардни филтри за пребарување и „паметни филтри“ за да им се зададат на резултатите од пребарувањето алгоритмите кои ги сакаме, до отстранување на содржина кога постојат информации дека е клевета. Компаниите го прават тоа како одговор на влијанијата кои ги вршат корисниците и притисоците од владата – и како начин да се зголеми привлечноста за нивните услуги, а со тоа и профитабилноста.



Прашањето кое на крајот се поставува е: Дали ние како консументи и граѓани, претпочитаеме нашиот интернет да биде посредуван од државата или од комерцијалните претпријатија? Дали посредувањето околу содржината е прашање само за носење на демократски одлуки или им веруваме на компаниите дека во наше име носат морални одлуки и уредувачки решенија? Дали на крајот тоа е прашање за нас граѓаните, или за нас консументите – или тие две може да се комбинираат?

# ГЛАВА ТРЕТА: ЕТИКАТА И ДИГИТАЛНОТО НОВИНАРСТВО

## Вовед

Интернетот и дигиталните медиуми креираат значителна и неповратна трансформација на природата на новинарството и новинарската етика. Иако на интернет се охрабруваат нови форми на новинарство кои се интерактивни и моментални, граѓаните, исто така, имаат можност да креираат и споделуваат информации на глобално ниво. Клучните етички принципи на новинарството беа усвоени за традиционалните медиуми во текот на минатиот век. Денеска, централното прашање кое се поставува е до кој степен тие етички стандарди може да се применуваат во новото информатичко опкружување.

Во време кога традиционалните медиуми навистина страдаа поради економската криза и од миграцијата на публиката кон онлајн медиумите, особено е важно дека традиционалните и нашироко прифатени вредности на професионалното новинарство се поттикнуваат за да се гарантира слободно и одговорно дигитално новинарство. Во тој поглед, ова Поглавје ќе стави акцент на новите предизвици во однос на мешањето од традиционалното со дигиталното новинарство. Културата на традиционалното новинарство, потпирајќи се на вредностите како што се балансираност и непристрасност, сè повеќе е во судир со културата на онлајн новинарството кое се заснова на моменталност, транспарентност и во повеќето случаи на пристрасност.

Една деценија претходно, само мал број на луѓе се запрашуваа кој е новинар. Сега, секој, и особено медиумската публика може да има улога во собирањето, подготовката и дисеминацијата на новинарски дела. Секој кој има модем може да биде потенцијален издавач. Како резултат на тоа, дигиталната револуција го отвора прашањето за етиката кај секој еден во граѓанското општество.

Новинарството станува глобално. Имајќи ги предвид глобалните влијанија и опфат, се поставува прашањето и за неопходноста од одговорност на глобалните медиуми.



## Од Ејден Вајт

### ***Кој треба да ги следи новинарските етички стандарди во дигиталната ера?***

Секој кој е вклучен во некаква форма на новинарство – собирање и дистрибуција на информации наменети за јавноста – треба да биде етичен и одговорен.

Новинарството станува сè покомплексно и подемократско. Денеска, публиката има важна улога во прибирањето и дисеминацијата на вести. Луѓето, исто така, се служат со нови технологии за да се вклучат самостојно во новинарството.

Појавата на нови концепти, како што се вмрежено новинарство и податочно новинарство, претставуваат нови начини на соработка во раскажувањето на сториите и обезбедувањето интелегентни анализи на огромни количини информации.

Овој нов медиумски пејзаж бара многу повеќе саморегулација, која се смета за најдобар начин за следење на медиумските етички стандарди. Повеќето медиумски совети сега ги вклучуваат и онлајн услугите кои медиумските куќи ги нудат како дел од работата.

Саморегулацијата е во пораст како што се шири и новинарството на интернет. Многу нови онлајн услуги сега се опфатени од регулаторите на индустријата, но тоа не треба нив или нивните новинари да ги ослободи од примената на основните етички стандарди кои медиумите секогаш ги следеле.

### ***Дали етичките стандарди за онлајн медиумите се разликуваат во однос на традиционалните медиуми?***

Не. Овие денови новинарите го споделуваат јавниот простор со твитерци, блогери, граѓански новинари и корисници на социјалните медиуми, но етичките предизвици на новинарството – на страната на вистината, да не нанесуваат штета и да бидат одговорни и независни – се исти како и што секогаш претходно биле. Етичките стандарди треба да се применуваат од секој кој работи во областа на вести и јавно информирање, низ сите медиумски платформи. Меѓутоа, поради брзото менување на медиумското опкружување, новите упатства мора да ги надополнат воспоставените начела кои важат за недигиталните медиуми.

***Каква е додатната вредност на новинарството во време кога секој може да креира информации?***

Интернетот го промени, речиси, секој аспект од новинарството – собирањето, уредувањето и дисеминацијата на информации стана софистициран и комплексен бизнис, кој честопати се одвива со брзина која сама по себе носи низа опасности.

Новинарите се бомбардирани со информации, речиси, од сите страни и имаат сè помалку време да ги потврдат фактите, сликите и изјавите за разлика од порано. Тие создаваат стории во редакции каде текстот, видео и аудиоматеријалите се мешаат за да ги задоволат барањата на публиката. Тоа е возбудливо, но има и свои негативни страни.

Доминацијата на оваа медиумска култура, особено преку социјалните мрежи и онлајн сервиси, се јавува во време кога се намалуваат традиционалните форми на медиуми. Интернетот ги наруши поранешните успешни бизнис модели во медиумите. Сега, сè повеќе новинари работат на несигурни работни места, а медиумите сè помалку инвестираат во новинарството – како во обуките, така и во истражувачкото новинарство. Оттаму, новинарството станува дејност која е стресна и се одвива под голем притисок.

Никој не може да предвиди како ќе се развива новинарството на крајот, но процесот на промени е како да возите по еден нерамен пат. Единствено е сигурно дека на демократијата и се потребни информирани граѓани, а етичкото новинарство е единствената независна гаранција за веродостојни и корисни информации за да се овозможи просперитетна демократија.

***Кои се најважните етички стандарди за новинарството во дигиталната ера?***

Сите етички стандарди се важни, но во дигиталната ера, новинарите треба да бидат особено претпазливи кога станува збор за приватноста и за потврдувањето на информациите кои ги добиваат.

***Дали новинарските кодекси за етика се приспособени на новата онлајн средина?***

Повеќе медиуми воведуваат нови упатства за користењето на социјалните медиуми и се обидуваат да го подобрат својот капацитет за да го модернизираат зголемениот обем на онлајн разговори со читателите, гледачите и слушателите. Но, внимавајте, сето тоа е многу скапо.

### **Како да се идентификуваат веродостојни извори на информации на интернет?**

За да можат набрзина да известат за најновите случувања или големи непогоди, медиумските организации сè повеќе се подготвени да соработуваат со граѓаните кои можат да ги снимат настаните на своите мобилни телефони пред новинарите, и потоа истото да го споделат со редакциите. Меѓутоа, новинарите треба да го проверат профилот на изворот за да можат да бидат сигурни дека тоа се лицата кои тврдат дека се. Освен тоа, новинарите никогаш не треба да цитираат од интернет без да побараат да се потврди изворот. Редакциите треба да воспостават процеси со кои ќе се потврдуваат материјалите кои ги обезбедиле граѓаните.

#### **Неколку онлајн трикови како да се идентификува дали онлајн фотографијата е легитимна**

- Прво, навигирајте низ страниците да видите дали можете да го најдете оригиналниот извор на фотографијата.
- Прашајте го лицето кое ја споделило фотографијата да каже каде ја нашло.
- Направете повторно обратно пребарување на фотографијата на TinEye (интернет-пребарувач;) за да видите дали фотографијата била поставена онлајн во минатото.
- Или, преземете го обратниот пребарувач за слики на Google за да видите дали таа фотографија била поставена онлајн во друг контекст.

Извор: Metropolis, Blog of the Wall Street Journal

### **Како да се прават корекции на грешки направени онлајн**

Новинарите имаат придобивки доколку ги признаат грешките. Интернетот дава одлична можност да се појаснат и коригираат грешките околу фактите. Тука од помош може да биде редовното ажурирање на колумните и појаснување на претходно објавените извештаи. Иако повеќето новинари не сакаат да ги признаат грешките, брзо направената корекција може да биде знак за професионалност и помага да се изгради довербата.

### **Како да се справите со анонимноста на онлајн содржините?**

Интернетот создаде култура на слобода на информирање со што се зголеми и степенот на автономија. Честопати се занемаруваат правата на креаторите и се дозволуваат плагијати. Луѓето и местата

не се секогаш она што се чини дека се. Прашањето на анонимност на интернет, навистина, стана контроверзно прашање поради невнимателното однесување на таканаречените „интернет тролови“ – луѓе кои го кријат својот идентитет кога напаѓаат други луѓе по пат на нагрудување, малтретирање и навреди. Дури и најверните поддржувачи на интернетот сметаат дека треба да се воведат некои етички лимити, иако тоа би било проблематично доколку се компромитираат правата на ранливите луѓе чиј идентитет треба да се заштити.

Луѓето знаеја да кажат: „Не верувај на сè што ќе прочиташ во весниците“, а тоа многу повеќе важи за информациите на интернет. Никогаш не ги прифаќајте првите впечатоци и секогаш откријте кој стои зад некое име или организација. Ако новинарот треба да употреби содржина која е непотврдена, треба да се наведе „издржано предупредување“ во кое се објаснува од каде се информациите и зошто може истите да се неверодостојни.

***Како да се зголеми квалитетот и одговорноста на онлајн медиумите?***

Одговорот е едукација, едукација, едукација. Можеме да го наречеме и подигнување на свеста, но на крајот сите треба повторно да ја научиме вредноста на раскажувањето на вистината во стории и тоа да го примениме на интернетот и онлајн новинарството. Онлајн медиумите треба да се охрабруваат да воспоставуваат стандарди и да ги применуваат во нивната работа.

Многу сервиси од повисок профил – на пример, Huffington Post – тоа веќе и го прават.

Новинарството мора секогаш да биде квалитетен бренд кој го дефинираат етичките стандарди. Онлајн медиумите треба да се поттикнуваат да ги прифатат тие вредности и да постапуваат одговорно.

Новинарите не мора во чекор да ја следат организациската поставеност на онлајн медиумите, туку оние кои обезбедуваат вести и информации во дигиталната ера треба да препознаат дека за да го задржи своето име, новинарството треба да се заснова на принципи и стандарди. Тоа е клучот за успехот на преплавениот новински пазар.

***Колкава е приватноста на интернет?***

Интернет-културата е вкоренета во поимите за слободен пристап и отворени информации, но таа култура си има и приватно и јавно лице.



Може да се користи за лична комуникација, но и за изразување во јавност. Корисниците може да направат подесувања за контрола на нивната приватност.

### **Кога е прифатливо да се објавува приватната е-пошта на моќни луѓе?**

Во март 2012 година, Guardian одлучи да ја објави приватната е-пошта на сирискиот претседател Асад и неговата сопруга, со што се отворија многу етички прашања. Guardian одговори на тие прашања и појасни како е направена верификација на автентичноста на е-пошта и зошто се одлучиле да го објават тоа.

Guardian: Сметаме дека одреден број на разоткриени информации, вклучувајќи докази како Асад добива совети од Иран и како добива детални брифинзи за состојбата во Хомс, се од јавен интерес. Имајќи го предвид карактерот на бруталниот режим на Асад врз сирискиот народ, сметаме дека подеталната слика за работењето на интерните кругови на Асад, која произлегува од пораките, и степенот до кој тој и неговата сопруга успеале да го одржат својот луксузен животен стил, се исто така, од јавен интерес. Guardian ги немаше побарано материјалите.

Се одлучивме да не објавуваме лични информации, вклучувајќи и фотографии и видеозаписи кои припаѓаат на поширокото семејство на Асад, а кои не се поврзани со активностите на потесното семејство и начинот на кој тој управува со Сирија. Ги повлекохме деталите за трети лица од пораките кои ги објавивме онлајн и во печатот.

Извор: The Guardian <http://www.guardian.co.uk/world/2012/mar/14/how-know-assad-emails-genuine?newsfeed=true>

### **Зошто новинарите треба да бидат внимателни околу содржината за трети лица?**

Луѓето имаат право да контролираат како нивните информации потоа се користат од други лица. Новинарите треба да ги почитуваат условите кои луѓето ги имаат поставено во однос на употребата на нивната креативна работа.

Creative Commons (<http://creativecommons.org>) овозможува секој – и професионалци и други – да ја споделуваат својата креативност и знаење преку слободни законски алатки.

***Дали новинарите можат слободно да ги користат информациите и материјалите кои корисниците ги поставиле на социјалните мрежи?***

Новинарите, како и сите други, можат да пребаруваат по онлајн светот, но треба да бидат особено вешти за интернет. Тие треба да ги почитуваат стандардите за приватност кои корисниците ги применуваат на нивните онлајн материјали. Доколку постои причина да веруваат дека собраните информации се од некаков приватен простор, тие мора да побараат дозвола од изворот за нивно користење.

Материјалите кои вообичаено се поставени на Twitter и Facebook може слободно да се користат, но за да се избегне ширење на гласини и шпекулации, публиката секогаш треба да биде информирана за изворот на информациите. Единствен исклучок е кога постои огромен интерес во јавноста или, пак, постојат професионални причини поради кои не се открива изворот. Запомнете: новинарството подразбира транспарентност, разоткривање и веродостојност.

**ВВС Упатства за користење на материјали од социјалните медиуми**

7.4.8 Иако материјалите, особено слики и видеа од трети лица на социјалните медиуми и на други веб-страници, каде јавноста има непречен пристап, може да се сметаат за места од јавен домен, нивната употреба од страна на ВВС вообичаено значи дека ќе се прикажат на многу поширока публика. Потребно е да го разгледаме влијанието од нивната повторна употреба од наша страна, особено кога тоа е во врска со трагични или вознемирувачки настани. Тоа се, исто така, и аспекти поврзани со авторските права.

**Водич: Преглед на главните аспекти**

- Не претпоставувајте дека сликите од интернет го покажуваат она или оној кој треба да го покажат
- - потврдете за да бидете прецизни.
- Лесната расположливост на слики на социјалните медиуми и личните веб страници не нé ослободува од одговорноста да размислиме за сензитивноста околу нивното користење, балансирајќи го тоа со јавниот интерес на кој може да му послужат тие слики.
- Која била првичната намера на објавувањето? Објавувањето на слика на лична веб-страница или на социјална мрежа не мора да значи дека сопственикот на таа слика имал намера да ја стави на располагање за сите цели и во сите околности – или, пак, дека разбрал дека тоа е така.

- Дали е веројатно дека лицата на сликите ќе се согласат, експлицитно или премолчено, да бидат објавени и да бидат јавно достапни на интернет?
- Наша одговорност е да го разгледаме влијанието кое употребата на сликата пред многу поширока публика може да го има врз лицата од сликите, нивното семејство и пријатели – особено кога тие се во жалост или кога се вознемирени.
- Треба да водиме сметка дека фотографиите кои се преземени од социјалните медиуми и личните веб-страници не подразбираат некое друго, веројатно, погрешно значење или, пак, да укажуваат на неосновани сугестии кога ќе се преземат од тие веб-страници и ќе се прикажат во контекст на одредени новински стории.
- Кога на сликите или видеозаписите се прикажува незаконито/антисоцијално поведење, треба да избегнуваме да бидеме сцена на која можат да постапуваат престапниците.
- Употребата на материјали преземени од интернет може да отвори одредени прашања на законитост поврзани со приватноста и авторските права. Правниците на BBC се на располагање за добивање совети.

Извор: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>

### ***Дали постојат правила за новинарите во однос на личната и професионалната употреба на социјалните медиуми?***

Повеќето медиуми прифаќаат дека социјалните мрежи се составен дел од секојдневниот живот на милиони луѓе ширум светот. Оттаму, социјалните мрежи се основна алатка на репортерите кога собираат вести и споделуваат линкови за објавената работа. Меѓутоа, кога новинари пишуваат лични коментари за контроверзни прашања или вести, тоа може да биде проблематично. Токму затоа многу новински агенции имаат правила и упатства кои ги охрабруваат новинарите активно да учествуваат на социјалните мрежи, но во исто време, да ги проценат границите до кои тие можат да се изразуваат.

Неколку вообичаени упатства<sup>25</sup>:

1. Се препорачува да имате само еден профил на социјалната мрежа, и да се идентификувате себеси како новинар и за кој медиум работите.

<sup>25</sup> Ова е пример од Associated Press за нивните вработени. [http://www.ap.org/Images/SocialMediaGuidelinesforAPEmployees-RevisedJanuary2012\\_tcm28-4699.pdf](http://www.ap.org/Images/SocialMediaGuidelinesforAPEmployees-RevisedJanuary2012_tcm28-4699.pdf)

2. Не ја вклучувајте својата политичка определба на профилот и не поставувајте материјали во кои искажувате политички ставови или ставови кои може да ја нарушат уредничката независност.
3. Не поставувајте навредливи коментари и претпоставете дека тоа што сте го поставиле секогаш ќе биде достапно на оној на кој е наменет вашиот коментар.
4. Направете ги потребните подесувања за вашата приватност за да може јасно да се определи што и со кого ќе се споделува, но запомнете, речиси ништо не е вистински приватно на интернет.
5. Не ставајте ударни вести на социјалните мрежи. Една информација може да биде доволно уверлива и итна за да се смета за ударна вест, но новинарите треба да се служат со своето новинарско убедување и да проверат со уредниците пред да ја постават ексклузивната содржина на социјалните медиуми.
6. Проверете ги изворите. Може да биде тешко да се потврди идентитетот на луѓето на социјалните мрежи, но изворите мора да бидат проверени.
7. Никогаш не преземајте цитати, фотографии или видеа од социјална мрежа и да ги припишете на името од профилот или местото каде сте ги нашле материјалите.
8. Водете евиденција за коментарите и приговорите и пријавете ги кај уредникот. Пораките на социјалните мрежи може да наликуваат на приватен разговор, но секогаш кога ќе се појави некоја контроверзност, веројатно, уредникот е оној кој најдобро може да одговори на нив.

### **Упатства за дигитално објавување на Washington Post**

#### **Содржина од трети лица**

Треба да претпоставиме дека нашата публика ќе бара одговорност од нас за содржина на трети лица која е поставена на [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com), независно дали истата е вметната, копирана или само парафразирана. Следете ги правилата на здравиот разум: Не вметнувајте видео ако не сте го изгледале до крај. Треба точно да знаете што се кажува во делот од текстот на странски јазик пред да наведете извадок. Разгледајте ја целата веб-страница за која поставувате линк за да бидете сигурни дека другите наслови и постови, странични модули и реклами се соодветни.

Доколку содржината за која поставуваме линк — или друг дел од веб-страницата - не ги исполнува нашите стандарди за потенцијално

навредлив материјал, сепак, може да биде прифатливо да се постави линкот, врз основа на новинската вредност. Меѓутоа, на корисниците треба однапред да им кажеме што ќе видат пред да кликнат на линкот. (На пример: „Предупредување: Некои слики на оваа страница содржат графички прикази од војна“.)

### **Наведување на изворот**

Кога се прави линк, вметнување, спојување или, едноставно, упатување на повторно поставена содржина на [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com), првото и најдобро правило кое треба да се запомни е парафразираната верзија на златното правило: Користете и означете го потеклото на содржината на начин на кој би очекувале тоа да го направат други страници кога би користеле таква содржина. Злоупотребата на повторно користена содржина може да нанесе сериозна штета на нашата репутација и да ја изложи компанијата на одговорност.

За секој дел од [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com) кој е надополнет со содржина од трета страна, мора да се вклучи кој е авторот на таа содржина како дел од рутинското работење. Тоа дава важни информации за нашите корисници, не прави потранспарентни, и соодветно се упатува на авторството на другите новински организации.

Секогаш треба да го наведуваме изворот кога вршиме вметнување, наведуваме извадоци или парафразираме дела на други лица на нашата страница — независно на платформата која ја користела третата страна (печат, блог, Twitter, итн.). Упатувањето се однесува не само на наведување на изворот на содржината, туку и наведувањето на линк до таа содржина, доколку постои можност. Кога за една сторија се известува од повеќе извори, треба да наведеме линк и да го наведеме изворот на оригиналната сторија, секогаш кога постои можност да се одреди таквиот извор.

### **Користење на авторски материјал од трети лица**

Законот за авторски права го штити секое оригинално искажување кое е снимено на некаков начин, како што е текст, аудио снимка или видеоснимка. За фактите не постојат авторски права. За идеите не постојат авторски права. Но, оригиналното искажување на идеја е заштитено со авторски права истиот момент кога тоа се снима. Откако еднаш се добиени авторски права, работата е заштитена од неовластено копирање, прикажување или во некоја изведена работа. Креаторот на

содржината не мора да ја регистрира својата работа во Канцеларијата за авторски права на Соединетите Американски Држави или да вклучи известување за авторски права за да биде заштитен. Условите за авторски права се многу долготрајни. Тие може да важат подолго од 100 години пред работата да потпадне во јавен домен.

Кога се одредува дали може да се користи содржина од трети лица, првото прашање е дали има авторски права за содржината. Одговорот е веројатно да. Треба да претпоставиме дека работата подлежи на заштита на авторските права, освен доколку не станува збор за работа на федералната влада или, пак, навистина е многу, многу стара, а во тој случај веќе може да припаѓа во јавен домен. Потребно е да се консултирате со правниот сектор доколку сте несигурни дали одредена содржина е заштитена со авторски права.

Содржината за која има авторски права можеме да ја користиме доколку имаме дозвола и доколку станува збор за „фер користење“. Дозволата може да се добие директно од сопственикот на авторските права на писмено или усно. Дозволата, исто така, може да се добие според условите за користење кои се објавени на веб-страницата на лицето кое ја креирало содржината. На пример, веб-страница на трето лице може да содржи правно известување со кое на корисниците им се дава дозвола да ја копираат или редистрибуираат содржината доколку се наведе изворот.

Дозволата, исто така, може да се подразбира (или не) од контекстот во кој истата се појавува (на пример: пакет информации за новинарите).

**ПРИМЕР:** Прикажување вметнати видеа од YouTube. Фактот што YouTube има обезбедено вметната шифра за видеото не значи дека сопственикот на авторските права има дадено дозвола за видеото да се поставува на интернет. Во многу случаи, друго лице, а не лицето кое е сопственик на авторските права, го има поставено видеото на YouTube, без дозвола од сопственикот на авторските права.

Доколку се поставува прашање дали постои изречна или имплицитна дозвола да се користи делото за кое има авторски права, може да се направат консултации со правниот сектор.

„Фер користење“ претставува еден вид на одбрана кога материјалот со авторски права се користи без дозвола. За жал, не постои јасен одговор за тоа каков тип на употреба значи фер користење. Притоа, судовите

разгледуваат повеќе фактори. Вообичаено, судовите одмеруваат најмалку четири од нив. Прво, целта и карактерот на употребата. На пример, дали употребата е во смисла на коментар, критика, известување за вести — кое оди во прилог на наодот за фер користење - или, пак, употребата е само репродукција на оригиналната работа (дури и да е дел од новински натпис). Второ, природата на работата за која постојат авторски права. Дали таа работа е високо креативна или базирана на факти? Трето, количината/значењето на делот кој е користен во врска со авторското дело како целина. Тешко е да се утврди фер користење доколку се ископира целото дело, иако постои можност (на пример: Google Images thumbnails го издржаа правното оспорување). Четврто, кој е ефектот од користењето на потенцијалниот пазар, или вредноста на авторското дело?

Судот разгледува дали со користењето ќе се замени продажбата на оригиналното дело, и дали има пазар за кој се плаќаат лиценци. Конечно, особено е тешко да се предвиди дали судот ќе утврди „фер користење“. Канцеларијата за авторски права на Соединетите Американски Држави тоа го резимира на следниот начин: „Разликата помеѓу фер користење и повреда на правата може да биде нејасна и тешко да се дефинира.

Не постои конкретен број на зборови, линии или белешки кои може безбедно да се преземат без дозвола“. Оттаму, потребно е да се консултира правниот сектор секогаш кога сакаме да користиме авторско дело, а притоа немаме обезбедено дозвола.

Подолу се дадени неколку чести погрешни сфаќања за Законот за авторски права:

- „На интернет е, може да се користи“. Спротивно на тоа, досега имаше голем број судски постапки за користење на текстови и графички прикази од веб- страници.
- „Се наоѓа на страници каде има содржина генерирана од корисниците (UGC), значи може слободно да се користи“. Не е неопходно така.
- На пример, лиценцата на Creative Commons не гарантира дека можеме да користиме некоја слика на нашата веб-страница без дозвола. Доколку сте несигурни околу потеклото на сликите, консултирајте го уредникот за фотографии. Потребно е да бидеме особено претпазливи со овие типови на фотографии, и да се побара совет пред да ги објавиме:

- Професионален спорт/спортски настани.
- Фотографии од Белата куќа.
- Фотографии на славни личности.
- Лого на корпорации.
- Графички слики со голотија, насилство или друга потенцијално навредлива содржина.

Меѓутоа, следните лиценции на Creative Commons дозволуваат објавување на комерцијални сајтови:

- „Public domain“.
- „Creative Commons, licensed for attribution“.
- „Creative Commons, attribution share alike“.
- „Creative Commons, attribution no derivatives“.

Условите за овие лиценци треба да се прегледаат пред да се објави одредена слика за да се обезбеди сигурност дека не настанале одредени промени откако се објавени овие упатства. Доколку имате прашање дали може да се објавува конкретен дел од содржината генерирана од корисниците, треба да го консултирате правниот сектор.

- „Фотографијата [или друга содржина] има јасно определен извор, и не постои проблем околу авторските права“. Не е така. Давањето на јасно и препознатливо укажување на лицето кое е креатор на содржината не претставува законска одбрана за да може да се користи содржината без дозвола. Како што се истакнува од Канцеларијата за авторски права на Соединетите Американски Држави: „Означувањето на изворот на авторското дело не претставува замена за добиена дозвола“.
- Го користев видеото за помалку од 30 секунди“ или „Искористив помалку од 25 збора“. Погрешно. Не постои правило за 30 секунди или правило за 250 збора, или, пак, друго правило за појаснување на недореченост за тоа што претставува „фер користење“ на авторска содржина.
- „Тоа е во јавен домен“. Освен доколку станува збор за работа на федералната влада, или дело кое е навистина многу, многу старо, веројатно дека не припаѓа во јавен домен. Задолжително е да го известите правниот сектор и уредникот веднаш доколку некој тврди дека се злоупотребува содржина која припаѓа на друго лице.

Во оваа ера на дигитални медиуми, трети страни може, исто така, несоодветно да користат содржина за која постојат авторски права. Доколку откриете можни примери за плагијати, повреда на



авторски права или друга злоупотреба на содржина на Washington Post, лого и друга интелектуална сопственост, особено на интернет, испратете е-пошта на [coruscat@washpost.com](mailto:coruscat@washpost.com). Внесете ги следните информации во вашата порака: (1) линк или копија од материјалот со кој сметате дека се врши повреда на интелектуалната сопственост; (2) линк или копија од оригиналниот материјал на Washington Post (на пример: наш натпис) кој сметате дека е злоупотребен; и (3) која било друга информација која сметате дека е корисна или релевантна (на пример: како и кога станавте свесни за злоупотребата). Секторот за вести и правниот сектор ги следат таквите информации.

Извор: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/third-party-content.html>

**ГЛАВА ЧЕТВРТА:  
МЕХАНИЗМИ ЗА  
САМОРЕГУЛАЦИЈА НА  
МЕДИУМИТЕ ВО ОНЛАЈН  
СВЕТОТ**

## Вовед

Саморегулацијата на медиумите претставува заедничка заложба на медиумските професионалци за доброволно воспоставување на уреднички упатства и придржување до нив во рамките на процес кој е отворен за јавноста. На тој начин, независните медиуми прифаќаат споделена одговорност за квалитетот на јавниот дискурс во државата, притоа целосно задржувајќи ја својата уредничка автономија во однос на нејзината форма.”<sup>26</sup>

Процесот на дигитализација значително ја зголеми количината на расположлива медиумска содржина, а со тоа законскиот надзор над медиумите се усложнува. Во тој контекст, се чини дека само-регулацијата на медиумите претставува решение за зголемување на медиумската одговорност, а истовремено се нуди поголема флексибилност во споредба со државната регулација на медиумите.

Процесот на дигитализација изврши влијание врз идејата за саморегулација на медиумите. Традиционалните и институционалните форми на саморегулацијата на медиумите кои беа конкретно подготвени за традиционалните медиуми, треба да се приспособат на новата медиумска состојба. Омбудсманите и медиумските совети вршат прогресивни измени на нивните статuti и методи на работа во врска со следењето на онлајн медиумите. Но, тоа е проследено со многу предизвици и прашања. Интернетот, исто така, доведе до драматично зголемување на моќта на граѓанското општество да бара одговорност од медиумите и да создава иновативни форми за медиумска одговорност.

---

<sup>26</sup> Miklós Haraszti, Водич за саморегулација на медиуми, Канцеларија на Претставникот на ОБСЕ за слобода на медиумите, 2008



## 1/ Предности на саморегулацијата на медиумите во ерата на интернетот

**Од Аделин Хулин**

### ***Зошто е добра саморегулацијата на медиумите за слободата на онлајн медиумите?***

Интернетот е причина и за ентузијазам и за загриженост. Сè поголем број на влади се обидуваат да ги заштитат граѓаните од содржини кои се сметаат за штетни. Меѓутоа, историјата има покажано дека законите кои следат легитимна цел може лесно да предизвикаат и негативни ефекти, меѓу кои, и да станат алатка за сузбивање на спротивставувањето и критиките. Саморегулацијата претставува начин на кој владите може да се спречат од големо вмешување во медиумските содржини, како офлајн, така и онлајн.

### ***Дали саморегулацијата на медиумите значи дека не постои регулација на медиумите?***

Не. Секогаш ќе постои потреба од законска гаранција за слободата на медиумите, исто како и потреба од законско дефинирање на потребните ограничувања. Меѓутоа, за да се задржат медиумите во исполнувањето на нивната улога за следење на работата на владите, потребно е државата да биде инволвирана колку што може помалку. Само-регулацијата може да помогне да се спречат непотребните закони за медиумите и да им се понудат алтернативи на судовите при разрешувањето на тужби за медиумска содржина. Сепак, јавноста повторно ќе може да започне постапка пред судот – тоа и понатаму останува да биде основно човеково право.

### ***Зошто се важни етичките стандарди за медиумите во време на Web 2.0?***

Web 2.0 создаде најразлични нови медиумски конкуренти на традиционалните медиуми. Меѓутоа, покрај мултиплицирањето на изворите на информирање преку најразлични содржини генерирани од корисниците, луѓето и понатаму ги користат традиционалните медиуми за веродостојно информирање. Оттука, се истакнува улогата на традиционалните медиуми да обезбедуваат информации и анализи засновани на факти на интернет. Во тој контекст, медиумските професионалци треба да дадат гаранции за нивниот кредибилитет,

кој може да се постигне преку придржување до нормите за етичко однесување.

***Каква разлика можат да направат телата за саморегулација во дигиталната ера?***

Процесот на дигитализација значително ја зголеми количината на расположлива медиумска содржина. Законскиот надзор во новото опкружување е отежнат, а со тоа се отвораат нови перспективи за саморегулација на медиумите. Прво, поради брзите и постојани промени на медиумската технологија, само-регулацијата нуди поголема флексибилност во споредба со државната регулација. Второ, бидејќи на судовите по правило им е потребно повеќе време за да се справат со таквите прашања, таквото оптоварување може да се намали со телата за саморегулација. Покрај тоа, саморегулацијата е многу поевтина за владите и за општеството.

***Кои се импликациите од дигитализацијата во практиката за инструментите за саморегулација на медиумите?***

Од една страна, традиционалните и институционализирани форми на механизми за саморегулација, како што се омбудсманот или медиумските совети, неопходно е да се адаптираат на новиот медиумски пејзаж. Од друга страна, интернетот драматично ја зголеми моќта на општеството да бара одговорност од медиумите и да создава иновативни форми на медиумска одговорност.

***Дали иновативните форми на медиумска отчет на интернет ги истиснуваат конвенционалните форми за саморегулација на медиумите?***

Интернетот нуди нови можности за транспарентност во новинарството и реакција на критиките од публиката. Меѓутоа, саморегулацијата на медиумите е нешто повеќе од одговорност пред публиката и размена на ставови и мислења со корисниците; неговата суштина е самите медиумски професионалци да бидат обврзани со издржани етички принципи.

***Дали постојат аргументи против саморегулацијата на медиумите?***

Со сигурност постојат и такви аргументи. Скандалот со прислушувањето

на телефоните на The News of the World<sup>27</sup> во Обединетото Кралство ги покажа слабостите на само-регулацијата. Во Обединетото Кралство, системот беше критикуван како неефикасен. Критичарите на саморегулацијата на медиумите го обвинуваат системот дека е еден вид на „самоуслужна дејност“ каде медиумската индустрија си ги штити сопствените интереси наместо интересите на јавноста. За да се избегнат такви ситуации, потребно е да се зајакнат одредбите за транспарентност и ефикасност.

### ***Како може да се обезбеди ефикасност на еден доброволен систем?***

Сите медиуми нема да се одлучат да припаѓаат на таков саморегулаторен режим. Некои, пак, велат дека до тој режим ќе се придржуваат оние на кои тоа им е едвај потребно. Сепак, и квалитетните медиуми не се заштитени од грешки.

### ***Кои медиуми треба да бидат опфатени?***

Подолго време, сам-регулацијата беше скроена по мерка на печатените медиуми. Поради процесот на лиценцирање, за дифузерите беше потребен поспецифичен надзор. Таквиот надзор обично се доделува по пат на официјална регулатива, која, пак, во некои држави се комбинира со надзор од саморегулаторното тело кое постапува по претставки за етичкото однесување. Со порастот на интернетот, механизмите за саморегулација мора да ги земаат предвид сите претставки за објавени содржини на интернет-страниците на традиционалните медиуми.

### ***Дали онлајн медиумите треба да станат членки на телата за саморегулација?***

Некои медиумски совети го имаат проширено своето членство и вклучуваат чисто онлајн медиуми, кои, исто така, се нарекуваат „pure-players“ , односно онлајн медиуми со веб- страници без печатени изданија. Тоа помага да се препознае професионализмот на тие медиуми кои обезбедуваат веродостојни информации на интернет. Меѓутоа, тоа, исто така, значително го зголемува и обемот на работа на саморегулаторните тела, кои неопходно располагаат со соодветни финансиски и човечки ресурси за да можат да ја надгледуваат зголемената количина на содржини.

<sup>27</sup> Од 2006 година, наводите за прислушување на телефоните почнаа да се шират за весникот News of the World. Тоа кулминираше со разоткривањето на 4 јули 2011 година, дека речиси една деценија претходно, приватен истражител најмен од весникот почнал да ги прислушува и да ги брише телефонските повици на исчезнатиот британски тинејџер и на семејствата на британските војници убиени во акцијата. Поради силната реакција на јавноста и повлекувањето на рекламите, News International најавиле затворање на весникот на 7 јули 2011 година.

***Кои предизвици произлегуваат од конвергенцијата за саморегулацијата на медиумите?***

Созголемената конвергенција на онлајнио флајн медиумите се поништува традиционалната поделба на медиумите. Телата за саморегулација сега може да надгледуваат материјали кои традиционално не биле дел од нивната работа, како што се аудиовизуелните материјали кои ги нудат весниците на веб-страниците. Телевизијата може да емитува на интернет без да се издаваат лиценци. Тоа покажува дека како што сè поголем број на поединци користат комбинација од медиумски платформи, регулацијата и саморегулацијата на медиумите треба да бидат технолошки неутрални и фокусирани на содржината, а не на типот на платформа.

***Каква е улогата на владите во однос на механизмите за саморегулација во онлајн светот?***

Владите не треба да имаат улога во механизмите за саморегулација. Меѓутоа, во некои држави како што е Данска, телото за саморегулација е пропишано со закон и може да биде финансирано од владата, иако тоа наметнува потреба од механизми со кои ќе се гарантира независноста на ова тело од властите. Тие сценарија се дефинирани како законска саморегулација.

***Кои се главните механизми за саморегулација?***

Најчестата форма во практиката се кодексите, која вообичаено е проследена со механизми за почитување на кодексите, како што се советите за печат и советите за медиуми.

***Кои области треба да бидат опфатени со механизмите за саморегулација на медиумите на интернет?***

Медиумските професионалци треба да одлучат кои се областите опфатени со механизмите за саморегулација во нивните кодекси за уредничкото однесување и статутите. Саморегулацијата на медиумите треба да ги опфаќа сите димензии во секојдневното работење на новинарот, од прибирање на информации до известување, вклучувајќи и визуелна содржина. Заради фактот што интернетот влијае на начините на кои новинарите ја вршат својата работа, механизмите за само-регулација на медиумите треба предвид да го земат и новото опкружување.



## Иновативни форми за само-регулација на медиумите на интернет

Од Матијаш Кармасин, Даниела Краус, Енди Калтенбрунер и Клаус Бихлер

Во последно време дојде до појава на многу нови трендови во новинарството поради појавата на интернет, особено на Web 2.0. Во истиот период, прашањата како што се одговорноста на медиумите и отчетот на медиумите пред факторите сè повеќе добија на значење, на пример: како резултат на скандалот со прислушувањето на телефоните на британскиот весник News of the World.

Една од најголемите предности на технолошкиот напредок е можноста подеднакво да се вклучат корисниците и медиумските професионалци во само-регулацијата на интернет. Повеќето инструменти се лесни за имплементација и се исплатливи. Третата предност е во тоа што овие алатки помагаат да се подигне квалитетот на новинарството и да се олесни довербата на публиката преку создавање на подобар дијалог помеѓу јавноста и медиумските организации.

Тие алатки, исто така, креираат и транспарентност, еден од клучните критериуми за квалитет во новинарството, а публиката добива увид во процесите на продукција на вести (Meier 2009:4). Хекила и Доминго (2012: 43) разликуваат три форми на транспарентност: **транспарентност на факторот** (кој стои зад вестите), **продукциска транспарентност** (информации за изворите и професионалните одлуки) и **реакција** (дијалог со публиката).

Тоа може да се направи преку различни иновативни онлајн форми за само-регулација на медиумите. Некои од тие инструменти и нивните пристапи се претставени тука.

### Транспарентност на факторот

Транспарентноста на факторот го открива корисникот кој ги продуцира вестите. Тука спаѓа разоткривање на сопственоста, објавување на упатства на компанијата или етички кодекси, како и информации за самите новинари. Тоа може лесно да се постигне преку објавување на сите тие информации на веб-страницата на медиумот. Друга можност за зајакнување на транспарентноста на факторот е да се објави името на авторот.

Исплатлив начин на кој може да се зголеми транспарентноста на чинителот е да се отворат официјални профили на новинарите и на вработените на социјалните медиуми (покрај нивните приватни профили). Таквата поделеност помеѓу приватните и професионалните

профили може да ги охрабри новинарите да ги користат своите профили како канал за професионална комуникација и да го зајакнат дијалогот со корисниците.

### **Транспарентност на продукцијата**

Транспарентноста на продукцијата нуди информации за изворите и за професионалните одлуки. Тоа може лесно да се направи преку цитирање на извори, давање директни линкови или цитирање на новинската агенција. Разните форми на компаниски блогови веќе се докажани, и се лесни и евтини алатки. Тие имаат за цел да дадат увид во работата на редакцијата и да покажат како се создаваат вестите. Тоа може да се направи преку уреднички блогови на еден весник, како што е блогот на уредниците на BBC News (<http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/>) каде разни новинари коментираат за новинската продукција, или, пак, преку блогови на конкретни новинари/главни уредници/директори на медиуми, на пример: интерниот блог на швајцарскиот локален весник Südostschweiz (<http://www.suedostschweiz.ch/community/blogs/interna>) или блогот на Mario TedeschiniLalli, медиумски директор на La Repubblica (<http://mariotedeschini.blog.kataweb.it/>).

Друг пристап кој ги прикажува процесите на продукција на вести е отворена конференција со редакцијата. Италијанскиот весник La Repubblica најважните состаноци на уредниците ги става онлајн. Иако не се пренесуваат во живо, корисниците можат да видат како новинарите го оправдуваат нивниот избор, како коментираат на вестите и како дискутираат за изданието на весникот (<http://video.repubblica.it/rubriche/repubblica-domani>).

Друг аспект на транспарентноста на продукцијата е политика за отворено управување со грешки. Грешките се дел од работата на еден професионален новинар, и зошто за тоа да не се зборува јавно? Постојат многу алатки кои се на располагање и кои функционираат, како што е копчето за корекции на Berliner Morgenpost (“Leiderfalsch” <http://www.morgenpost.de/berlinaktuell/article1077710/>), копчињата за грешки на два швајцарски весника Tagesanzeiger (<http://www.tagesanzeiger.ch>) и 20Minuten (<http://www.20min.ch>, <http://www.20min.ch/ro/>) или сандачето за корекции на веб- страницата на холандскиот јавен сервис NOS ([www.nos.nl/nos/herstel/](http://www.nos.nl/nos/herstel/)).

## Реакција

Да се даде реакција значи да се воспостави активен и фер дијалог со корисниците и политика на „отворена редакција“. Оттука, тоа се преклопува со транспарентноста на факторот и транспарентноста на продукцијата. Постојат разни алатки кои даваат увид во подготовката на вести и новинската продукција. Ефективна алатка претставува разговор во живо со уредниците, како што тоа го прави францускиот онлај весник rue89 (<http://www.rue89.com/participez-a-la-conference-de-redaction-en-ligne>). Секој четврток во 10 часот наутро, на читателите им нуди можност да стапат во интеракција со новинарот. Системот е поставен на ротирање, така што корисниците имаат можност да разговараат со уредниците на разни рубрики.

Листата на вести на Guardian покажува дека постојат формати кои се лесни и евтини да се воведат за да се биде транспарентен и да се стапи во дијалог со корисниците. На оваа веб-страница, корисниците можат да видат за кои стории се дискутира и кои стории се подготвуваат од страна на новинарите во весникот, од каде добиваат информации за сториите, и што мислат уредниците за тоа што го покриваат тие стории. Читателите добиваат слика за тоа како се подготвуваат вестите кои тие ги гледаат или читаат, и можат да постираат какво е нивното мислење за тие стории или да предложат извори или идеи на Twitter или по е-пошта (<http://www.guardian.co.uk/help/insideguardian/2011/oct/10/guardian-newslist>).

Еден пософистициран пример е eEditor на веб-страницата на Norran, шведски локален весник (<http://norran.se/>). На насловната страница е ставен простор каде може да се води разговор (live-chat). Секој ден од 6 часот наутро до 21/23 часот навечер, уредникот е на располагање на оваа комуникациска алатка, каде корисниците можат да даваат предлози за теми или идеи за стории, да пријавуваат грешки, да поставуваат прашања и да даваат повратни информации. Овој иновативен инструмент е спој на функциите на омбудсманот, копче за корекции, и форма за содржина генерирана од корисниците. Притоа, корисниците се вклучени во процесите на продукција и давање повратни информации.

Еден од најинтересните пристапи, за кој е неопходно добро планирање, е на францускиот јавен сервис YLE2 (<http://yle.fi/uutiset/puheenaiheet/>). 8 минути секој ден во ударниот термин на програмата за тековни случувања на YLE TV2 е целосно посветена на гледиштата на граѓаните. Лаици може да предлагаат теми, да коментираат за идеите на редакцијата и да придонесуваат преку Facebook, Twitter или Google+.

Тимот покажува како интегрирањето на корисниците во време на Web 2.0 помага да се соберат идеите на корисниците, да се добијат повратни информации и заеднички да се создава јавна вредност.

### **Sidestep: Надворешна алатка**

Покрај овие компаниски интерни иновации, може да се најдат и нови алатки со кои се охрабрува публиката во процесот на саморегулација на медиумите.

„Секој е омбудсман надвор од весникот. Дали постои споделена улога на чувари (watchdog) за јавноста? Се разбира дека постои. Отсекогаш постоело. Само што сега гласот на тие чувари го слушаме преку блогите“. (Jarvis 2007). Од појавата на интернетот, публиката има можност да го крене својот глас на евтин и технички лесен начин, и со можност да стапи во контакт со многу други заинтересирани луѓе. Тие може да станат активни преку блогите и/или социјалните мрежи и да ги критикуваат медиумите. Различни примери за блогови за следење на медиумите може да се најдат во сите медиумски култури: MediaBugs, САД (<http://mediabugs.org/>), BildBLOG, Германија (<http://www.bildblog.de/>), Merkintjämmediasta, Финска (<http://outi.posterous.com/>) или kobuk, Австрија (<http://www.kobuk.at/>).

Нешто поинаков е пристапот на шпанската непрофитна иницијатива на Nextmedia, која ја водат новинари и веб-програмери, кои ја основаа Fixmedia.org. Fixmedia.org ги повикува граѓаните да пријавуваат грешки во вестите преку пополнување на еден едноставен формулар. Корисниците можат да ги споделуваат своите сугестии за да се коригира историјата заедно со други корисници и потоа гласаат за „корекцијата“. Проектот има за цел да се подигне свеста кај граѓаните за квалитетот на новинарството и за критичното консумирање на медиумите (<http://fixmedia.org>).

### **Заклучок**

Овие примери може да послужат како идеја за иновативни форми на саморегулација на интернет и како таквите алатки може да ги користат новинарите, менаџерите на медиумите и корисниците. Со оваа збирка се сака да се покаже дека постојат алатки, кои веќе функционираат и кои може да се применуваат и во вашата земја или вашата компанија.

Речиси најголем дел од споменатите алатки се лесни за имплементација од технички аспект, како и евтини, но сепак постојат одредени стапици. Прво, најважно е како тие ќе се приспособат на сензитивната култура во медиумското опкружување и на вашата компанија.

Најважниот принцип за успешност на онлајн алатките за медиумската одговорност е континуитетот. Доколку на тие алатки им недостига континуитет, на пример: нудат само еден пост на блогот во месецот или на корисниците им одговараат по неколку дена, публиката тоа нема да го забележи, ниту, пак, ќе стапи во интеракција. Покрај тоа, особено за напредниот процес на вклучување на корисниците, неопходна е и обука по новинарство. Како што покажуваат истражувањата, подготовката и обуката се клучни за фер интеракција со корисниците.

Сепак, вклученоста на медиумските корисници во процесот на медиумска отчет е доста важна. Онлајн алатките нудат огромна и евтина можност за тоа. Овие алатки не можат да ги заменат традиционалните организации за медиумска одговорност, како што се советите за медиуми или советите за етика, но, сепак, можат да ги унапредат.

Овој натпис се заснова на збирката „Водич за најдобри практики: Медиумска отчет и транспарентност ширум Европа“, која се состои, главно, од онлајн инструменти посветени на медиумската отчет и гаранцијата за квалитет за менаџерите на медиумите. Овој водич произлезе како резултат на проектот MediaAct „Медиумска отчетност и транспарентност во Европа“, компаративно истражување за системите за медиумска отчетност во земјите членки на Европската Унија, како показатели за медиумскиот плурализам во Европа. Проектот беше финансиран од Седмата рамковна програма на Европската Унија и го анализираше развојот и влијанието на воспоставените и иновативните системи за медиумска отчет. Целиот водич може да се преземе на [www.mediaact.eu](http://www.mediaact.eu).

### Литература

- Bichler, K./Harro-Loit, H./Karmasin, M./Kraus, D./Lauk, E./Loit, U. (2012): Best Practice Guidebook: Media Accountability and Transparency across Europe <http://www.mediaact.eu/strategies.html> (13.11.2012).
- Heikkilä, H./Domingo, D. (2012): Media Accountability Goes Online. A transnational study on emerging practices and innovations. MediaAct Working Paper series on “Media Accountability Practices on the Internet”. [http://www.mediaact.eu/fileadmin/user\\_upload/WP4\\_Outcomes/WP4\\_Report.pdf](http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/WP4_Outcomes/WP4_Report.pdf) (06.11.2012).
- Jarvis, J. (2007): Ombudsing. <http://www.buzzmachine.com/2007/05/20/ombudsing/> (06.11.2012).
- Meier, K. (2009): Transparency in Journalism. Credibility and trustworthiness in the digital future. Paper at the conference The Future of Journalism: Journalism Studies and Journalism Practice.9./10. September 2009, Cardiff.

## 2/ Новински омбудсман во дигиталната ера

### Од Џефри Дворкин

#### ***Зарем не е омбудсманот нешто што е останато од ерата на печатот?***

Се разбира дека е така. Новинскиот омбудсман е вработен во медиумската организација за да постапува како агент на јавноста и за неа, за да обезбеди дека легитимните ставови и загрижености на јавноста се слушнати и опфатени во работата на новинарите и менаџментот.

Новинскиот омбудсман е докажана вредност за печатот, за дифузерите и за онлајн информативните сервиси. Во дигиталната ера, „киберомбудсман“ сега го проширува концептот на медиумската отчет на нови начини и на нови платформи.

#### ***Што претставува секојдневна работа на омбудсманот?***

Тоа зависи од протокот на вести и специфични прашања кои поттикнуваат интерес и лутина кај јавноста. Тоа е, пред сè, работа на интернет. Луѓето можат да го контактираат омбудсманот преку е-пошта – и тоа го прават. Тоа го прават постојано, така што работата подразбира да се прочита и одговори на колку што може повеќе пораки за да им се даде на знаење на граѓаните дека нивните пораки се примени. Сите приговори кои се испратени по е-пошта не се валидни; омбудсманот има слобода да одлучува кои приговори и загрижености заслужуваат одговор. Обврската за првиот одговор ја одредува омбудсманот, кој потоа приговорот го испраќа до новинарот или менаџерот. Тоа лице потоа мора да одговори (учтиво, да се надеваме) навремено за да ги појасни новинарските причини и да признае кога слушателот/гледачот/читателот е во право. Доколку подносителот на приговорот сè уште е незадоволен, потоа омбудсманот прави своја истрага и резултатите ги објавува онлајн. Останува на раководството да преземе корективни мерки кои се сметаат за соодветни.

#### ***Дали медиумите сè уште имаат потреба од омбудсман?***

Повеќе од кога било. Традиционалните медиуми се соочени со зголемени предизвици, поради што честопати имаат ослабено уредништво и стануваат сè поподложни на политички и економски притисоци. Омбудсманот овозможува како новинската организација да остане поблиску до својата публика преку гарантирање на својот кредибилитет кај јавноста.

***Дали улогата на омбудсманот е иста за онлајн и офлајн медиумите?***

Генерално, да. Јасно е дека улогата на омбудсманот се развива во нешто повеќе од лице задолжено за одбрана или реакција. Омбудсманот има примарна обврска кон јавноста и неговото резонирање треба да биде колку што може потранспарентно и отчетно. Во исто време, омбудсманот може да има корисна улога и офлајн преку преземање на улогата на „советник од доверба“ за редакциите и за менаџментот преку укажување на области каде има потреба од обуки и начините како се менува перцепцијата на јавноста за медиумите.

***Како ќе се менува улогата на омбудсманот во дигиталната ера?***

Сега засега, новинскиот омбудсман треба да се смета себеси за „киберомбудсман“. Тоа значи дека треба да се биде проактивен во проверките по интернетот за да се најдат содржини кои може да им помогнат на медиумите подобро да си ја вршат работата. Тоа е како да се игра на картата на навредите, но не и на страната на одбраната кога станува збор за идентификување на етички проблеми во новинарството. Тоа значи воспоставување поефективна врска помеѓу јавноста, медиумите и сферата на лични блогови и веб-страници. Тоа значи да се биде вистински агент за „граѓанското новинарство“.

***Како се променила врската помеѓу медиумите и публиката во дигиталната ера?***

Многу новински агенции се борат со својот економски опстанок. Тие бараат нови модели кои ќе помогнат новинскиот бизнис да го направат профитабилен. За жал, некои новински организации ги занемаруваат нивните граѓански обврски кон јавноста во потрагата по рејтинг и тираж. Омбудсманот, кој постапува во најдобар интерес на јавноста, е навремен потсетник дека доброто новинарство и финансискиот успех не се заемни тие се исклучителни.

***Како комуницира киберомбудсманот со јавноста? На кој начин тоа се разликува во дигиталната ера?***

Секој омбудсман одлучува како ќе продолжи да постапува понатаму. Главно, нивната реакција е објавување на е-пошта и писма на веб-страницата без коментар, така што публиката се чувствува прифатена. Кога е потребен поспецифичен одговор, омбудсманот испраќа е-пошта до подносителот на приговорот и доколку тој/таа смета дека прашањата се важни, може да го праша граѓанинот дали се согласува да биде цитиран во колумната на омбудсманот, или во весник, во етерот или

онлајн. Сега поголемиот дел од овие работи се префрлаат на интернет.

Во ерата на „граѓанското новинарство“ кога некои тврдат дека не ни се потребни професионалци, дали сè уште ни е потребен омбудсман? Зарем „писмо до уредникот“ нема да ја заврши истата работа?

Дефинитивно тоа е едно егзистенцијално прашање! Но, ова не е ситуација „или-или“. За добро новинарство потребна е поголема вклученост на јавноста, исто како што се потребни квалитетни професионалци кои ќе бидат извонредни новинари. Дигиталната ера создаде ново партнерство помеѓу медиумите и јавноста, а омбудсманот е тука да биде линк од доверба за јавноста помеѓу новинарите одвнатре и новинарите однадвор.

### ***Што со блогерите и останатите критичари по медиумите? Дали тие се замена за омбудсманот?***

Блогерите носат многу предности за медиумите за масовно информирање. Тие нудат свежи перспективи во културата воспоставена во редакциите. Тие можат да бидат поблиску до случувањата, и тие се поевтини кога без трошоци ги нудат своите идеи и мислења на новинските организации.

### ***Кои се лошите страни на блогерството?***

Тука може да помогне омбудсманот: Омбудсманот може да даде сигурност дека информациите на блогерите се прецизни и правични. Тој/таа може да му постави тешко прашање на блогерот: „А како знаеш?“ Блогерството честопати се однесува на мислење, и не секогаш на факти. Омбудсманот може да се осигури дека информациите добиени од кибер просторот се веродостојни и корисни за читателите, слушателите и гледачите во медиумите за масовно информирање и на други места.

### ***Како го прави тоа омбудсманот?***

Можеме да сугерираме блогерите да се придржуваат до одредени новинарски и медиумски стандарди. Организацијата за новински омбудсман (ОНО) е желна да го направи тоа, а блогерите можеме да ги упатиме на сајтовите за етика, како што е [Cyberjournalist.net](http://www.cyberjournalist.net)<sup>28</sup>. Одржувањето на квалитетот на нашето новинарство не е само прашање на професионализам. Јавноста разбира дека постои тесна врска помеѓу доброто новинарство и силните демократски институции. Тоа е прашање кое добива сè повеќе на важност во сферата на блогерството и Twitter.

<sup>28</sup> <http://www.cyberjournalist.net/news/000215.php>



***Какви мерки за санкции може да изрече омбудсманот?***

Омбудсманот не е дел од менаџментот и тоа е намерно така. Омбудсманот работи во областа на моралното убедување. Неговото овластување се заснова на јачината на идеите и пристапите за решавање на проблемот. Омбудсманот може да даде препораки, но не и да спроведува. Менаџментот има право да ги прифати или игнорира препораките на омбудсманот. Привлекувањето на вниманието на јавноста за одредена новинарска грешка, во многу случаи е помоќно отколку некаква санкција од менаџментот.

***Дали приговорите на граѓаните се имаат променето во новото интернет-опкружување?***

Интернетот ги подигна и очекувањата и способноста на јавноста да биде во интеракција со редакциите. Луѓето се гладни да дознаат зошто била напишана одредена сторија, а зошто пак друга сторија е игнорирана. Ваквата љубопитност отсекогаш постоела. Но, со појавата на е-поштата и моќта на блогерството драматично се зголеми способноста на јавноста да се поврзе со медиумите.

***Дали киберомбудсманот треба да биде блогер или новинар?***

Тој или таа може да биде и блогер и новинар, но да има темелни познавања за тоа како сите медиуми се менуваат поради интернетот, како и односите на јавноста со новите и со традиционалните медиуми. Ова се возбудливи времиња да се биде новинар со сите алатки кои ги имаме при рака. Уште поинтересно е да се биде новински омбудсман: тој е седнат во првиот ред кога станува збор за најголемиот експеримент во социјалните интеракции досега во историјата.

***Дали зголемениот јавен надзор на онлајн светот ја гарантира независноста и влијанието на омбудсманот врз новинарите?***

Зголемениот надзор од јавноста ја прави работата на омбудсманот да биде попредизвикувачка и постресна. Јавноста има сè поголема медиумска писменост и многу брзо може да почувствува кога медиумите и омбудсманот прават помалку од очекуваното. Тоа не може да биде гаранција ниту за независност ниту за влијанија.

### **Организација на новински омбудсман (ОНО)**

Основана во 1980 година, Организацијата на новинскиот омбудсман е непрофитна корпорација, регистрирана во државата Калифорнија, со меѓународно членство на активни и придружни членки. Контакти се одржуваат со новински омбудсмани ширум светот, и се организираат конференции на кои се дискутира за новинската практика и прашањата поврзани со професијата - новински омбудсман. Членките на ОНО често учествуваат на конференции за прашања поврзани со новинарските стандарди, етика и вредности.

ОНО ги има поставено следните цели:

- Да помага на новинарската професија да постигне транспарентност и отчет за подобро да служи на потребите за информации на граѓаните.
- Да се воспостават највисоките стандарди за новински омбудсман.
- Да се воспостави и шири вредноста на новинскиот омбудсман во сите медиумски платформи.
- Да обезбеди форум за размена на искуства, информации и идеи помеѓу членките и пошироката јавност.

Извор: ОНО, Модерен новински омбудсман: Водич за корисници  
<http://newsombudsmen.org/>

### 3/ Прилагодувањето на советите за медиуми на дигиталната ера

**Од Аделин Жулин**

***Какво е влијанието на процесите на дигитализација врз советите за медиуми?***

Процесот на дигитализација драматично го измени медиумското опкружување, а со тоа неизбежно влијаеше и на функционирањето на советите за медиуми. Иако советите за печат и медиуми беа главно основани да постапуваат по приговори во врска со традиционалните медиуми, овие тела сега прават обид да се приспособат на онлајн медиумското опкружување. Весниците значително инвестираат во онлајн сферата до степен до кој некои весници ги укинаа своите печатени изданија. Како резултат на тоа, сè поголем број на приговори, кои се поднесуваат до советите за медиуми, се однесуваат на онлајн содржини, кои не мора да се појавиле во печатените изданија на тие весници.

***Како се одразува тоа на работата на советите за медиуми?***

Веб-страниците на весниците и списанијата сега се под надзор на советите за медиуми, заедно со аудио и видео материјалите на веб-страниците на весниците и списанијата. Покрај тоа, сè поголем број на совети за медиуми ја прошируваат својата надлежност врз медиумите кои исклучително постојат онлајн.<sup>29</sup>

***Дали тоа значи дека советите за медиуми вршат надзор врз медиумите кои се само на интернет?***

Советите за медиуми прифаќаат приговори за онлајн содржини на традиционалните медиуми, но не и неопходно приговори за медиуми кои се само онлајн. Разликувањето на културолошкиот контекст значи дека проширувањето на надзорот на советите за медиуми врз медиумите кои се само онлајн понекогаш е само на доброволна основа (како кога онлајн веб-страници се пријавуваат за членство во советот за медиуми), а понекогаш автоматски. Во земјите каде советите за медиуми можат да вршат надзор над сите медиуми независно од тоа како тие се придржуваат кон системот, останува на советот за медиуми да одлучи

<sup>29</sup> Како во Азербејџан, Кипар, Данска, финска, Унгарија, Ирска, Косово, Холандија, Шведска, Обединето Кралство

кои медиуми ќе бидат под надзор<sup>30</sup>. Меѓутоа, во државите каде советите за медиуми, според статутот, имаат дозвола да вршат надзор на оние медиуми кои доброволно се придржуваат до системот, медиумите кои постојат само онлајн треба да направат избор пред да станат предмет на надзор. Оттаму, новинските сајтови се охрабруваат доброволно да станат дел од овој систем како еден начин на кој ќе им покажат на читателите дека тие се придржуваат до високи етички стандарди. Во Обединетото Кралство, на пример, Huffington Post, моментално е под надлежност на Комисијата за приговори за медиумите во Обединетото Кралство.

### **Право на приговор до Германскиот совет за медиуми во дигиталната ера Измена на процедурата за приговори**

#### **Дел 1 – Право на приговор**

(1) Секој има право да поднесе приговор до Германскиот совет за медиуми во врска со објави или постапки во германските медиуми, кои издаваат периодични печатени материјали и/или оперативни телекомуникациски медиуми со новинарска и уредничка содржина и други провајдери на телекомуникациски медиуми со новинарска и уредничка содржина кои не се емитуваат. Покрај тоа, секој кој е на мислење дека обработката на лични информации за новинарски или уреднички цели во контекст на истражување или објава, ги прекршува правата за заштита на податоци, може, исто така, да поднесе приговор.

Извор: Der Presserat <http://www.presserat.info>

#### **Надлежност на Данскиот совет за медиуми**

Советот за медиуми постапува по приговори против медиумите за масовно информирање опфатени со данскиот Закон за медиумска одговорност, Дел 1, кој се применува на:

- Весници, дневни весници, неделни списанија, локални весници, стручни документи и други домашни и периодични публикации, кои се објавуваат најмалку два пати во годината.
- Данското радио (Данска радиодифузна корпорација), TV2, регионални претпријатија на TV2, и други субјекти кои се овластени да емитуваат радио или телевизиски програми во Данска.
- Некои електронски информациски системи, особено новински веб страници, новински агенции, телефонски и разговорни весници,

<sup>30</sup> На пример, во Белгија и Холандија кои сега вршат надзор и над медиумите кои се само на интернет

кои се регистрирани во советот за медиуми. (Повеќето медиуми за масовно информирање ги имаат регистрирано нивните новински веб-страници)

Извор: Дански совет за медиуми, <http://www.pressenaevnet.dk/Information-in-English.aspx>

### ***Што со надзорот на веб порталите?***

Преку обезбедување пристап до информации, не значи дека веб-порталите продуцираат уредничка содржина. Оттаму, прашањето е да се одлучи дали обезбедувањето информации треба да се смета за уредничка функција. Во случаите кога уредникот прави избор за да одлучи кои информации ќе бидат достапни на порталот, теоретски тие веб-портали може да бидат под надзор на само-регулаторното тело. Во практиката, веб-порталите, барем досега, ретко се под контрола на советите за медиуми.<sup>31</sup>

### ***Дали онлајн медиумите имаат претставници во Одборот на советот за медиуми?***

Во повеќето земји учеснички во ОБСЕ, содржината на онлајн медиумите може да биде под надзор на Советот за медиуми. Меѓутоа, медиумите кои постојат само онлајн не се автоматски претставени со свои членови во Одборот на советот на медиуми. За тоа ќе биде неопходна измена на статутот на советите за медиуми, процес кој веќе многумина го имаат предвидено, но за тоа ќе биде потребно многу време поради законските импликации кои произлегуваат од модификацијата на статутите, членовите за здружување и слично.

### ***Зошто онлајн медиумите не се автоматски претставени со членови во одборот на советот за медиуми?***

При воспоставувањето на статутите на советите за медиуми, честопати онлајн медиумите не беа земани предвид бидејќи во тоа време не беа доволно развиени<sup>32</sup>. Генерално, советите за медиуми се надгледуваат од страна на одбор составен од членови кои се одговорни да ја водат организацијата и да управуваат со финансиите. Во некои држави, членовите на одборот не се претставници од медиумите, туку претставници на медиумските здруженија<sup>33</sup>. Процедурите за

31 Освен во Азербејџан, Босна и Херцеговина, Белгија, Косово, Финска и Унгарија

32 На пример, во Ирска, Советот за медиуми прво беше основан од три синдикални здруженија, и тоа за националните весници, регионалните весници и списанија. Сè уште не постои споредлива организација за онлајн медиуми.

33 На пример, во Кипар, Советот за медиуми има три основачки организации: издавачи на печат, здружение на сопственици на електронски медиуми и здружение на новинари.

придружување на онлајн медиумите кон постојните совети за медиуми делумно ќе зависат од тоа дали постојните совети за медиуми се составени од медиумските синдикати или индивидуални медиуми. Досега, не постојат докази дека медиумите кои постојат само онлајн во некоја земја се имаат здружено во некое здружение за да следат заеднички интереси и да воспоставуваат стандарди.

***Дали советите за медиуми ги изменија етичките упатства за да се приспособат на новото интернет-оокружување?***

Иако интернетот изврши огромно влијание врз начинот на работата на новинарите, а со тоа и на секојдневното работење на советите за медиуми, сепак тоа не е преточено во нови етички упатства во повеќето земји. Меѓутоа, некои совети за медиуми имаат направено одредени измени кои се разликуваат од една до друга земја.

***Кои упатства, главно, претрпеле измени?***

Упатствата кои, главно, се изменети се однесуваат на постапувањето со неуреднички материјали на веб-страниците на медиумите, на пример, во однос на умереноста на коментарите на корисниците на медиумските веб-страници. Во фламанскиот дел на Белгија, етичкиот кодекс вклучува нов параграф за онлајн форум каде се потенцира дека уредниците треба да го контролираат нивниот онлајн форум со целосна независност и дека се одговорни за тоа што се контролира.

**Реакции на трети лица на веб-страниците на медиумите:  
Нови упатства за Советот за медиуми во Холандија**

- 5.4 Уредникот на редакцијата има одговорност за реакциите на трети лица кои се појавуваат под натписите на веб-страницата, но имајќи ја предвид природата на интернетот, од уредникот на редакцијата не може да се очекува однапред да ги проверува сите реакции. Меѓутоа, уредникот на редакцијата може да одлучи да се отстранат претходно поставени реакции.
- 5.5 Доколку реакцијата на натпис на веб-страницата содржи сериозни обвинувања или клеветата за едно или повеќе лица, уредникот на редакцијата, на барање на вклучените лица, мора да истражи дали постои основа за таквите обвинувања или наводи, и доколку тоа не е така, да ја отстрани реакцијата.

Извор: Raad voor de Journalistiek, <http://www.rvdj.nl/>

***Дали советите за медиуми примаат приговори за содржина која не мора да била подготвена од новинар?***

Како што е речиси невозможно прецизно да се дефинира кој е новинар, критериумот за прифаќање на приговор не треба да се потпира на тоа дали содржината ја подготвил новинар, или не. Сепак, очигледно е дека Советот за медиуми не може да ги следи сите типови на онлајн содржини. Критериумот треба да земе предвид дали станува збор за уреднички материјал. Информациите кои се достапни преку медиумите или кои се третираат како да се уредени (истражување за вистината, третман на изворите, независност) се материјали кои може да бидат под надлежност на советот за медиуми. На пример, во Обединетото Кралство, уредниците и издавачите треба да обезбедат почитување на кодексот за практика, не само од уредниците туку и од сите надворешни соработници, вклучувајќи и лица кои не се новинари. Тука спаѓаат хонорарци, фотографии, автори на писма од читателите или граѓански новинари.

***Што со материјалот генериран од корисниците?***

Сите приговори треба да се однесуваат на редакциска содржина. Ако содржината генерирана од корисниците била однапред обмислена од медиумите и потоа била предмет на разгледување на уредниците, тоа ќе спаѓа под надлежност на Советот за медиуми. На пример, повеќето совети за медиуми прифаќаат приговори за коментари на читатели кои се поставени на веб-страниците на медиумите, доколку истите биле уредени пред да се објават. Коментарите кои се поставуваат во делот за онлајн разговори или кои не се уредени, и неконтролираните блогови не спаѓаат во надлежност на Советот за медиуми.

**Упатства за медиумските професионалци од Финска во врска со содржини генерирани од корисници**

Овој Анекс е подготвен како надополнување на Упатствата за новинари и е обврзувачки за сите членки на здруженијата на Советот за медиуми за масовно информирање и други потписници на основниот договор. Овој Анекс има посебна цел да биде одделно разгледуван од Упатствата за новинари, кои се однесуваат на редакциската содржина. Тука спаѓа редакциски материјал кој е подготвен, нарачан, обработен и избран за објавување врз основа на новинарските принципи или со новинарски акцент. Анексот се однесува на содржина генерирана од корисниците на веб-страниците на медиумите. Тоа не треба да се смета за редакциски материјал.

Советот и претседателот може да се занимаваат со активностите на редакцијата во администрирањето на онлајн форуми кои содржат материјал генериран од корисниците само од аспект на тоа дали редакцијата постапувала во согласност со принципите од овој Анекс. Принципите на овој Анекс подеднакво се применуваат при претходно и последователно контролирање на јавните онлајн форуми.

Пристапот на овој Анекс е одбран заради причини на експедитивност. Упатствата за новинари се ревидираат секои 6 до 13 години. Онлајн опкружувањето се менува и развива со екстремна брзина. Поради таквите специфичности, Анексот се менува без да се прават измени на Упатствата.

1. Редакцијата треба да ги следи своите веб-страници и да се обидува да спречи објавување на содржина со која се врши повреда на приватноста и човечкото достоинство. Покрај дискриминација, повредата на човечкото достоинство, на пример, вклучува и содржина која поттикнува на насилство и омраза кон одредено лице или група.
2. Редакцијата треба веднаш да ја избрише поставената содржина со која се врши повреда на приватноста и човечкото достоинство.
3. Онлајн форумите наменети за деца и млади треба особено внимателно да се следат.
4. Јавноста мора да има можност да ги информира редакциите за несоодветната содржина на начин на кој тие добиваат потврда за дадените информации.
5. На веб-страниците на медиумите мора да се стави јасно разграничување помеѓу форумите наменети за јавноста и содржината подготвена од уредниците.

*Усвоено на состанокот на СММ раководна група 5 септември 2011 година - Анексот стапи во сила на 1 октомври 2011, со исклучок на точка 4 која стапи во сила на 1 декември 2011 година.*

Извор: Совет за медиуми за масовно информирање во Финска, <http://www.jsn.fi/en/>

### **Како се врши контрола на онлајн содржината на корисниците?**

Постојат три типа на контрола:

- Претконтрола: (проверка на добиените реакции за тоа дали се допуштени пред да бидат вклучени на веб-страницата).
- Активна контрола: (читање на поднесоците пред да се објават и селективно објавување).



- Постконтрола: (отстранување на несоодветен материјал колку што може поскоро).

### **Упатства за белгиските медиуми за отстранување на содржини генерирани од корисниците**

На форумите за дискусија, придонесите со свои мислења се, прво, одговорност на авторот, но медиумот кој ги објавува таквите мислења има професионална и етичка одговорност за соодветна контрола на медиумот.

Следните методи може да се користат за навремено отстранување на несоодветен материјал колку што може побрзо.

- Претходна регистрација на корисниците
- Јасно упатување на условите за користење на страницата
- Употреба на електронски филтер кој се активира со одредени термини
- Опција да се пријави несоодветна реакција на медијаторот на форумот
- Контрола пред објавување и континуирано водење на дискусијата за сензитивни теми

Извор: Raad voor de Journalistiek, <http://www.rvdj.be/>

### **Како постапуваат советите за медиуми во однос на блогерите?**

Од теоретски аспект, Советот за медиуми може да постапува по приговори за блогови доколку блогерите себеси се сметаат за новинари, самоиницијативно тврдат дека се придржуваат до уредничкиот етички кодекс на Советот, и се подготвени да платат соодветна претплата за Советот за медиуми. Покрај тоа, некои совети за медиуми постапуваат по содржина на блогови доколку таа содржина е ставена на располагање преку медиумите и била однапред планирана од уредниците на таа публикација. Советот за медиуми во Холандија е добар пример за тоа: тие имаат постапувано по приговори против конкретни веб-страници/провокативни блогови<sup>34</sup> откако е проверено дека презентираните информации се редакциски материјал, а не забава, и затоа биле поставени на веб-страницата, на која може да се видат имињата на уредниците.

### **Дали советите за медиуми ги имаат изменето нивните временски ограничувања за приговорите?**

Повеќето совети за медиуми поставуваат временски ограничувања

34 34 'shoklog' е намерно провокативен и насилен блог [сложенка од shock и (web)log]

за приговорите, а тоа правило подеднакво важи за онлајн и офлајн медиумите. Временското ограничување за приговорите се разликува од една до друга земја. Во Кипар, таквото ограничување е еден месец. За датум на објавување на онлајн материјал се смета датумот кога материјалот бил поставен онлајн. Преку интернет, натписите остануваат да постојат многу подолго и тоа станува проблем. Во Обединетото Кралство, Комисијата за приговори за медиумите има одлучено да го разгледа чинот на преземање на натписот од интернет како еден вид на повторно објавување. Материјалот кој е достапен на новинската веб-страница може да подлежи на приговори вон релевантното временско ограничување. Во фламанскиот дел на Белгија, слични приговори ќе бидат прифатени сè додека содржината останува онлајн. Во Ирска, од измената на законот во 2009 година, датумот на објавување на онлајн натпис се смета датумот на кој натписот бил поставен на интернет. Тоа е релевантно не само за граѓанското право (судска постапка за клевета може да се започне една година по објавувањето), а Советот за медиуми на Ирска инсистира приговорите да бидат поднесени во рок од три месеци од објавувањето.

### ***Кои се најчестите приговори за онлајн медиумите?***

Во моментот, најголемиот број на приговори се однесуваат на непрецизност и повреда на приватноста. Со успехот на социјалните мрежи, приватните информации многу полесно се достапни за новинарите кои во поголема мерка ги користат во секојдневната работа. Советите за медиуми сè повеќе постапуваат по приговори против новинари кои користеле материјали поставени на социјалните мрежи. Друг проблем претставуваат авторските права и наводите за плагијат бидејќи со расположливоста на огромен број на материјали на интернет, многу поскапата продуцирана уредничка содржина повторно се објавува без да се наведат или признаат правата на интелектуална сопственост.

### **Приватност, јавен интерес и социјално вмрежување во Обединетото Кралство**

Во Обединетото Кралство, принципите кои се воспоставени со Уредничкиот кодекс за практика мора да останат во сржта на новинарскиот пристап кога се користат материјали преземени од социјалните мрежи. Тоа значи дека не е доволно само да се каже: „Го најдов на веб-страницата и затоа можам повторно да го објавам за 5 милиони луѓе“. Наместо тоа, новинарите треба да разгледаат одреден

број на аспекти – кои, исто така, ќе бидат разгледани при одлучувањето на Комисијата за приговори за медиумите. На пример:

1. Каков е квалитетот на информациите (колку слични информации; кој е контекстот)?
2. Кој го поставил материјалот?
3. Кои подесувања се направени за да се заштити приватноста?
4. Каков е јавниот интерес?

Што значи тоа дека во практика може да се прикаже од разни одлуки донесени од Комисијата за приговори. Неодамна, Комисијата го истакна правото на весниците и списанијата да користат материјали од социјалните мрежи кога известуваат за смртни случаи, доколку имаат сензитивен пристап кон работите: „Весниците и понатаму имаат право кога известуваат за смрт на поединец да користат јавно достапни материјали на социјалните мрежи. Меѓутоа, уредниците секогаш треба да размислат околу влијанието врз ужалените семејства кога преземаат такви информации (кои може да бидат поставени на шеговит и невнимателен начин) од оригиналниот контекст и притоа ги користат во трагични стории за смртта на тоа лице“ (Rundle против Sunday Times, 4 јануари 2010)

Во друг предмет, Комисијата го одбила приговорот од една тинејџерка чија фотографија била објавена од Loaded (британско списание за мажи), откако, прво, се појавила пред неколку години на нејзиниот Vebo профил (веб-страница на социјална мрежа). Меѓутоа, тоа било повеќе случај кога списание ја искористило фотографијата која ја преземало од социјална мрежа. Притоа, произлегло дека фотографијата – како и други фотографии на подносителот на приговор – значително циркулирале онлајн. Во времето кога бил поднесен приговорот, имало околу 1.760.000 пребарувања кои се однесувале на неа и 203.000 нејзини фотографии како девојка со „Импресивни цицки“ (така ја опишало списанието). Покрај тоа, името на девојката која го поднела приговорот значително се ширело по интернет и било видено дури 100.000 пати на Google, со над 8.000 фотографии.

Во својата одлука, Комисијата навела дека тоа е важна поента: „... списанието не пристапило до материјалот од нејзината лична страница, и оттука нема одговорност за особено непристојниот начин на прикажување; наместо тоа, бил објавен еден дел во кој се наведува дека материјалот бил веќе значително користен од страна на други лица на овој начин“.

На крајот, и покрај тоа што Комисијата сочувствувала со подносителот на приговорот, морала да земе предвид – во согласност со Уредничкиот кодекс – степенот до кој тој материјал веќе бил во јавен домен: „Комисијата не сметала дека може да го цензурира списанието поради коментари на материјал кој веќе имал голема циркулација, и кој веќе бил ставен во контекст на ист специфичен начин од страна на многу други лица. Иако кодексот наметнува високи стандарди за медиумите за разлика од материјалите на нерегулираните сајтови, Комисијата сметала дека фотографиите веќе биле нашироко користени и затоа е неиздржано Комисијата да одлучи дека е погрешно тоа што списанието ги користело фотографиите.“ (Жена против Loaded, 11 мај 2010)

Извор: Комисија за приговори за медиумите на ОК, <http://www.pcc.org.uk/>

### ***Дали советите за медиуми прифаќаат приговори за новинарски материјал подготвен во друга држава?***

Во споредба со стариот модел за печатени медиуми, потеклото на онлајн информациите тешко може да се определи. Оттаму, советите за медиуми вообичаено прифаќаат приговори за онлајн содржина независно каде била продуцирана под услов веб-страницата која ја хостира содржината да е регистрирана во таа држава.

### ***Дали советите за медиуми постапуваат по новинарски материјали поставени на Facebook, Twitter или Youtube?***

Доколку на Facebook или Youtube произлегуваат материјали од новинска страница, подносителот на приговорот треба прво да биде упатен кај веб-страницата која ја објавила таквата уредничка содржина. Меѓутоа, се отвора проблем поради тоа што сè повеќе новинари ги користат социјалните медиуми за да ја промовираат и споделат својата работа, додека истовремено ги користат и за приватна комуникација. Границата помеѓу новинарството и приватните сфери е избришана и тоа создава

### **Советот за медиуми на Холандија одлучува за користењето Twitter од страна на новинар**

#### **RvdJ 2011/38: Kamperman et al. vs. Vorkink**

Воркинк, новинар, го користел својот приватен Twitter профил за да ја постави следната порака:

„Паника кај постарото лидерство, истражувачката работа покажува

катастрофа за противпожарната заштита. Детективот Камперман прави обид да ја заведе јавноста. Следете ги вестите на RTV Oost“.

Во овој случај, Советот за медиуми ја прифатил претставката за овој твит. Советот за медиуми утврдил дека новинарот постапувал во својство на новинар, а не како приватно лице. Советот, исто така, земал предвид дека на Twitter профилот на новинарот се споменува дека тој е истражувачки новинар во RTV Oost. На неговиот профил, исто така, имало линк до страницата на RTV Oost и во претходно споменатиот твит – испратен кратко време по објавувањето на 30 ноември 2010 година – тој постојано упатувал на известувањето на RTV Oost на таа тема. Постапувањето на навредливиот твит треба да се смета за чин на обвинетиот при вршењето на неговата новинарска професија и затоа спаѓа во надлежност на Советот за медиуми.

Покрај тоа, името на еден од подносителите на приговорот било споменато во твитот и поврзано со несоодветните практики без цврста основа за тоа. Иако Советот за медиуми го поздравил извинувањето на новинарот до подносителот на приговорот и направил пораката да не може да се чита, Советот за медиуми сметал дека Воркинг постапувал неетички преку ширењето на такви твитови, и со тоа самиот приговор се сметал за основан.

Извор: Совет за медиуми на Холандија, <http://www.rvdj.nl/>

тешкотии за советите за медиуми кога треба да идентификуваат што треба да се надгледува. Повеќето совети за медиуми се имаат одлучено да не разгледуваат такви приговори. Меѓутоа, некои совети за медиуми веќе имаат решавано по приговори за користењето на социјалните мрежи за новинарски цели. Холандскиот совет за медиуми, на пример, има решавано за користењето на Twitter од страна на новинари. Останува да се разреши прашањето дали Facebook или Twitter материјалите користени од новинари треба да бидат подложни на надзор или регулација во сите случаи, бидејќи тие се новинари, или дали таквите материјали треба да се под надзор на Советот за медиуми само кога се објавени на официјални веб страници на весник или други медиуми за кои работат новинарите.

### ***Што промени интернетот во односна ширењето на новинарските грешки?***

Интернетот овозможува брзо пренесување на информацијата, а со тоа брзо се пренесуваат и дуплираат и новинарските грешки. Меѓутоа,

добрата вест е тоа што за разлика од печатените медиуми (кога треба да се чека следното издание за да се направи корекција), интернетот овозможува веднаш да се направи корекција. Но, тешко е да се процени колкав број на луѓе ја имаат прочитано грешката, и освен тоа, покрај корекцијата, грешката може да остане во кибер просторот засекогаш бидејќи информациите не се бришат од интернет.

### ***Како да се понуди фер корекција во дигиталната ера?***

Упатствата на советот за медиуми на Финска за фер корекции се многу интересни, и повеќето други совети за медиуми се согласуваат со нив.

Тука спаѓа:

- Медиумите не треба да коригираат неточна онлајн сторија со тоа што ќе ја отстранат или заменат со друга сторија;
- Медиумите треба да ја коригираат сторијата и јасно да наведат дека имало грешка во претходниот натпис;
- Медиумите треба да постават линк помеѓу коригираниот натпис и натписот со грешка.

### ***Дали треба да се менува санкцијата на Советот на медиуми за да се поврзе со штетата која е предизвикана на интернет?***

Повеќето совети за медиуми се потпираат на моралните санкции, особено на „одлуките за критика“ и правото на одговор кој медиумот прекршител може да го објави. Меѓутоа, објавувањето на одлуката за критика или која било друга санкција, како што е корекција или извинување може да бидат помалку застапени на интернет, отколку во печатеното издание. Од таа причина, Обединетото Кралство има усвоено упатства за онлајн застапеноста на потврдените одлуки.

### **Упатства на Комисија за приговори за медиуми во Обединетото Кралство за онлајн застапеност**

Една од клучните функции на Комисијата за приговори за медиумите е преговарање за поправка на објавената содржина, во форма на писма, корекции и извинувања. Клаузулата 1 (Прецизност) на Кодексот пропишува дека корекциите и извинувањата се објавуваат со „соодветна застапеност“. Во печатените изданија, повеќе од 80% од текстовите кои се преговараат преку Комисијата се појавуваат на истата страница или на претходната страница како што било во оригиналниот текст, или пак во посебна рубрика за корекции.

Застапеноста на онлајн објавувањето на одлуките е област која

претходно била помалку добро дефинирана. Оваа забелешка отвора некои прашања кои уредниците треба да ги земат предвид кога ја предлагаат застапеноста на онлајн корекциите и извинувањата. Јасно е дека различни совети имаат усвоено различни практики во оваа област, со можност текстовите да се појавуваат самостојно на почетокот на оригиналната сторија или во назначената рубрика за корекции.

За Комисијата, почетната основа е дека доколку натписот се појавува и во печат и онлајн, предложената поправка честопати треба да се појави и на двата медиуми. Оваа белешка нема за цел да дава насоки, и предвид ќе се земе предвид и постоењето на различни практики. На крајот, тестот е дали е исполнето барањето за „соодветна застапеност“. Притоа релевантни се следните поенти:

- Преговарањето е клучен дел од процесот во Комисијата за приговори за медиумите, и дискусијата помеѓу подносителот на приговорот, уредникот и Комисијата ќе биде неопходна за да може да се постават онлајн и офлајн корекции и извинувања. Клаузулата 1 (Прецизност) од Кодексот вели: „во случаите во кои е вклучена Комисијата, застапеноста треба да биде договорена однапред со Комисијата за приговори“.
- Читателите ќе пристапат до информациите на веб-страниците на весниците и списанијата на разни начини (како што се пребарувања, линкови), и затоа не постои автоматски корелација помеѓу оригиналната локација на натписот и поставувањето на корекција или извинување. Постоенето на места на веб страницата на кои може да се пристапи само ако има претплата може да влијае на тоа како првично се пристапува на страницата, и тоа треба да се земе предвид. Меѓутоа, за корекциите и извинувањата кои се поставени да стојат сами за себе, уредниците треба да размислат околу нивното соодветно поставување во релевантни рубрики каде се појавил оригиналниот натпис (како што се „вести“ или „шоу-бизнис“, на пример).
- Доколку разрешницата за некој приговор е текст кој стои самостојно (извинување, корекција или писмо), генерално ќе биде соодветно да се стави линк до оригиналниот натпис под приговорот (доколку е објавен онлајн) и потоа да се стави линк од оригиналниот текст до тој текст. Доколку оригиналниот натпис бил отстранет, за тоа колку долго ќе останат онлајн извинувањето, корекцијата или писмото, треба да биде предмет на преговори со Комисијата.

- Корекциите или извинувањата кои се појавуваат на оригиналниот натпис треба да бидат јасно означени.
- Доколку исходот од приговорот е текстот на натписот да биде значително изменет, тогаш треба да се земе предвид при објавувањето да се направи јасно упатување на постоењето на таквата измена. Во тој поглед ќе се разгледува и колку брзо бил изменет текстот.
- Исто така, внимание треба да се посвети на тоа дека URL на натписот не содржи информации кои биле предмет на приговорот со успешен исход. Доколку натписот е изменет, треба да се преземат чекори и за да се измени URL, како што е неопходно.
- Онлајн корекциите и извинувањата треба да се тагираат при објавувањето за да може да се обезбеди нивно пребарување.

Онлајн застапеност на одлуки во прилог на приговорот

Кога Комисијата одлучува во прилог на приговорот, уредникот има обврска да ја објави таа одлука со „соодветна застапеност“. Тука се дадени некои упатства за онлајн објавување:

- Како и за корекциите и извинувањата, мора да се земе предвид и самата одлука да се појави на релевантните делови на веб-страницата. Тоа може однапред да се дискутира со Комисијата за приговори.
- Доколку е утврдено дека со натписот се врши прекршување на Кодексот на Комисијата за приговори, треба или да се отстрани од архивата и да се замени со одлуката, или, пак, до одлуката треба да се постави линк на видливо место на натписот. Тоа може однапред да се дискутира со Комисијата за приговори.
- Одлуката, кога е објавена, треба да биде тагирана за да може да се пребарува.

Извор: Комисија за приговори за медиуми на Обединетото Кралство, <http://www.pcc.org.uk/>

### ***Дали советите за медиуми го променија начинот на комуникација со појавата на интернетот?***

Интернетот претставува одлична алатка со која советите за медиуми можат да ја подигаат свеста за својата работа. Повеќе совети за медиуми ги користат социјалните мрежи за да ги споделуваат своите одлуки по приговорите, како што е Twitter и понекогаш Facebook.



## **Советот за медиуми на Босна и Херцеговина се приспособува на дигиталната ера**

**Од Лилјана Зуровац, извршен директор на Советот за медиуми на Босна и Херцеговина**

Советот за медиуми на Босна и Херцеговина беше основан во 2000 година од страна на меѓународните организации и здруженијата на новинари во земјата. Во 2006 година, беше повторно основан од страна на десетте најголеми медиумски сопственици во Босна и Херцеговина, како саморегулаторно тело за целата држава. Од 2010 година, новинските веб-портали, исто така, имаат право да станат членки на Советот за медиуми. Структурата на Советот за медиуми сега е составена од собрание во кое се претставени сите членови, Одбор на директори составен од девет главни уредници и сопственици на печатени и онлајн медиуми, Комисијата за приговори која е составена од девет члена и тоа новинари, правници, судии и академици и Оперативен секретаријат кој има тројца вработени со полно работно време и тројца вработени со половина работно време. Советот веќе го има изградено своето име и понатаму се развива.

Со одлука на Одборот на директори, Советот за медиуми го прошири својот мандат на онлајн медиумите/веб-порталите во септември 2010 година. Во согласност со тоа, Кодексот на советот беше ревидиран да стане Кодекс за печатени и онлајн медиуми, со што примената на новинарските етички стандарди се прошири и на онлајн медиумите. Исто така, беа воспоставени и правила за веб порталите кои сакаат да станат членки на Советот за медиуми. За да стане членка, порталот мора да има листа на уредници со јасно наведени податоци за контакт, главен уредник и најмалку двајца професионални новинари. Исто така, порталот мора да го прифати Кодексот за печатени и онлајн медиуми и да ги прифати принципите за саморегулација на медиумите. На крајот, порталот мора да биде регистриран како друштво со ограничена одговорност, а не како здружение или НВО; и не може да биде сопственост на политичка партија или маркетиншка агенција.

Меѓутоа, во однос на приговорите од граѓаните за известувањето на веб порталите и интервенциите на Комисијата за приговори при Советот за медиуми на БиХ, правилото останува како и за печатените медиуми: Советот за медиуми ги прифаќа сите приговори, независно дали порталот е членка на Советот за медиуми или не.

Одлуките на Комисијата за приговори се дистрибуираат до сите медиуми и се поставуваат на веб страницата на Советот за медиуми на Босна и Херцеговина, [www.vzs.ba](http://www.vzs.ba), и, исто така, се дистрибуираат преку Facebook-страницата на Советот.

Веб-порталите имаат голем интерес да соработуваат со Советот за медиуми. Фактот што постојат многу услови за да се стане членка на Советот за медиуми е големо ограничување за стекнување членство, но не влијае на професионалната соработка со повеќето веб-портали во земјата. Многу уредници на веб-портали се во постојан контакт со Советот за медиуми, го следат Кодексот за печатени и онлајн медиуми и ги објавуваат одлуките на Комисијата за приговори и други информации во врска со Советот за медиуми, истакнувајќи ја нивната подготвеност да го подобрат нивото на професионално известување. Имајќи ја предвид таквата цел, Советот за медиуми одржа неколку семинари и консултативни средби за уредници и новинари од онлајн медиумите на теми поврзани со медиумската етика и одговорност при известувањето, саморегулацијата на медиумите и измените на Кодексот за печатот, за регулацијата на содржини генерирани од корисниците (UGC) – коментари на анонимни посетители на веб-портали, за Законот за медиуми и Кривичниот закон, како и за Меѓународната конференција за авторски права и заштита на интелектуалната сопственост во онлајн медиумите.

Како дел од редовните едукативни програми за судии и обвинители, Советот за медиуми започна една дополнителна програма, „Не си невидлив“, со која се создава заедничка платформа за Советот за медиуми, судството и полицијата, во соработка со уредниците на веб-порталите, за да се спречи ширењето на говорот на омраза на веб порталите преку содржини генерирани од корисниците. Во 2012 година, по повеќе приговори од граѓани за говор на омраза и закани по одредени поединци во уредничките текстови и во коментарите на некои веб-портали, беа поднесени неколку кривични пријави против идентификувани лица кои давале коментари и против уредниците на тие текстови.

Следејќи го мотото „Граѓаните и новинарите заеднички се борат за вистината,“ со цел подобро информирање на граѓаните за нивното демократско право да приговараат и реагираат, вклучувајќи и за известувањето на веб-порталите, Советот за медиуми во 2012 година започна радиоемисија насловена „Вашиот глас во медиумите“.

Програмата се однесува на медиумската етика, саморегулацијата на медиумите, правото на приговор, проблемите на медиумите, културата за комуникација во јавниот дискурс и содржините генерирани од корисниците на веб-порталите. Исто така, се говори и за опасноста од ширењето говорна омраза, заштитни механизми за новинарите, и слобода на изразувањето. Програмата се емитувана локалните радиостаници и на јавниот сервис, и преку едукативниот веб-портал на Советот за медиуми [www.edukacija.vzs.ba](http://www.edukacija.vzs.ba) и на Facebook-страницата на Советот за медиуми <http://www.facebook.com/VijeceZaStampuBiH?ref=ts&fref=ts>

## Механизми за саморегулација на медиумите во онлајн светот<sup>35</sup>

Од **Олга Мамонова**

	Година на основање	Печат	Радио	Телевизија	Веб-страници на печатени медиуми	Онлајн медиуми
Австрија	1961, 2010					
Азербејџан	2003					
Ерменија	2007					
Белгија(FL)*	1995, 2002					
Белгија(FR)	2009					
Бугарија	2005					
Босна и Херцеговина	2000					
Велика Британија	1953, 1991					
Германија	1956					
Данска	1964, 1992					
Ирска	2007					
Исланд	1965					
Шпанија (Кат)	1997					？**
Кипар	1997					
Косово	2006					
Литванија	1996					
Луксембург	1979					
Малта	1999					
Молдавија	2009					
Холандија	1948, 1960					

35 35 Табелата се заснова на книгата: Мамонтова О.И. Совет по пресе како институт за саморегулирање на медиумите. – LAP Lambert Academic Publishing, 2012

	Година на основање	Печат	Радио	Телевизија	Веб-страници на печатени медиуми	Онлајн медиуми
Норвешка	1928					
Словачка***	2002					
Словенија	1995					?****
Турција	1988					
Украина	2001					
Финска	1968					
Црна Гора	2008					
Швајцарија	1977					
Шведска	1916					
Естонија-1*****	1991					
Естонија-2	2002					

### **Белешка за табелата:**

Најголем број на совети за медиуми ги имаат во своја надлежност и онлајн медиумите за масовно информирање. Потребно е да се истакне дека најголемиот број на совети за медиуми се основани во периодот пред ерата на развиениот интернет; меѓутоа, во даден момент, онлајн медиумите беа вклучени и под нивна надлежност. Покрај тоа, според овие табели, советите за медиуми се многу позаинтересирани да ги вклучат онлајн медиумите како свои членки отколку саморегулаторните тела за телевизиските и радиодифузери.

\* Советот за медиуми на фламанската заедница на Белгија, исто така, е одговорен за рекламната содржина во медиумите за масовно информирање

\*\* Нема прецизни информации на располагање

\*\*\* Нема информации на располагање

\*\*\*\* Нема прецизни информации на располагање

\*\*\*\*\* Како резултат на конфликтот од 2001 година помеѓу новинарите и издавачите кои беа членки на Советот за медиуми, кој постоеше од 1991(Естонија - 1 во табелата), беше основан втор Совет за медиуми во 2002 година. Во моментот, постојат два механизма за саморегулација на медиумите во земјата, еден кој е поддржан од Унијата на новинари на Естонија, и друг кој е поддржан од издавачите на весници во Естонија.

# ЗА АВТОРИТЕ

## Џефри Дворкин

Џефри Дворкин е предавач и директор на програмата за новинарство на Универзитетот во Торонто и извршен директор на Организацијата за новински омбудсман. Тој раководел со два меѓународни новински сервиса - CBC радио и Национално јавно радио. Тој бил првиот новински омбудсман во Националното јавно радио. Дворкин, исто така, бил вклучен во меѓународните обуки по новинарство во Западна Африка, Латинска Америка и Средниот Исток. Тој е автор на „Водич за новински омбудсман“ на ОНО и блогер е на [www.nowthedetails.blogspot.com](http://www.nowthedetails.blogspot.com)

## Аделин Хулин

Аделин Хулин е проект-координатор во Канцеларијата на Претставникот за слобода на медиумите на ОБСЕ од 2006 година. Претходно работела како консултант за Францускиот центар за врски помеѓу медиумите и образованието (CLEMI) и за УНЕСКО, на програми за медиумска едукација. Таа има завршено постдипломски студии по новинарство на Универзитетот Paris Dauphine и додипломски студии по политички науки на Bordeaux's Institut d'Etudes Politiques.

## Џо Мекнаме

Џо Мекнаме е извршен директор на European Digital Rights – здружение на 32 организации за дигитални граѓански права од 20 европски држави. Има завршено додипломски студии по модерни јазици и постдипломски студии по меѓународно право и европска политика. Голем дел од неговата работа за EDRI е посветен на подобрување на комуникацијата помеѓу граѓаните и владите за прашања во врска со интернетот. Има подготвено водич за Европската Унија за граѓаните и водич за креаторите на политики за тоа како функционира интернетот (достапни на <http://edri.org/papers>).

## Кристијан Мулер

Кристијан Мулер е консултант за медиумски политики и управување со интернет во Хамбург ([theinformationsociety.org](http://theinformationsociety.org)) и надворешен советник на Претставникот за слобода на медиумите на ОБСЕ. Предава новинарство и социјални медиуми на Универзитетот за применети науки во Киел. Претходно работел во органите за регулација на медиумите, дипломатски мисии и меѓународни организации. Има постдипломски студии во областа на студии за медиуми, литература и јавно право на Универзитетот во Киел.

**Андреј Рихтер**

Андреј Рихтер е директор на Канцеларијата на Претставникот за слобода на медиумите на ОБСЕ. Тој е професор и бил шеф на катедрата на Школата за новинарство на државниот Универзитет Ломоносов во Москва, каде предавал право за медиуми за масовно информирање. Има завршено право, странски јазици и има докторат по новинарство. Рихтер е комесар на Меѓународната комисија на правници. Автор е на бројни публикации за медиумското право, вклучувајќи го и единствениот учебник за медиумско право за студентите по новинарство на руските колеџи и универзитети (2002, 2009), учебник за меѓународна и странска регулација на медиуми (2011), и книга за цензурата и слободата на медиумите во постсоветските земји, која беше објавена на англиски јазик од УНЕСКО (2007).

**Ејдан Вајт**

Ејдан Вајт е директор на Мрежата за етичко новинарство, глобална кампања која започна во 2012 година за унапредување на етиката и доброто управување во сите медиумски платформи. Тој е поранешен генерален секретар на Меѓународната федерација на новинари. Пред да се приклучи на федерацијата, работел како новинар за The Guardian. Тој е автор на книги и извештаи за новинарството, меѓу кои: Иницијатива за етичко новинарство (2008), Иднината на новинарството како јавно добро (2011, IFJ), и Медиумската етика и човековите права во Европа со Томас Хамерберг (Совет на Европа, 2011).



## Корисни онлајн извори

### Публикации

Dvorkin, Jeffrey, *The Modern News Ombudsman: A User's Guide 2011*, info@newsombudsman.com

Human Rights and a changing media landscape, Strasbourg, Council of Europe, 2011. <http://www.coe.int/t/commissioner/Activities/themes/MediaFreedom/MediaLandscape2011.pdf>

The Media Self-Regulation Guidebook, The Office of the OSCE Representative on Freedom of the Media, Vienna, OSCE, 2008 <http://www.osce.org/fom/31497>

Professional Journalism and Self-regulation, New media, Old Dilemmas in South East Europe and Turkey, Paris, UNESCO, 2011 [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media\\_standards/Professional+Journalism+and+Self-Regulation.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_standards/Professional+Journalism+and+Self-Regulation.pdf)

White, Aidan. *To tell you the truth: The ethical Journalism Initiative*, Brussels: The International Federation of Journalists, 2008. [http://ethicaljournalisminitiative.org/pdfs/EJI\\_book\\_en.pdf](http://ethicaljournalisminitiative.org/pdfs/EJI_book_en.pdf)

### Веб-страници

Alliance of Independent Press Councils of Europe: <http://www.aipce.net/>

BBC Editorial Guidelines:  
<http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/>

EthicNet, a collection of codes of journalism ethics in Europe, <http://ethicnet.uta.fi/>

Ethical Journalism Network: <http://www.ethicaljournalismnetwork.org/>

European Journalism Centre: <http://www.ejc.net/ejc/>

Media Accountability Systems website of the The Donald W. Reynolds Journalism Institute (USA): <http://www.rjionline.org/media-accountability-systems>





[osce.org/fom](http://osce.org/fom)



**ISBN: 978-92-9234-647-8**