



(Дез)информации во онлајн просторот во предизборниот период



**Финансирано од
Европска Унија**



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

**Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC**

Извршно резиме

Дезинформациите се присутни во секој тип на комуникација помеѓу луѓето и се шират преку сите извори на информирање кои тие ги употребуваат. Секојдневната изложеност на невистинити информации може да доведе до заблуда, а тие претставуваат и ризик за државата. Особено плоден временски период за ширење на дезинформации се изборните процеси, почнувајќи од изборните кампањи, па се до објавувањето на резултатите од изборите. Затоа е неопходно медиумите да бидат внимателни со информациите што ги споделуваат, да ја проверуваат нивната вистинитост, како и нивните извори. Дополнително, оваа обврска е значајна и за онлајн медиумите бидејќи во 21 век, тие претставуваат се почесто употребуван извор на информирање глобално, но и од страна на македонските граѓани. Со оглед на тоа што онлајн медиумите не се законски регулирани во Република Северна Македонија, воспоставени се механизми за медиумска саморегулација. Еден од нив е и Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми, кој беше објавен во октомври 2023 година. Неговата примена за прв пат ќе биде тестирана годинава, на претседателските и парламентарните избори кон крајот на април и почетокот на мај.

* Овој документ е подготвен во рамките на проектот: „ЕУ4 Владеење на правото: Граѓански ангажман за јавен интегритет (ЦЕПИ) во Западен Балкан и Турција“, имплементиран од Транспаренси Интернешнл- Македонија, а финансиран од страна на Европската Унија и Владата на Швајцарија. За содржината на овој документ одговара авторот и не мора да ги одразува ставовите на Европската Унија и Владата на Швајцарија.

Содржина

Извршно резиме.....	2
Вовед.....	4
Ранливост на дезинформации.....	4
Релевантно законодавство	6
Медиумска саморегулација.....	6
Известувањето на онлајн медиумите во предизборниот период.....	8
Македонскиот наспроти холандскиот кодекс за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси	10
Заклучоци	12
Препораки.....	12
Профил на авторот	14
Библиографија/користена литература.....	15

Вовед

За поимот дезинформации, односно „лажни вести“ не постои универзално употребувана дефиниција, ниту усогласеност од теоретски, правен или политички аспект. Според Европската комисија, дезинформацијата претставува *„доказано лажна информација или информација која доведува во заблуда, а која е создадена, објавена и дистрибуирана заради стекнување економска корист или заради намерна измама на јавноста и која може да наштети на јавниот интерес“*.¹

Под „наштетување на јавниот интерес“ се подразбира *„загрозување на демократскиот политички процес и процесот на креирање политики, како и на јавниот интерес, како што се заштита на здравјето на граѓаните на Европската унија, заштита на животната средина и безбедност.“*²

Дезинформациите се појавуваат секојдневно и се споделуваат преку сите извори на информирање на граѓаните, а особено се штетни бидејќи влијаат на креирање на јавното мислење и на оформување на колективната свест. Дотолку повеќе, нивниот негативен ефект доаѓа до израз во предизборниот период, кога граѓаните се подготвуваат да учествуваат во значаен демократски политички процес и со нивниот глас одлучуваат за иднината на државата.

Со оглед на тоа дека 2024 година е изборна година во многу држави низ светот, како и во Европската унија,³ оваа година е особено значајно медиумите да внимаваат на вистинитоста на информациите кои ги споделуваат. Во Република Северна Македонија исто така, во пресрет на парламентарните и претседателските избори,⁴ неопходно е да се сочува непристрасноста во известувањето на медиумите. Овие избори ќе бидат уште еден тест за нив, во кој граѓаните ќе проверат дали тие се воздржуваат од ширење на дезинформации и дали се придржуваат до начелата на објективно и транспарентно новинарство кои се вметнати во кодексите на новинарските здруженија.

Ранливост на дезинформации

Луѓето се секојдневно изложени на голем број неточни информации кои можат да ги доведат до заблуда, претставуваат ризик за нив и за државата, но истовремено постои и ризик да ги доведат

¹ „Комуникација од Комисијата до Европскиот парламент, Советот, Европскиот економски и социјален комитет и Комитетот на регионите (Справување со дезинформациите на Интернет: европски пристап) COM/2018/236 финално“ (Европска комисија, 26 април 2018 година), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236>.

² Исто.

³ „Следење на избори 2024: секој глас и зошто е важен“, *Гардиан*, 22 април 2024 година, <https://www.theguardian.com/world/2024/feb/23/2024-global-elections-tracker-voting-dates-us-india-indonesia-belarus-haiti-pakistan-full-list>.

⁴ „Распишани претседателските и парламентарните избори 2024“, *А1он*, 14 февруари 2024 година, <https://a1on.mk/macedonia/raspishani-pretседатelskite-i-parlamentarnite-izbori-2024/>.

до состојба самите да ги шират тие информации, не знаејќи дека истите се неточни. Неумешност да се препознаат дезинформациите, висок ризик да се сносат негативните последици од нив, низок капацитет, способности и можности за справување, како и честа изложеност на истите претставува ранливост на дезинформации.⁵

Македонските граѓани не се имуни на оваа состојба, што е видно во спроведените истражувања на невладини организации за навиките на граѓаните за употреба на различни видови извори за нивно информирање. Според истражувањето на Фондацијата за интернет и општество Метаморфозис – Скопје, од медиумските канали на информирање, најзастапени се домашните телевизиски станици, социјалните медиуми, а трет најчесто употребуван канал за информирање се онлајн медиумите. Кај нив се забележува значително зголемено ниво на употреба од страна на граѓаните во изминатите години, па така во 2022 година 37% од анкетираниите граѓани се информирале преку онлајн медиумите, додека во 2023 година оваа бројка се зголемила на 51%.⁶ Според истото истражување, 51% од анкетираниите граѓани се изјасниле дека ги употребуваат онлајн медиумите за секојдневно информирање, а 18% се изјасниле дека ги употребуваат истите за нивно информирање неколку пати седмично.⁷ Овој тренд е резултат на зголемената достапност до електронски уреди и интернет врска, брзината на објавување на информациите на онлајн медиумите и намалената употреба на традиционалните медиуми за информирање на граѓаните. Иако граѓаните се свесни за распространетоста на дезинформациите и знаат дека содржината што им ја презентираат онлајн медиумите можеби не е секогаш проверена, истовремено признаваат дека не знаат како да препознаат дезинформација. Според истражувањето на Институтот за комуникациски студии, 54% од анкетираниите граѓани одговориле дека се сомневаат во сите вести што ќе ги прочитаат, додека 30% ја проверуваат истата информација и во другите медиуми.⁸ Од друга страна, само 22% од нив се сигурни дека секогаш можат да препознаат неистинитата информација, мнозинството – 51% одговориле дека понекогаш можат да препознаат дезинформација, а останатите ретко или никогаш не можат препознаат дезинформација.⁹ Оттука, очигледна е потребата од регулирање на онлајн медиумите со цел напредување во борбата против ширење на дезинформациите, кои од една страна претставуваат закана за безбедноста на

⁵ Елеонора Серафимовска и Јорданка Черепналкова Трајкоска, “Ранливост на дезинформации кај различни групи граѓани во Северна Македонија” (Институт за комуникациски студии, 19 април 2023 година), <https://iks-edu-mk.b-cdn.net/wp-content/uploads/2023/04/ranlivost-na-dezinformacii-mk.pdf>.

⁶ Ѓорѓи Митревски, “Ефектот на дезинформациите и странските влијанија врз демократските процеси во Северна Македонија во 2023 година” (Фондација за интернет и општество Метаморфозис – Скопје, 23 јануари 2024 година), <https://metamorphosis.org.mk/wp-content/uploads/2024/01/efektot-na-dezinformaciiite-mk-10-1.pdf>.

⁷ Исто.

⁸ “Извештај од истражување на способноста на граѓаните за препознавање и справување со дезинформации” (Институт за комуникациски студии, 6 декември 2022 година), <https://iks-edu-mk.b-cdn.net/wp-content/uploads/2022/12/izveshtaj-od-istranzhuvanje-na-sposobnosta-na-gragjanite-za-prepoznavanje-i-spravuvanje-so-dezinformacii.pdf>.

⁹ Исто.

граѓаните и државата, но од друга страна создаваат и плодна почва за поттикнување на говор на омраза и поделби во општеството.

Релевантно законодавство

Во Република Северна Македонија, традиционалните медиуми се регулирани со Законот за медиумите, донесен во 2013 година.¹⁰ Овој закон ги пропишува основните начела и услови што треба да бидат исполнети од страна на издавачите на медиуми при вршење на дејноста, како и обезбедување на заштита на малолетни лица, одговорен уредник и уредништво, правото на новинар да го изнесе своето мислење и став и да одбие да изврши задача, заштита на изворот на информации, импресум, јавност во работата на издавачот на медиум и правото на исправка и одговор на објавена информација, како и условите и постапката за доделување на финансиска поддршка за печатење и дистрибуција на печатени медиуми.¹¹ Во поимникот, медиумите се дефинираат како „средства за јавно информирање, односно каков било вид на комуникација како весници, магазини, програми на радиото и телевизијата, телетекст и други средства за дневно или периодично објавување на уреднички обликувани содржини во пишана форма, звук или слика, со цел да се информираат и задоволат културните, образовните и другите потреби на пошироката јавност.“¹² Анализирајќи ја оваа дефиниција на поимот медиуми, може да се воочи дека истата не ги споменува онлајн медиумите, па следствено може да се заклучи дека Законот за медиуми не ги регулира нив.

Покрај тоа, во Република Северна Македонија не постои посебен закон кој ги регулира онлајн медиумите, начинот на известување и дезинформациите кои се шират преку нив.

Овој заклучок се потврдува и од страна на Европската комисија во најновиот Извештај за Северна Македонија за 2023 година.¹³ Во него се истакнува дека недостатокот на регулирање на онлајн медиумите доведува до прекршување на интелектуалните права и зголемен степен на закани од ширење на дезинформации.

Медиумска саморегулација

Во недостаток на правна рамка која ги регулира онлајн медиумите, новинарските здруженија во Република Северна Македонија пристапија кон саморегулација на истите, преку подготовка на кодекси за професионални стандарди за онлајн новинарство. Медиумската саморегулација претставува заедничка заложба на медиумските работници да воспостават доброволни уредувачки насоки и да се придржуваат кон нив, со што медиумите го прифаќаат својот дел од

¹⁰ Закон за медиуми („Службен весник на Република Македонија“ број 184/13 и 13/14 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.63/24).

¹¹ Член 1 став 1 од Законот за медиуми.

¹² Член 2 точка 1 од Законот за медиуми.

¹³ “Извештај за Северна Македонија за 2023 година” (Европска комисија, 8 ноември 2023 година), [https://www.sep.gov.mk/data/file/Pregovori/SWD_2023_693%20North%20Macedonia%20report_F_MK2%20\(002\).docx](https://www.sep.gov.mk/data/file/Pregovori/SWD_2023_693%20North%20Macedonia%20report_F_MK2%20(002).docx).

одговорноста за квалитетот на јавниот дискурс, но истовремено ја задржуваат својата уредувачка самостојност во обликувањето на истиот.¹⁴ Оттука следува заклучокот дека подготвувањето на кодексите од страна на новинарските здруженија претставува доказ за нивната волја за професионално и одговорно известување, но исто така, неопходно е доследно придржување до нив, со цел истите да имаат реален ефект, а да не останат само „мртво слово на хартија“.

Кодексот на новинарите на Македонија¹⁵ подготвен од Здружението на новинарите на Македонија беше усвоен во 2001 година и содржи 17 принципи и етички вредности, кои доколку ги почитуваат, обезбедуваат преземање одговорност на новинарите за информациите кои ги пренесуваат. Овој Кодекс има за цел промовирање на основните вредности на професијата и стандардите на кои треба да се придржува секој професионалец, како и да придонесе во борбата против ширење на дезинформациите и медиумската пропаганда.

Кодексот е усвоен пред повеќе од две децении, а оттогаш технологијата се развива забрзано, па онлајн медиумите доживуваат подем. Оттука, се појави потребата за соодветни толкувања и насоки за новинарите кои работат во тие медиуми бидејќи Кодексот се однесува на сите новинари и се применува врз сите медиуми. Во 2021 година, Советот за етика во медиумите во Македонија одговори на оваа потреба и ги подготви Насоките за етичко известување на онлајн медиумите (Примена на Кодексот на новинарите во онлајн сферата).¹⁶ Овие Насоки содржат објаснувања за лесна и соодветна примена на одредбите на Кодексот, како и посебни одредби кои се однесуваат само на онлајн медиумите, а се однесуваат на архивирање и трајно снимање на објавените содржини, транспарентност на онлајн медиумот – импресум и одговорност за објавувањето коментари од читатели.

Во 2018 година, Здружението за интерактивно огласување ИАБ Македонија објави Саморегулаторен етички кодекс на добри професионални практики во дигиталното издаваштво на територијата на Република Македонија.¹⁷ Овој Кодекс има за цел да ги пропише правилата на најдобрите практики во дигиталното издаваштво и огласување, со цел одредување и почитување на правилата за фер, етички и добри професионални практики за креирањето и објавувањето на содржини, производи и услуги кои се нудат преку онлајн медиумите.

Покрај кодексите, новинарските здруженија преземаа уште еден чекор во медиумската саморегулација – воспоставување на регистри на онлајн медиуми. Во 2019 година, Здружението

¹⁴ Јавуз Бајдар и други, “Водич за саморегулација во медиумите: сите прашања и одговори” (Скопје, Совет за етика во медиумите на Македонија, 2016 година), https://civicamobilitas.mk/wp-content/uploads/2017/06/Self-regulation-za-proverka_opt.pdf.

¹⁵ “ЗНМ обезбеди Етички кодекс за медиумите во Македонија,” *Здружение на новинари на Македонија*, 3 октомври 2017 година, <https://znm.org.mk/znm-obezbedi-etichki-kodeks-za-mediumi/>.

¹⁶ “Насоки за етичко известување на онлајн медиумите (Примена на Кодексот на новинарите во онлајн сферата)” (Совет за етика во медиумите во Македонија, 2021 година), <https://semm.mk/attachments/01-02-2021/Насоки%20за%20етичко%20известување%20во%20онлајн%20медиумите.pdf>.

¹⁷ “Саморегулаторен етички кодекс на добри професионални практики во дигиталното издаваштво на територијата на Република Македонија” (Здружение за интерактивно огласување ИАБ Македонија, 2018 година), https://www.iab.mk/wp-content/uploads/2018/04/Samoregulatoren-etichki-kodeks-_final.pdf.

на новинарите на Македонија и Советот за етика во медиумите на Македонија го креираа регистарот на професионални онлајн медиуми www.promedia.mk, чија цел е поттикнување на процесот на професионализација во работењето на онлајн медиумите, подобрување на нивниот кредибилитет, како и препознавање на оние медиуми кои ги почитуваат стандардите.¹⁸ За да се регистрираат, онлајн медиумите треба да исполнат 15 критериуми, да поднесат апликација за прием, а потоа да го почитуваат горенаведениот Кодекс на новинарите на Македонија.

Подоцнежен пример за ваков тип на регистар на онлајн медиуми беше подготвен во 2023 година, од страна на Здружението за заштита и унапредување на интернет медиумите Onlinemedia.mk. Овој регистар беше формиран со цел заедничко настапување за подобрување на секторот на онлајн медиумите и целосно рамноправен третман на професионалните интернет портали со традиционалните медиуми.¹⁹ За пристапување кон овој регистар, онлајн медиумите треба да исполнат 10 критериуми, да поднесат пријава за членство и да се придржуваат кон 6 основни правила на преземање содржини меѓу членките.

Имајќи ги предвид преземените напори за медиумска саморегулација од страна на новинарските организации, Европската комисија сепак заклучи дека е потребна посилна саморегулација за онлајн медиумите, особено преку унапредување на регистарот на онлајн медиуми www.promedia.mk и развој на професионални стандарди за онлајн новинарство.²⁰

Известувањето на онлајн медиумите во предизборниот период

Покрај горенаведените заложби на државата да се бори против ширењето на дезинформации преку стратешки документи, како и обидите за медиумска саморегулација, граѓаните на Република Северна Македонија се уште се соочуваат со бројни дезинформации во онлајн медиумите секојдневно. Овој тренд е особено нагласен во предизборниот период, кога онлајн медиумите пренесуваат информации кои се често непроверени или од извори кои се неверодостојни, а нивното ширење поминува неказнето, со оглед на недостатокот на регулација на овој тип на медиуми. Важноста на справувањето со дезинформациите за време на изборните кампањи е нагласена и во Скрининг извештајот за Кластер 1 – Фундаментални вредности за Република Северна Македонија објавен од Европската комисија во јули 2023 година.²¹ Во него се повторува потребата од регулација на онлајн медиумите, особено во поглед на растечките закани од дезинформации во контекст на изборните кампањи.

¹⁸ “ЗНМ и СЕММ: Регистарот на професионални онлајн медиуми достапен на www.promedia.mk,” znm.org.mk, 6 март 2020 година, <https://bit.ly/4cZbrld>.

¹⁹ “Онлајнмедиа.мк – ново здружение на Интернет порталите за унапредување на статусот во општеството,” Onlinemedia.Mk, 12 септември 2023 година, <https://bit.ly/4aBPmHP>.

²⁰ „Извештај за Северна Македонија за 2023 година“ (Европска комисија).

²¹ „Скрининг извештај за Кластер 1 – Фундаментални вредности за Република Северна Македонија“ (Европска комисија, 24 јули 2023 година), <https://bit.ly/49HZ61U>.

Иако Изборниот законик содржи одредби за изборно медиумско претставување и објавување на испитувања на јавното мислење, сепак истиот не го регулира ширењето на дезинформации во предизборниот период.²² Во него, изборното медиумско претставување се дефинира како „промовирање (непосредно или посредно) на ставови, програми, платформи, достигнувања, активности и друго на политички партии, коалиции, групи избирачи и нивни претставници.“²³ Претставувањето може да биде бесплатно или платено, во зависност од тоа дали се плаќа паричен надомест за него, а овозможува директен пристап на учесниците во изборната кампања до избирачите. Тоа ги опфаќа електронските медиуми (интернет порталите) бидејќи Изборниот законик вклучува и специфични одредби за нив. Основните принципи за нивното покривање на изборниот процес е да го направат тоа на правичен, избалансиран и непристрасен начин во својата целосна програма, кои се однесуваат и на традиционалните медиуми.²⁴ Во однос на објавување на резултатите од испитувањата на јавното мислење поврзани со учесниците во изборниот процес, електронските медиуми, исто како и традиционалните, имаат обврска да ги наведат информациите за нарачателот на испитувањето, институцијата што го извршила испитувањето, применетата методологија, големината и структурата на испитаниот примерок и периодот во кој е спроведено испитувањето.²⁵ Понатаму Изборниот законик ги регулира содржините кои електронските медиуми не смеат да ги објавуваат во предизборниот период (член 75-д став 1), како и правилата кои важат за време на изборниот молк (Член 76-б). Одредба која може да се истакне е онаа во која се наведува обврската на медиумите кои обезбедуваат платено политичко рекламирање, вклучително и на електронските медиуми, да се регистрираат во Државната изборна комисија.²⁶ Овој регистар кој го води Комисијата би можел да биде употребен за следење на начинот на известување на медиумите (барем на оние кои се регистрирани) и за степенот на ширење на дезинформации во предизборниот период кај секој од нив. Сепак, ниту една одредба од Изборниот законик не го регулира ширењето на дезинформациите, ниту санкциите за оние медиуми кои ги шират дезинформациите.

Како облик на медиумска саморегулација во контекст на изборите, во 2016 година, Советот за етика во медиумите на Македонија подготви Повелба за етичко известување за изборите.²⁷ Истата содржи 8 принципи кои треба да ги почитуваат медиумите, вклучително и воздржување од објавување на информации кои можат да ги доведат граѓаните до заблуда, како и исправка на

²² Изборен законик („Службен весник на Република Македонија“ бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, 99/16, 136/16, 142/16, 67/17, 125/17, 35/18, 99/18, 140/18, 208/18, 27/19 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 98/19, 42/20, 74/21, 215/21, 58/24 и 76/24)

²³ Член 2 точка 28 од Изборниот законик.

²⁴ Член 75 став 1 од Изборниот законик.

²⁵ Член 77 став 2 од Изборниот законик.

²⁶ Член 75-ѓ став 6 од Изборниот законик.

²⁷ „Повелба за етичко известување за изборите“ (Совет за етика во медиумите на Македонија, 12 февруари 2016 година), <https://semm.mk/povelba-za-etichko-izvestuvanje-za-izborite/>.

објавените неточни информации. Потписниците на Повелбата се согласуваат да се придржуваат до нејзините принципи и активно да се залагаат за афирмирање на етиката и професионалноста во известувањето.

Македонскиот наспроти холандскиот кодекс за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси

Нов пример за медиумска саморегулација кој конкретно се однесува на онлајн медиумите е Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми.²⁸ Истиот беше изработен на иницијатива на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги во соработка со Здружението на новинари на Македонија, Македонскиот институт за медиуми, Советот за етика во медиумите на Македонија, Институтот за комуникациски студии и Фондацијата Метаморфозис, и со поддршка од ОБСЕ/ОДИХР.²⁹ Кодексот беше објавен и промовиран во октомври 2023 година.³⁰

Целта на изработката на овој Кодекс е да послужи како алатка – водилка за сите чинители кои се вклучени во изборните процеси и референдуми, а кои би можеле да влијаат на јавното мислење, преку објави на онлајн просторот. Кодексот треба да придонесе кон зајакнување на довербата на граѓаните во изборните процеси, преку зголемена транспарентност и обезбедување на атмосфера која овозможува остварување на правото на приватност и заштита на личните податоци, како и на слободата на изразување и информирање. Покрај тоа, треба да го спречи ширењето на дезинформации, говор на омраза и дискриминачки говор во онлајн просторот. Со Кодексот од една страна се опфатени политичките партии и нивните кандидати, како и независните кандидати, а од друга страна традиционалните и онлајн медиумите за време на изборните процеси. Истиот ги уредува начелата и стандардите на однесување кон кои треба да се придржуваат и едните и другите, а особено е нагласено дека онлајн медиумите сносат општествена и етичка одговорност, поради што треба да внимаваат на вистинитоста на информациите и на начинот на известувањето за време на изборните процеси, меѓу другото.

Сепак, почитувањето на Кодексот е на доброволна основа, па досега кон него пристапиле само три политички партии и 14 медиумски организации.³¹ Ова покажува дека релевантните чинители не се доволно информирани за овој Кодекс и за неговиот опфат, или пак, немаат доволно волја да

²⁸ „Кодекс за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми“ (2023 година), <https://izborenkodeksonline.mk/kodeks-za-odnesuvanje-vo-online-prostor/>.

²⁹ „Регулирање на изборните кампањи во онлајн просторот со кодекси за однесување: примерот на Северна Македонија“ (ОБСЕ/ОДИХР, 2023 година), <https://www.osce.org/files/f/documents/4/3/564782.pdf>.

³⁰ „Промовиран Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми“, *Нова Македонија*, 12 октомври 2023 година, <https://novamakedonija.com.mk/makedonija/politika/promoviran-kodeksot-za-odnesuvanje-vo-onlajn-prostorot-za-vreme-na-izborni-procesi-i-referendumi/>

³¹ „Граѓаните можат да реагираат за однесувањето во онлајн просторот за време на изборите“, *Изборен кодекс онлајн*, <https://bit.ly/3xVDMZI>.

пристапат кон него и да обезбедат вистинито и јасно информирање на граѓаните за изборниот процес годинава, кое ќе биде ослободено од дезинформации, дискриминација и говор на омраза.

Со оглед на тоа што овој Кодекс е прв од ваков тип во Република Северна Македонија, интересна би била споредбата со неговиот холандски пандан, кој е пак првиот ваков кодекс во земја-членка на Европската унија.³² Холандскиот Кодекс на однесување за транспарентност на онлајн политичко рекламирање³³ беше изготвен од Меѓународниот институт за демократија и изборна помош (Меѓународна ИДЕА), во консултација со политичките партии застапени во Претставничкиот дом на Холандија и онлајн платформите, а на барање на Министерството за внатрешни работи.

Целта на овој Кодекс е да се сочува интегритетот на холандските избори преку препознавање на значењето на онлајн политичките реклами за изборите. Преку почитување на Кодексот, политичките партии и онлајн платформите придонесуваат кон гарантирање на приватноста на гласачите и слободата на изразување. Со Кодексот се опфатени онлајн платформите кои објавуваат платени политички реклами и оние кои објавуваат само неплатена содржина од една страна, а од друга, политичките партии кои учествуваат во изборите. Примарно, тој го опфаќа платеното онлајн политичко рекламирање, но ја препознава и важноста на неплатената содржина за фер и демократски онлајн изборни кампањи. Кодексот вклучува заеднички обврски за политичките партии и онлајн платформите, како и поединечни за секоја од двете категории, кои се однесуваат на зголемување на транспарентноста на лицата кои објавуваат и споделуваат содржина онлајн. Исто така, се нагласува и неопходноста да се избегне ширење на дезинформации, содржина која доведува до заблуда или која претставува говор на омраза и поттикнува насилство.

Кодексот претставува упатство за добро однесување, кое е само дополнување на важечката правна рамка. Неговото прифаќање имплицира обврски за политичките партии и онлајн платформите, но сепак е на доброволна основа.

Иако двата кодекси се навидум различни, тие се изработени со истата цел: транспарентно, јасно и непристрасно известување на медиумите, без изложување на граѓаните на штетни и невистинити наративи во предизборниот период. Според нивната формулација, барем „на хартија“ изгледа како да ги опфаќаат сите значајни аспекти од оваа област, но нивната важност и ефект реално може да се согледа при примената за време на изборните процеси.

³² „Првиот национален кодекс на однесување за онлајн политичко рекламирање во Европската унија потпишан од холандските политички партии и глобалните онлајн платформи“, Меѓународна ИДЕА, 9 февруари 2021 година, <https://www.idea.int/news/first-national-code-conduct-online-political-advertising-european-union-signed-dutch-political>.

³³ „Холандски Кодекс на однесување за транспарентност на онлајн политичко рекламирање“, (Меѓународна ИДЕА, 2021 година), <https://www.idea.int/sites/default/files/news/news-pdfs/Dutch-Code-of-Conduct-transparency-online-political-advertisements-EN.pdf>.

Заклучоци

Општ заклучок од анализата погоре е дека дезинформациите не се регулирани во македонското законодавство. Непостоењето на единствена дефиниција за нив не треба да претставува пречка за нивно уредување, ниту за нивно санкционирање.

Дополнително, работата на онлајн медиумите како извор на информации кој е се повеќе користен од страна на македонските граѓани, а особено од младината, мора да биде регулирана на сеопфатен начин. Тоа нужно не подразбира законско регулирање, туку подобрување на веќе постоечките механизми на медиумска саморегулација, како и придржување кон нив на што е можно поголем број на онлајн медиуми.

Многу добар пример на саморегулација претставува Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми, но неговата примена во пракса може да се оцени дури по завршувањето на парламентарните и претседателските избори во Република Северна Македонија во 2024 година.

Сепак разочарувачки е бројот на релевантни чинители кои пристапиле кон Кодексот, што укажува на недоволна информираност за неговиот опфат и целите на неговото подготвување. Дополнително, очигледен е недостатокот на волја за придржување кон истиот, што пак придонесува кон заклучокот дека релевантните чинители, а особено онлајн медиумите, не се подготвени да ги почитуваат наведените начела на однесување, ниту пак да понесат одговорност за невистинити информации или информации кои можат да ги доведат граѓаните во заблуда, а кои тие ги објавуваат.

Препораки

- Неопходно е регулирање на дезинформациите, како штетна содржина за граѓаните и за државата. Истовремено, треба да се спроведе кампања на ниво на целата држава за подигање на свеста на граѓаните за препознавање на дезинформациите и заштита од нивното влијание на јавното мислење.
- Согласно препораките од Европската комисија, неопходно е унапредување на облиците на медиумска саморегулација, конкретно на онлајн медиумите, преку развивање на постоечките регистри на новинарските здруженија, придружување на што е можно поголем број медиуми кон нивните кодекси, како и унапредување на транспарентноста и интегритетот на новинарската работа.
- Борбата против ширењето на дезинформациите треба да претставува заедничка заложба на јавните институции, новинарските здруженија, медиумските работници и граѓаните, бидејќи само со нивна заедничка акција ќе се постигнат резултати во таа насока.
- Значајно е медиумите да известуваат јасно и непристрасно, без ширење на дезинформации, дискриминаторски говор и говор на омраза за време на изборните

процеси. Во таа насока, неопходно е да се избегне создавањето на штетни наративи кои се засноваат на непроверени информации, а кои влијаат на јавниот дискурс

- Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми е релативно нов, па потребно е зголемено информирање на релевантните чинители за неговата цел и опфат, како и на гласачите, за да можат да го следат неговото спроведување во пракса за време на изборните процеси и референдуми.

Профил на авторот

Беба Жагар е магистер по правни науки со положен правосуден испит и судска преведувачка од англиски на македонски јазик и обратно.

Во 2018 година, Беба дипломираше на правните студии на Правниот факултет „Јустинијан Први“ при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, а две години подоцна магистрираше на насоката меѓународно право и односи и право на ЕУ на истиот факултет. Истовремено, во јули 2020 година, Беба магистрираше на напредната програма за меѓународно и европско право при Универзитетот во Гент (Белгија).

Беба има претходно работно искуство во адвокатско друштво и друштво за консултантски услуги. Моментално работи како истражувачка во Институтот за европска политика (ЕПИ), во програмата за демократија и владеење на правото.

Библиографија/користена литература

- Закон за медиуми („Службен весник на Република Македонија“ број 184/13 и 13/14 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр.63/24);
- Изборен законик („Службен весник на Република Македонија“ бр. 40/06, 136/08, 148/08, 155/08, 163/08, 44/11, 51/11, 142/12, 31/13, 34/13, 14/14, 30/14, 196/15, 35/16, 97/16, 99/16, 136/16, 142/16, 67/17, 125/17, 35/18, 99/18, 140/18, 208/18, 27/19 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 98/19, 42/20, 74/21, 215/21, 58/24 и 76/24);
- „ЗНМ обезбеди Етички кодекс за медиумите во Македонија,” Здружение на новинари на Македонија, 3 октомври 2017 година;
- „Насоки за етичко известување на онлајн медиумите (Примена на Кодексот на новинарите во онлајн сферата)” (Совет за етика во медиумите во Македонија, 2021);
- „Саморегулаторен етички кодекс на добри професионални практики во дигиталното издаваштво на територијата на Република Македонија” (Здружение за интерактивно огласување ИАБ Македонија, 2018);
- „Кодекс за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми” (2023);
- „Холандски Кодекс на однесување за транспарентност на онлајн политичко рекламирање“, (Меѓународна ИДЕА, 2021 година);
- „Повелба за етичко известување за изборите” (Совет за етика во медиумите на Македонија, 12 февруари 2016 година);
- „ЗНМ и СЕММ: Регистарот на професионални онлајн медиуми достапен на www.promedia.mk,” znm.org.mk, 6 март 2020 година;
- „Онлајнмедиа.мк – ново здружение на Интернет порталите за унапредување на статусот во општеството,” Onlinemedиа.Mk, 12 септември 2023 година;
- „Комуникација од Комисијата до Европскиот парламент, Советот, Европскиот економски и социјален комитет и Комитетот на регионите (Справување со дезинформациите на Интернет: европски пристап) COM/2018/236 финално” (Европска комисија, 26 април 2018 година);
- „Извештај за Северна Македонија за 2023 година” (Европска комисија, 8 ноември 2023 година);
- „Скрининг извештај за Кластер 1 – Фундаментални вредности за Република Северна Македонија” (Европска комисија, 24 јули 2023 година);
- Ѓорѓи Митревски, „Ефектот на дезинформациите и странските влијанија врз демократските процеси во Северна Македонија во 2023 година” (Фондација за интернет и општество Метаморфозис – Скопје, 23 јануари 2024 година);

- Елеонора Серафимовска и Јорданка Черепналкова Трајкоска, „Ранливост на дезинформации кај различни групи граѓани во Северна Македонија” (Институт за комуникациски студии, 19 април 2023 година);
- „Извештај од истражување на способноста на граѓаните за препознавање и справување со дезинформации” (Институт за комуникациски студии, 6 декември 2022 година);
- Јавуз Бајдар и други, „Водич за саморегулација во медиумите: сите прашања и одговори” (Скопје, Совет за етика во медиумите на Македонија, 2016 година);
- „Регулирање на изборните кампањи во онлајн просторот со кодекси за однесување: примерот на Северна Македонија“ (ОБСЕ/ОДИХР, 2023 година);
- „Следење на избори 2024: секој глас и зошто е важен“, *Гардиан*, 22 април 2024 година;
- „Распишани претседателските и парламентарните избори 2024“, *А1он*, 14 февруари 2024 година;
- „Промовиран Кодексот за однесување во онлајн просторот за време на изборни процеси и референдуми“, *Нова Македонија*, 12 октомври 2023 година;
- „Граѓаните можат да реагираат за однесувањето во онлајн просторот за време на изборите“, *Изборен кодекс онлајн*;
- „Првиот национален кодекс на однесување за онлајн политичко рекламирање во Европската унија потпишан од холандските политички партии и глобалните онлајн платформи“, *Меѓународна ИДЕА*, 9 февруари 2021 година.