ОТПОР:
Граѓанското општество за медиуми без омраза и дезинформации

ПОЛИТИЧКА И ЕКОНОМСКА ОСНОВА НА МЕДИУМСКИТЕ И НА КОМУНИКАЦИСКИТЕ МОДЕЛИ ШТО ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ГОВОР НА ОМРАЗА

Весна Никодиноска

СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ОТПОР: Граѓанското општество за медиуми без омраза и дезинформации

Регионалниот проект „Отпор кон дезинформации и говор на омраза: Акција на граѓанското општество за реафирмирање на слободата на медиумите и спречување дезинформации и пропаганда за ширење омраза во земјите од Западен Балкан и во Турција“ е имплементиран со поддршка од Европската Унија од страна на партнерските организации СЕЕНПМ, Албанскиот медиумски институт, Медиацентар Сараево, Косово 2.0, Црногорскиот медиумски институт, Македонскиот институт за медиуми, Новосадската школа за новинарство, Мировниот институт и Бианет.

Инфо: https://seenpm.org/
Контакт: admin@seenpm.org

ПОЛИТИЧКА И ЕКОНОМСКА ОСНОВА НА МЕДИУМСКИТЕ И НА КОМУНИКАЦИСКИТЕ МОДЕЛИ ШТО ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ГОВОР НА ОМРАЗА

СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Автор: Весна Никодиноска

Уредник, главен регионален истражувач: Бранкица Петковиќ

Извршен уредник: Весна Никодиноска

Лектор: Виолета Караџовска-Стојанова

Дизајн: Шпела Крањец за Филип Крањец с.п. Љубљана, Словенија

Техничка подготовка: Славчо Миленковски

Издавачи: Македонски институт за медиуми, Скопје, Мировен институт, Љубљана и СЕЕНПМ, Тирана

Септември 2020

© SEENPM, Peace Institute, Macedonian Institute for Media and Vesna Nikodinoska

МАКЕДОНСКИ ИНСТИТУТ ЗА МЕДИУМИ

Mirovni inštitut
Inštitut za sodobne družbene in politične študije
The Peace Institute
Institute for Contemporary Social and Political Studies

SEENPM
South East European Network for Professionalization of Media

Оваа публикација е подготвена со финансиска поддршка од Европската Унија.
Содржината на публикацијата е единствена одговорност на авторот и на издавачите и во никој случај не може да се смета дека ги одразува ставовите на Европската Унија

СОДРЖИНА

1. ВОВЕД 4

2. КАКО ПОЛИТИЧКИОТ И МЕДИУМСКИОТ СИСТЕМ ОВОЗМОЖУВААТ СРЕДИНА ЗА ШИРЕЊЕ ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ГОВОР НА ОМРАЗА 6

2.1. Политичкиот клиентелизам – слабост на сите власти 6

2.2. Онлајн медиумите најчести прекршители на професионалните стандарди 8

2.3. Модели на онлајн медиуми што шират дезинформации, пропаганда и говор на омраза 10

2.4. Балансирање меѓу саморегулаторните „лекови“ и регулацијата 14

3. ПРИМЕРИ НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ ШТО НАЈЧЕСТО ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ, ПРОПАГАНДА И ГОВОР НА ОМРАЗА 15

3.1. Група портали: Ширење дезинформации од иста идеолошка матрица 17

3.2. ДоказМ: Сензационализам и скандали 21

3.3. Вечер.мк: Прекршување на стандардите и покрај петнаесетгодишното функционирање 22

3.4. Инфомакс.мк: Коментаторски пристап кон новинарството 23

3.5. Мактел.мк: Шпекулации и извинувања 24

3.6. 1ТВ: Од високи амбиции до скандалозно затворање 26

3.7. Јавни личности со потпалувачки речник 26

3.8. Социјалните мрежи: Експлозија на говор на омраза 28

4. ЗАКЛУЧОК 31

5. ПРЕПОРАКИ 33

Литература и извори 35

За авторот 38

ПОЛИТИЧКА И ЕКОНОМСКА ОСНОВА НА МЕДИУМСКИТЕ И НА КОМУНИКАЦИСКИТЕ МОДЕЛИ ШТО ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ГОВОР НА ОМРАЗА

Весна Никодиноска

1. ВОВЕД

Говорот на омразата, пропагандата и дезинформациите во Северна Македонија одбележаа еден долг и мрачен период во политичката и во медиумската сфера од 2008 до 2016 година. Иако по промената на власта во 2016 година политичката атмосфера се релаксираше, во 2019 и во 2020 година сè уште се забележува присуство, па дури и пораст на овие феномени, што е особено карактеристично за интернет-просторот.

Северна Македонија има долга традиција на политичка манипулација со медиумите.[1] Периодот од 2008 до 2016 година се карактеризираше со целосна политичка доминација на владејачката партија во целата медиумска сфера, при што се развија и се зацврстија политичко-клиентелистичките врски меѓу власта и медиумите.[2] Овие релации се одржуваат и во 2020 година, бидејќи има медиуми што отворено фаворизираат политички опции, шират дезинформации и полувистини во корист на политичките центри на моќ. Притисокот кон непрофитните медиуми, од кои дел се занимаваат со истражувачко новинарство, е намален споредбено со времето до 2016 година, кога новинари и уредници честопати беа дискредитирани на лична основа и кон нив се користеше говор на омраза поради критичките ставови кон власта.[3] Сепак, во 2020 година беа забележани неколку случаи во кои преку

1 *Атанасов, А. (2020) „Тунева: Медиумите не треба да се третираат како пропагандна машинерија за политичко поентирање“, интервју за МИА, 13 јуни 2020. Достапно на: https://mia.mk/tuneva-vo-interv-u-za-mia-mediumite-ne-treba-da-se-tretiraat-kako-propagandna-mashineri-a-za-politichko-poentira-e/*

2 *Трпевска, С. и Мицевски, И. (2014) Зошто е важен интегритетот на медиумите? Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2.pdf. Стр. 85.*

3 *Nebiu, B. at All. (2018) Indicators on the level of media freedom and journalists' safety in Macedonia. Skopje: AJM. Достапно на: https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2018/12/Indicators-on-the-level-of-media-freedom-and-journalists-safety-in-Macedonia.pdf. Стр.10.*

онлајн медиумите и социјалните мрежи неколку новинарки и уреднички беа мета на закани, навреди и непристоен јазик и говор на омраза.

Традиционалните медиуми најчесто се воздржуваат од отворен говор на омраза, иако од 2015 година имаше неколку одвоени случаи кога на неколку комерцијални терестријални телевизии на државно ниво биле забележани дискриминација, нетрпеливост и говор на омраза.[4] Сепак, најголемиот дел од дезинформациите и говорот на омраза се создаваат и се пренесуваат онлајн. Анализите и истражувањата покажуваат дека интернет-порталите се најчести прекршители на професионалните стандарди во 2018-2020 година,[5] додека говорот на омраза најмногу се шири на социјалните мрежи.[6] Интернет-медиумите не подлежат на медиумска регулација, а голем дел од тие што немаат транспарентна сопственост не се дел од саморегулативните тела. Говорот на омраза опстојува и поради практиката на неказнивост и непостапување на надлежните институции. Уредувачката политика на многу портали покажува наклоност кон политичките партии. Притоа, голем дел од публиката што сè поинтензивно го користи интернетот за информирање, не поседува доволно вештини да ја разликува вистината од дезинформациите, манипулациите и пропагандата.

Традиционалните медиуми најчесто се воздржуваат од отворен говор на омраза, иако од 2015 година имаше неколку одвоени случаи кога на неколку комерцијални терестријални телевизии на државно ниво биле забележани дискриминација, нетрпеливост и говор на омраза. Сепак, најголемиот дел од дезинформациите и говорот на омраза се создаваат и се пренесуваат онлајн.

Оваа анализа се занимава со идентификување на моделите на дезинформации, пропаганда и говор на омраза во медиумите и во јавната комуникација во Северна Македонија. Целта е да се утврди нивната структура и карактеристики, политичката и економската поддршка и какво е нивното влијание. Анализата што беше спроведена во периодот април-јуни 2020 година ги зеде предвид одлуките што ги донел Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ) во 2019 и во 2020 година, беа разгледувани претставките и надзорите направени од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (ААВМУ), анализите на организациите што спроведуваат мониторинг на дезинформации и говор на омраза, како Хелсиншкиот комитет на Македонија, сервисот за проверка на факти „КриТинк – Со критичко мислење до граѓани со медиумска умешност“ и „Цивил“ – центарот за слобода. Беа консултирани и медиумски експерти, како и други извештаи на медиумски организации што се занимаваат со следење на овие феномени во Северна Македонија.

Преку анализата беа идентификувани неколку модели на медиуми, групи на медиуми и поединци што шират дезинформации, пропаганда

4 АААВМУ (2015-2020) Извештаи од спроведени надзори/мерки, јавна опомена. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://avmu.mk/telma-dooel-skopje/

5 СЕММ (2020) Статистички преглед на одлуките на Комисијата за жалби за 2019. Скопје: СЕММ. Достапно на: https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/statistichki-pregledi/690-2019

6 Интервју со претставник на Хелсиншкиот комитет, 18.06.2020 (преку е-пошта).

и говор на омраза, доминантно во онлајн просторот, бидејќи мал број традиционални медиуми инцидентно објавувале вакви содржини во 2019 и 2020 година. Беа утврдени следните модели: 1) поголеми онлајн редакции што одржуваат политичко-клиентелистички врски со центрите на моќ и честопати координирано шират дезинформации и пропаганда во нивна корист; 2) мали онлајн медиуми („човек редакција“) од таблоиден тип, кои апологетски шират недолични информации, дезинформации, а често и говор на омраза за поддршка на одредени центри на моќ; 3) познати личности што преку разни онлајн канали шират говор на омраза, навредлив и недоличен говор на политичка и на националистичка основа; 4) групи на социјалните медиуми со политичка и/или националистичка заднина; 5) индивидуални објави и коментари на социјалните мрежи со недолична содржина на политичка, национална, сексуална и на друга основа.

Во анализата следува опис на медиумскиот систем и колку тој овозможува развој и постоење на моделите на медиуми што шират дезинформации, пропаганда и говор на омраза. Ќе бидат објаснети организациската поставеност, сопственоста и финансирањето на медиумите, како и саморегулативните механизми, регулативната рамка и иницијативите на граѓанските организации кои ја мониторираат и ја анализираат нивната работа. Во таа насока ќе бидат презентирани примери на медиуми, групи медиуми, поединци и други медиумски структури кои вообичаено шират дезинформации, пропаганда и говор на омраза, како и препораки за натамошно справување со овие штетни практики во медиумската и во комуникациската сфера во Северна Македонија.

2. КАКО ПОЛИТИЧКИОТ И МЕДИУМСКИОТ СИСТЕМ ОВОЗМОЖУВААТ СРЕДИНА ЗА ШИРЕЊЕ ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ГОВОР НА ОМРАЗА

2.1. Политичкиот клиентелизам – слабост на сите власти

Во периодот на владеењето на десничарската партија ВМРО-ДПМНЕ од 2008 до 2016 година, медиумите служеа како „средство за мобилизирање, а не средство за информирање“[7], како и за ширење оркестрираната пропаганда од еден политички центар, што резултираше со стеснување на просторот за критичките медиуми. Главниот механизам за остварување влијание беше државното огласување во т.н. „подобни

7 *Трпевска, С. и Мицевски, И. (2014) Зошто е важен интегритетот на медиумите? Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2.pdf. Стр. 68.*

медиуми“, со што се зацврстија политичко-клиентелистичките врски меѓу власта и медиумите. Беа отворани медиуми што ја поддржуваа власта или на сомнителен начин беа купувани помали регионални телевизии чија уредувачка политика ја фаворизираше владејачката партија.[8] По промената на власта во 2016 година, државата почна да напредува на рејтинзите на медиумските организации што ги мерат медиумските слободи. Државното рекламирање беше укинато, дел од медиумите што добиваа поддршка преку партиски и буџетски извори се затворија, а некои медиуми и медиумски личности што отворено ширеа говор на омраза и пропаганда сосема затаија на медиумската сцена. Фаворизирањето на левичарската влада се забележува во известувањето на одредени медиуми од 2016 до 2020 година, иако во поумерен стил и кај помал број.

Додека ВМРО-ДПМНЕ беше на власт, во медиумската сфера доминираа провладините медиуми, а на интернет-порталите се гледаше како на „последното прибежиште на критичкото новинарство“. Меѓутоа, тогаш се создадоа и повеќе провладини интернет-медиуми, кои објавуваа содржини со екстремна пристрасност кон тогашната владејачка партија[9]. Во тој период проблематична беше и сопственоста на некои регистрирани на офшор дестинации, а низ годините медиумите известуваа за различни шеми на поврзаност со владејачката партија и за пренасочување средства од државното рекламирање.[10]

Додека ВМРО-ДПМНЕ беше на власт, во медиумската сфера доминираа провладините медиуми, а на интернет-порталите се гледаше како на „последното прибежиште на критичкото новинарство“. Меѓутоа, тогаш се создадоа и повеќе провладини интернет-медиуми, кои објавуваа содржини со екстремна пристрасност кон тогашната владејачка партија.

Истражувањата укажуваат дека и во 2020 година и двете најголеми политички партии, ВМРО-ДПМНЕ и СДСМ, имаат информативни портали што се блиски до нив и кои често ги користат за да пласираат политички обоени текстови или манипулации.[11] Преку огласувачи што се поврзани со политичките партии, се издвојуваат средства за огласување кај таквите портали, што „ја доведува во прашање професионалноста на новинарството во тие портали и создава нелојална конкуренција на оние што работат професионално и кои прибираат средства од огласување врз основа на читаност”.[12]

8 Апостолов, В., Јордановска, М. и Цветковска, С. (2014) „Нова медиумска жетва во владиниот рекламен комбајн“, објавено на Новатв.мк на 5.12.2014. Достапно на: https://novatv.mk/nova-mediumska-zhetva-vo-vladiniot-reklamen-kombajn/

9 Трпевска, С. и Мицевски, И. (2014) Зошто е важен интегритетот на медиумите? Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2.pdf. Стр. 85.

10 Трпковски, Г. (2020) „Унгарското масло во македонските медиуми“, објавено на Призма.мк на 14.02.2020. Достапно на: https://prizma.mk/ungarskoto-maslo-vo-makedonskite-mediumi/

11 ААВМУ (2020) Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://bit.ly/2W7T1c3. Стр. 37.

12 Ибид. Стр. 37.

2.2. Онлајн медиумите најчести прекршители на професионалните стандарди

Интернет-медиумите претставуваат особено погоден канал за ширење дезинформации и поттикнување говор на омраза. Растечките трендови на овие феномени, генерално, им го отежнуваат пристапот на граѓаните до вестите од јавен интерес, со оглед на фактот што интернетот, како извор на информирање, се изедначи со телевизијата во поглед на зачестеноста на користење (76%).[13]

Советот за етика во медиумите на Македонија (СЕММ) констатирал дека во 2019 и во 2020 година најголемиот број прекршувања на професионалните и на етичките стандарди се однесувале на членот 1 од Кодексот на новинарите, со кој се бара објавување точни и проверени информации. Новинарските содржини не треба да се потпираат на еднострани информации затоа што така се „создава можност на граѓаните да им се сервираат полувистини или лаги како проверени и вистинити вести“[14] Во контекст на дезинформациите, мисинформациите и ширењето пропаганда може да се доведат и прекршувањата поврзани со членот 3 од Кодексот, со кој од новинарите се бара да обезбедат објавување исправка, демант и одговор во случај кога ќе биде утврдена неточност на информацијата, како и со членот 13, кој се однесува на мешањето факти и мислења, вести и коментари. Според СЕММ, говорот на омразата (член 10) бил втората најчеста причина за прекршување на професионалните стандарди од страна на медиумите со 20% во 2019 година, исто како и членот 13 (20%).[15] До јуни 2020 година, од вкупно 84 одлуки на Комисијата за жалби при СЕММ, 36 биле претежно за портали што го прекршиле членот 1.

13 ААВМУ (2020) Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://bit.ly/2W7T1cСтр. 7-8.

14 Тахири, С. и Адамчевски, М. (2017) Известување во интерес на јавноста. Скопје: СЕММ. Достапно на: http://www.semm.mk/attachments/izvestuvanje-vo-interes-na-javnosta.pdf. Стр. 10.

15 СЕММ (2020) Статистички преглед на одлуките на Комисијата за жалби за 2019. Достапно на: https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/statistichki-pregledi/690-2019

ОДЛУКИ НА СЕММ СПОРЕД ЗАСТАПЕНОСТ НА ПРЕКРШЕНИТЕ ЧЛЕНОВИ ОД КОДЕКСОТ ВО 2019

Табела 1

ЧЛЕН	ОПИС НА ЧЛЕНОТ ОД КОДЕКСОТ	БРОЈ НА ПРЕКРШУВАЊА
Член 1	Неточни и непроверени информации, немање „втора страна“ и отсуство на најмалку два меѓусебно неповрзани извори.	41 (68.3%)
Член 10	Говор на омраза и поттикнување насилство или дискриминација врз која било основа.	12 (20.0%)
Член 13	Новинарот не прави разлика меѓу фактите и мислењата, меѓу веста и коментарот.	12 (20.0%)
Член 15	Новинарот мора да ја негува културата на говорот и етиката. Неспоиво со новинарската професија е непримерна комуникација со јавноста.	9 (15.0%)
Член 7	Новинарот ќе ја почитува приватноста на личноста, освен кога тоа е во спротивност на јавниот интерес.	7 (11.7%)
Член 3	Новинарот ќе настојува да објави исправка, демант или одговор кога ќе биде утврдена неточност на информацијата.	4 (6.7%)

Извор: СЕММ, 2019, https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/statistichki-pregledi/690-2019

Во контекст на говорот на омраза, наодите од мониторингот на Хелсиншкиот комитет за човекови права покажуваат зголемен пораст од крајот на 2018 година, како и во првата половина на 2019 година, најмногу врз основа на етничка и политичка припадност, како и сексуална ориентација и родов идентитет.[16] Во текот на март 2020, пак, биле регистрирани 110 случаи, што е за 100% повеќе за истиот период лани.[17] Најголем број од случаите биле поврзани со избувнувањето на пандемијата со вирусот ковид-19, воведувањето вонредна ситуација, како и со рестриктивните мерки што ги презеде Владата во периодот од март 2020 година. И нивниот мониторинг потврдува дека порталите претставуваат канал за ширење лажни вести и поттикнување говор на омраза, бидејќи голем дел од нивните содржини се објавуваат на Фејсбук и на Твитер.[18] Во судската практика од 2016 до 2020 година има само еден судски предмет заведен во Основниот кривичен суд поради ширење расистички и ксенофобичен материјал по пат на компјутерски систем, кој сè уште е во фаза на постапување.[19]

---

16 *Веб-страница за мониторинг на говорот на омраза: www.govornaomraza.mk*

17 *Хелсиншки комитет (2020) „Говор на омраза во време на пандемија“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/media/helsinshki-komitet-govor-na-omraza-vo-vreme-na-pandemija-zgolemen-broj-na-prijavi-po-osnov-na-etnichka-i-politichka-pripadnost/*

18 *Интервју со претставник на Хелсиншкиот комитет, 18.06.2020 (преку е-пошта).*

19 *Одговор од Основен суд 1 на Барање за МИМ за слободен пристап до информации, 18.06.2020 (преку е-пошта).*

ЗАСТАПЕНОСТ НА МЕДИУМИ ШТО БИЛЕ ПРЕДМЕТ НА ЖАЛБИ ДО СЕММ ВО 2019 ГОДИНА

Табела 2

Интернет-портали	83.1%	69 жалби
Телевизии	15.7%	13 жалби
Весници	1.2%	1 жалба

Извор: СЕММ, https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/statistichki-pregledi/690-2019

Овие феномени не се толку карактеристичен тренд за традиционалните медиуми бидејќи тие подлежат на законска регулација и на мониторинг од Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, меѓу другото и кога станува збор за говорот на омраза (член 48) и за почитување на програмските начела (член 61) што се дел од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.[20] Истражувањата покажуваат дека Агенцијата особено се ангажира при појава и спречување и на говорот на омраза и на дискриминацијата преку медиумите.[21] Од 2015 до 2020 година, преку контролните надзори, Агенцијата констатирала дека неколку од најголемите комерцијални терестријални телевизии на државно ниво спорадично ги прекршувале овие две законски одредби. Притоа, прекршувањата биле почести околу парламентарни избори во 2016 година, [22] и тоа кај телевизиите блиски до владејачката ВМРО-ДПМНЕ, кои жестоко ги бранеа нејзините политики.

2.3. Модели на онлајн медиуми што шират дезинформации, пропаганда и говор на омраза

Иако не постои точна евиденција, во Северна Македонија има околу стотина онлајн портали што произведуваат информативна содржина. Многу од нив се соочуваат со финансиски тешкотии и работат во мошне скромни услови, поради што и вработуваат мал број новинари и уредници, што се одразува и врз квалитетот на медиумските содржини. Медиумите што шират дезинформации најчесто имаат проблем со транспарентноста на сопственоста.[23]

20 Закон за аудио и аудиовизуелни услуги (2013). Достапно на: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf

21 Nebiu, B. at All. (2018) Indicators on the level of media freedom and journalists' safety in Macedonia. Skopje: AJM. Available at: https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2018/12/Indicators-on-the-level-of-media-freedom-and-journalists-safety-in-Macedonia.pdf. Стр. 9.

22 ААВМУ (2015-2020) Извештаи од спроведени мерки/надзори/јавна опомена. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://avmu.mk/izdavaci-na-mediumi-televizii/

23 Nikodinoska, V. and Milenkovski, S. (2019) "North Macedonia's Epidemic of Political Disinformation", објавено на Transitions Online, 21.08.2019. Достапно на: https://www.tol.org/client/article/28538-north-macedonias-epidemic-of-political-disinformation.html

Во Северна Македонија онлајн медиумите во најголем дел се во рацете на домашни физички и правни лица. Седум онлајн медиуми и една телевизија во сопственоста имаат странски, поточно унгарски капитал. Станува збор за медиуми чија уредувачка политика е наклонета кон десничарската партија ВМРО-ДПМНЕ.[24] По доаѓањето на власт на СДСМ во 2016 година, се издвоија и такви медиуми кои, пак, ги поддржуваат нејзините политики. Во 2019 година сопругот на советничката на премиерот купи неколку онлајн медиуми, изразувајќи намера и натаму да го проширува медиумскиот бизнис.[25] Овој тип медиуми спаѓаат во првиот модел на онлајн медиумите што одржуваат политичко-клиентелистички врски со центрите на моќ и честопати координирано шират информации и пропаганда во нивна корист.

Најголем дел од онлајн медиумите имаат мали редакции со еден до 5 новинари, но има и такви дневноинформативни портали што бројат и по десетина новинари. Во голем број од онлајн редакциите од првиот модел работат новинари и уредници што имаат новинарско искуство или соодветно образование, но и тие објавуваат дезинформации и шпекулации или поради други причини нивните содржини биле предмет на разгледување на Комисијата за жалби при СЕММ или на сервисите за проверка на факти. Родов баланс во однос на вработеноста постои во повеќето поголеми редакции, а некои се предводени и од уреднички

Најчести забелешки на работата на онлајн медиумите се непотпишани текстови, мешање на веста со коментарот, тенденциозни или наведувачки наслови, манипулирачки содржини и фотографии, преземање содржини од домашни и од странски медиуми без да се наведе изворот, преземање содржини од социјалните мрежи. Често група онлајн медиуми што поддржуваат исти политичко-идеолошки гледишта со политичките центри на моќ, споделуваат еден ист текст или фотографија, за која подоцна било потврдено дека е дезинформација или мисинформација.[26] Во зависност од партијата што ја поддржуваат, наративите промовираат или критикуваат политички, идеолошки, етнички или религиски гледишта.

Најчести забелешки на работата на онлајн медиумите се непотпишани текстови, мешање на веста со коментарот, тенденциозни или наведувачки наслови, манипулирачки содржини и фотографии, преземање содржини од домашни и од странски медиуми без да се наведе изворот, преземање содржини од социјалните мрежи.

Вториот модел се малите онлајн медиуми вообичаено раководени од еден човек, кој е истовремено сопственик и новинар во медиумот. Некои мали медиуми, вообичаено со силни политички и идеолошки

24 Jovanovska, M., Bodoky, T. and Belford, A. (2018) „Right-Wing Hungarian Media Moves Into the Balkans", објавено на OCCRP.org, 9.5.2018. Достапно на: https://www.occrp.org/en/spooksandspin/right-wing-hungarian-media-moves-into-the-balkans

25 Јовановска, М. (2020) „Сопругата советник на Заев, сопругот во поход во медиумскиот бизнис", објавено на ИРЛ.мк, 31.03.2020. Достапно на: https://irl.mk/soprugata-sovetnik-na-zaev-soprugot-vo-pokhod-vo-mediumskiot-biznis/

26 Комисијата за жалби при СЕММ има донесено повеќе одлуки против група медиуми што споделиле еден ист текс.

гледишта, не ги објавуваат информациите за сопственоста,[27] ниту импресум. Овие медиуми не ја кријат својата политичка ориентација и апологетски се ставаат на страната на партиите што ги поддржуваат. Но повеќето од нив, кои работат како „човек редакција“ имаат ограничено влијание врз публиките. Некои од нив објавуваат содржини што не ги почитуваат ниту новинарските ниту етичките и професионалните стандарди, изобилуваат со сензационалистички и шокантни вести и наслови, а неретко објавуваат непроверени информации, шпекулации, навреди и говор на омраза. Содржините се пренесени на разговорлив јазик, некарактеристично за новинарската форма, често и со намера да дискредитираат јавни личности.

Сепак, дури и тие онлајн медиуми што во континуитет го прекршуваат Етичкиот кодекс се борат за дел од рекламниот колач, поради што се нарушува фер конкуренцијата на медиумскиот пазар.[28] За оние што се регистрирани како правни лица, финансиската состојба може да се провери преку надлежните институции. Но, ниту еден онлајн медиум нема обврска, ниту ги објавува своите финансиски податоци или извори на финансирање, како што тоа е случај со радиодифузните медиуми. Порталите генерално обезбедуваат приходи од реклами, а огласувањето онлајн е во пораст од 2016 година. Анализите на финансиското работење на 35 правни субјекти што издаваат повеќе од 40 водечки онлајн медиуми и агрегатори, покажува дека вкупните приходи од работењето во 2018 година изнесувале околу 4 милиони евра за разлика од 2,7 милиони евра во 2016 година.[29]

Ниту ги објавува своите финансиски податоци или извори на финансирање, како што тоа е случај со радиодифузните медиуми. Порталите генерално обезбедуваат приходи од реклами, а огласувањето онлајн е во пораст од 2016 година. Анализите на финансиското работење на 35 правни субјекти што издаваат повеќе од 40 водечки онлајн медиуми и агрегатори, покажува дека вкупните приходи од работењето во 2018 година изнесувале околу 4 милиони евра за разлика од 2,7 милиони евра во 2016 година.

За парламентарните избори во јули 2020 година, во Државната изборна комисија освен традиционалните се пријавиле дури 230 онлајн медиуми, преку кои беше овозможено платено политичко рекламирање за учесниците во предизборната кампања. За таа намена од Буџетот беа предвидени 3,6 милиони евра за сите медиуми. Медиумските организации предупредуваат дека ова претставува ризик за политичко влијание врз медиумите и за слободата на медиумите.[30]

---

27 IREX (2019) MSI 2019. Washington: IREX. Достапно на: https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-full.pdf.Стр. 83.

28 Ибид. Стр. 79.

29 ААВМУ (2020) Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://bit.ly/3emvH0G. Стр. 27.

30 Селмани, Н. (2020) „Нови 3 милиони евра за плаќање партиска пропаганда во медиумите“, Опсерваторија на медиумските реформи, „Метаморфозис“. Достапно на: https://mediaobservatorium.mk/novi-tri-milioni-evra-za-plakjanje-partiska-propaganda-vo-mediumite/?fbclid=IwAR2afBYlxk5c_-P6V5AebEVtqPeDKv1-9lrrl_fAdVxP

ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО НА ДОМАШНИТЕ ОНЛАЈН МЕДИУМИ ВО 2016, 2017 И 2018 ГОДИНА

Табела 3

	2016	2017	2018
ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО на 35 правни субјекти (онлајн медиуми)	167.852.367 МКД €2,7 мил	189.645.002 МКД €3 мил.	250.906.555 МКД €4 мил.

Извор: ААВМУ, Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми (2020)

Освен политичарите, има и новинари, бизнисмени и инфлуенсери, кои се главни извори на дезинформации и на говорот на омраза,[31] чии објави понатаму се пренесуваат на социјалните мрежи. Во третиот модел се категоризирани познати личности, кои користат повеќе платформи за пренесување на своите ставови и пораки, кои освен навредлив и недоличен говор на политичка и на националистичка основа, често содржат и говор на омраза. Така, неколку поранешни новинари со многу следачи на Фејсбук и на Твитер, имаат и свои веб-страници, пишуваат колумни за други медиуми или имаат емисии на медиумите. Веб-страницата на еден поранешен новинар се декларира како независна од сите центри на моќ, истакнувајќи намера да се финансира преку донации, односно на веб-страницата има информација каде може да се донира.

Како четврт модел се издвојуваат разни „формации" на социјалните мрежи што шират говор на омраза и дезинформации. Некои фејсбук-страници, според анализите на граѓанските организации, имаат од неколку илјади до 30-ина илјади членови,[32] и се политички и етнички мотивирани особено во периодот пред избори. Разновидноста на темите што генерираат членство на страниците и на групите на социјалните мрежи доаѓа од поделеноста на општеството по политичка, етничка, религиска основа. Дезинформации и пропаганда продуцираат и теориите на заговор поврзани со корона-кризата, како и различни антиваксерски движења, теории за влијанието на 5Г, некои светски влијателни личности како Бил Гејтс, Сорос и сл. Сите овие наративи се испреплетени со дневната политика.

Речиси сите медиуми, и традиционалните и онлајн медиумите, ги споделуваат своите содржини преку социјалните мрежи, каде што коментарите под објавите често и не се администрираат. Ова претставува уште еден слободен простор за ширење секакви информации во комуникацискиот простор, кои се често „набиени" со националистичка реторика, навреди, закани и омраза на секаква

31 Nikodinoska, V. and Milenkovski, S. (2019) „North Macedonia Epidemic of Political Disinformation", објавено на Transitions Online, 21.08.2019. Достапно на: https://www.tol.org/client/article/28538-north-macedonias-epidemic-of-political-disinformation.html

32 Цивил (2020) Предизборен извештај за мониторингот на „Цивил", 11.7.2020. Достапно на: https://civilmedia.mk/predizboren-izveshtaj-za-monitoringot-na-tsivil/

основа, поради што се категоризирани како посебен модел. Меѓутоа не се направени подетални истражувања за говорот на омраза и за дезинформациите што се шират преку коментарите на корисниците на социјалните мрежи.

2.4. Балансирање меѓу саморегулаторните „лекови“ и регулацијата

Во изминатите неколку години имаше неколку иницијативи за воведување ред во сферата на онлајн новинарството. Во 2020 година беше формиран Регистар на професионални онлајн медиуми, кои треба да почитуваат облигаторни критериуми за да може да членуваат во него.[33] Во мај 2020, приближно 130 онлајн медиуми станаа дел од Регистарот. Одреден број онлајн медиуми не покажуваат иницијатива или поради повеќе прекршувања на професионалните стандарди, не можат да се приклучат кон Регистарот. СЕММ во 2019 година ја иницираше и Мрежата за борба против говор на омраза во медиумите за да се поттикне меѓусекторската соработка и да се создаде координиран систем на дејствување на институциите (професионалните медиумски и новинарски здруженија, надлежни државни и регулаторни тела, граѓански организации и други субјекти од сферата на медиумите и човековите права).

Во изминатите години некои судови не ги прифаќаа тужбите за клевета и навреда преку онлајн медиумите, бидејќи тие не биле дефинирани како медиуми во медиумската регулатива. Според Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ), ова има „политичка заднина“ за дискредитирање на онлајн медиумите, а со цел да ѝ се обезбеди алиби на владата за посилна регулација.

Овие инцијативи се своевиден одговор на разногласието што постои во медиумската сфера за потребата од регулација на онлајн медиумите поради непочитувањето на етичките и на професионалните стандарди. Медиумските организации се противат на барањата за законска регулација на онлајн медиумите, бидејќи тоа се коси со препораките на Советот на Европа и посочуваат дека законите што се однесуваат на одговорноста на традиционалните медиуми (Кривичен законик, Закон за авторски права, Закон за заштита од дискриминација, н.з.) важат и за онлајн медиумите.[34] Во изминатите години некои судови не ги прифаќаа тужбите за клевета и навреда преку онлајн медиумите, бидејќи тие не биле дефинирани како медиуми во медиумската регулатива.[35] Според Здружението на новинарите на Македонија (ЗНМ), ова има „политичка заднина“ за дискредитирање на онлајн медиумите, а со цел да ѝ се обезбеди алиби на владата за посилна регулација.[36]

33 Промедиа, Регистар на професионални онлајн медиуми. Правила за прием на интернет-портали за членство. Достапно на: https://promedia.mk/rules?lng=mk

34 ЗНМ (2017) “Соопштение: Презентирана анализа за онлајн медиумите”. Скопје: ЗНМ. Достапно на: https://znm.org.mk/prezentirana-analiza-za-onlajn-mediu/

35 Nebiu B. at All (2018) Indicators on the Level of Media Freedom and Journalists Safety in Macedonia. Skopje: https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2018/12/Indicators-on-the-level-of-media-freedom-and-journalists-safety-in-Macedonia.pdf. Стр. 22.

36 Ибид. Стр. 30.

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни и медиумски услуги, пак, има надлежност врз телевизиите и радијата, а само го администрира и регистарот на печатените медиуми. Регулаторот спроведува контролни надзори врз радиодифузерите во однос на почитувањето на законските одредби во однос на програмските начела (член 61) и посебни забрани за програми со кои се поттикнува или се шири дискриминација, нетрпеливост или омраза врз основа на раса, пол, религија или националност (член 48).[37] Агенцијата нема надлежност врз онлајн медиумите.

Од граѓанските организации што работат во сферата на човековите права, Хелсиншкиот комитет спроведува мониторинг на говорот на омраза на традиционалните медиуми и на социјалните мрежи, со цел да ги унапреди капацитетите на полициските службеници, на судиите и на јавните обвинители за процесирање на предметите поврзани со говорот на омраза и обезбедување ефективни механизми на заштита на правата на граѓаните.[38] Фондацијата „Метаморфозис“ ги администрира секциите за проверка на факти и деконструкција на дезинформациите во медиумите на своите веб-страници Crithink.mk и Vistinomer.mk. Проектот „Fighting Fake News Narratives“ (f2n2.mk) го спроведува ГО „Мост“ против дезинформациите на интернет. Граѓанската организација „Цивил“ спроведува изборен мониторинг и објавува информации за говор на омраза и за дезинформации на социјалните мрежи.

Во однос на социјалните медиуми, во мај 2020 година Фејсбук интервенираше кога беше откриено дека „фарми“ за креирање дезинформации од Северна Македонија и од Филипините работеле за сајтот Natural News познат по споделување теории на заговор и дезинформации за ковид-19, со тоа што сајтот беше отстранет.

3. ПРИМЕРИ НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ ШТО НАЈЧЕСТО ШИРАТ ДЕЗИНФОРМАЦИИ, ПРОПАГАНДА И ГОВОР НА ОМРАЗА

Со намера да се претставаат моделите на ширење дезинформации, пропаганда и говор на омраза, во анализата ќе бидат наведени примери на медиуми и на други комуникациски форми, нивната организациска поставеност, транспарентноста на податоците во однос на сопственоста и редакцијата, содржината што ја произведуваат, како

37 *Закон за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (2013), член 61 и член 48. Достапно на: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf*

38 *Види повеќе на: www.govornaomraza.mk; https://mhc.org.mk/news/povik-za-angazhman-na-mediumski-monitori-za-registriranje-na-govor-na-omraza-na-socijalnite-mediumi-za-periodot-noemvri-2019-septemvri-2020-godina*

и податоци што упатуваат на нивната поврзаност со центрите на моќ. Ќе бидат прикажани финансиските податоци за оние онлајн медиуми што се достапни од други истражувања, бидејќи самите медиуми немаат обврска да ги објавуваат.

Анализата ќе се потпре на наодите на СЕММ и на сервисите за проверка на факти, со оглед на тоа што само тие и ја следат нивната работа од аспект на почитување на професионалните стандарди. Според одлуките на СЕММ,[39] десетина онлајн медиуми често се појавуваат како прекршители и тоа на повеќе професионални стандарди. Тие се предмет и на анализите на „КриТинк", „Вистиномер" или посочени во мониторингот на Хелсиншкиот комитет. Појдовната точка беа медиумите против кои СЕММ има повеќе одлуки поради прекршување на членовите 1, 3, 10 и 13 во периодот од 2019 до јуни 2020 година.

ОДЛУКИ НА СЕММ ЗА МЕДИУМИТЕ ШТО ГИ ПРЕКРШИЛЕ ЧЛЕНОВИТЕ 1, 3, 10 И 13 ОД ЕТИЧКИОТ КОДЕКС ВО 2019-2020

Табела 4

МЕДИУМ	ЧЛЕН 1	ЧЛЕН 3	ЧЛЕН 10	ЧЛЕН 13
Доказ М	11	1	2	4
Република.мк	7	1	1	1
Вечер.мк	4	1	1	2
Лидер.мк	3		1	1
Инфомакс.мк	2			3
Курир.мк	2	2		2
Мактел.мк	1			1
1ТВ	3	1		2

Извор: СЕММ, https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/arhiva-odluki-i-mislenja

39 СЕММ - Одлуки и мислења. Достапно на: https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/arhiva-odluki-i-mislenja

3.1. Група портали: Ширење дезинформации од иста идеолошка матрица

Неколку медиуми против кои СЕММ има донесено повеќе одлуки поради прекршување на Етичкиот кодекс се поврзуваат со унгарските инвестиции во медиумската сфера во Северна Македонија.

Компанијата што го издава порталот Република.мк, а претходно издаваше и неделник со истото име, беше основана во 2012 година и првично беше регистрирана на Белизе. Во 2016 година сопственоста беше префрлена на домашно физичко лице, од кого фирмата „Адинамик", во сопственост на унгарската државјанка Агнес Адамик, откупила 51%.[40] Оваа фирма купува мнозинство акции и во компанијата „ЕМ медиа", во чија сопственост се онлајн медиумите Курир.мк, Лидер.мк, Денешен.мк, Економски.мк и Вистина.мк. Компанијата „ЕМ медиа" претходно била управувана од лице кое е во роднински врски со функционер на десничарската партија ВМРО-ДПМНЕ. Фирмата „Адинамик" купила дел од акциите и во „ЛД прес медиа", која го поседува порталот НетПресс.ком.мк.[41]

Порталот Република, за разлика од своите почетоци, сега има транспарентна сопственост и објавува импресум, според кој редакцијата брои 11 уредници и новинари. Лидер.мк има 10 вработени во редакцијата, а на сајтот е објавена информација за фирмата сопственик и за директорот. Како фирма сопственик на Република.мк и на Лидер.мк, во 2020 година се јавува фирмата „Прва Република" ДОО, со која раководи ист директор.

40 Jovanovska, M., Bodoky, T. and Belford, A. (2018) "Right-Wing Hungarian Media Moves Into the Balkans", објавено на OCCRP.org, 9.5.2018. Достапно на: https://www.occrp.org/en/spooksandspin/right-wing-hungarian-media-moves-into-the-balkans ; https://irl.mk/mediumite-na-ungarskata-desnitsa-se-pr/

41 Ибид.

ТРАНСПАРЕНТНОСТ НА СОПСТВЕНОСТА И НА ФИНАНСИСКИТЕ ПОДАТОЦИ КАЈ ГРУПА ОНЛАЈН МЕДИУМИ

Табела 5

МЕДИУМ	ИМПРЕСУМ/ БРОЈ НА НОВИНАРИ	СОПСТВЕНОСТ/ ИЗДАВАЧ/ РЕГИСТРАНТ	ДИРЕКТОР	ЧЛЕНШТВО ВО РЕГИСТАРОТ НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ	РЕКЛАМИ	ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО	ALEXA RANKING
Republika.mk	Да/ 11 новинари и уредни-ци (7 жени/4 мажи)	„Прва Република“ ДОО Скопје	Доне Доневски	Не	-ВМРО-ДПМНЕ (кампања за избори) -#Затоа што ја сакам Македонија -Триглав (осигурување) -Производи за слабеење	2018 €234.000 2017 €219.000 2016 €387.500 (Податоците се однесуваат на фирмата „Прва Република“)	Над 50
Lider.mk	Да/8 уредни-ци и новинари (2 жени/6 мажи)	„Прва Република“ ДОО Скопје	Доне Доневски	Не	-ВМРО- ДПМНЕ (кампања за избори) -#Затоа што ја сакам Македонија	Истите податоци како погоре за „Прва Република“)	Над 50
Kurir.mk	Да/7 уредни-ци и новинари (3 жени/4 мажи)	ЕМ Медиа ДОО Скопје	/	Не	ВМРО-ДПМНЕ (кампања за избори) -Европски универзитет -Sinalco.mk (наградна игра-сокови) -Производ за слабеење	2018 €390.000 2017 €136.000 2016 €272.000	31
Netpress.com.mk	Да/5 уредни-ци и новинари (2 жени/3 мажи)	„ЛД пресс медиа“	Лидија Станчевска Кумева	Не	-ВМРО-ДПМНЕ (кампања за избори) -НЛБ банка -Пекабеско -Производ за слабеење -Thrivity.mk (сајт за вработување) -Gohost.mk (сајт за хостови-домејни)	2018 €117,600	30

Извор: Веб-страниците на медиумите, Марнет; Финансиските податоци се преземени од анализата на ААВМУ, https://bit.ly/3elRPbz , и од анализата на Аналитика.мк, https://analitika.mk/biznisot-so-internet-portali-tezi-okolu-tri-milioni-evra/.

Во време на владеењето на ВМРО-ДПМНЕ, на некои портали се објавуваа реклами од владините кампањи, институциите и од големите домашни компании,[42] практика што беше прекината со промената на власта. Медиумите пишуваа дека во 2015 година фирмите „ЕМ Медиа“ и „Прва Република“ имале исплати по 25.000 евра, односно 32.000 евра од Владата, како што стои и во базата на податоци за буџетски исплати.[43] На локалните избори во 2017 година, според извештајот на ВМРО-ДПМНЕ, некои фирми-издавачи на онлајн медиуми добиле средства за банери од партијата – најмногу „ЕМ Медиа“ која го издава порталот Курир.мк, и Република.мк.[44] За време на претседателските избори во 2019 година, најмногу средства за рекламирање земала фирмата „ЕМ Медиа“ – 31.000 евра, а „Прва Република“, издавач на порталот Република, зела 17.650 евра, и тоа за рекламирање на кандидатката на ВМРО-ДПМНЕ.[45] Овие средства за медиумско рекламирање, според договорот на партиите, се исплаќаат од државниот Буџет. Во предизборниот период во јуни 2020 година, на веб-страниците на Република.мк и на Лидер.мк одеа реклами под слоганот *#Купувајте македонски производи*, кампања поддржана од партијата ВМРО-ДПМНЕ. ЕМ Медиа што го поседува порталот Курир.мк е на второ, а Прва Република која е сопственик на Република.мк е на четврто место меѓу првите пет субјекти што оствариле најмногу приходи од продажба во 2018 година. ЕМ Медиа во 2018 година за 50% ги зголемила приходите од 2016 година, додека, пак, Прва Република остварила многу поголеми приходи во 2016 отколку во следните две години.[46]

Во време на владеењето на ВМРО-ДПМНЕ, на некои портали се објавуваа реклами од владините кампањи, институциите и од големите домашни компании, практика што беше прекината со промената на власта.

Заедничко за овие портали е нивната наклоност кон претходно владејачката ВМРО-ДПМНЕ, но и по промената на власта во 2016 година, па до 2020 година тие ја задржаа својата уредувачка политика блиска кон опозициската партија и критички став кон Владата на СДСМ.[47] Во некои случаи самиот медиум ја потврдува својата критичка позиција: „’Република’ е најголема закана за власта: И Шеќеринска ни се заканува со тужба“ (24.8.2019). Кај некои изборот на колумнисти е таков што тие претежно ги поддржуваат политиките на ВМРО-ДПМНЕ или, пак, квантитативно и квалитативно во содржините се забележува наклоност кон една политичка партија и критички однос кон власта.

---

42 Трпковски, Г. (2020) „Унгарското масло во македонските медиуми“, објавено на Призма.мк, 14.2.2020. Достапно на: https://prizma.mk/ungarskoto-maslo-vo-makedonskite-mediumi/

43 Ибид; База на отворени податоци. Достапно на: www.open.source.gov.mk.

44 Јордановска, М. (2017) „ВМРО-ДПМНЕ со најбогата реклама и пропаганда на локалните избори“, објавено на Призма.мк, 7.10.2017. Достапно на: https://prizma.mk/vmro-dpmne-najbogata-reklama-propaganda-na-lokalnite-izbori.

45 Јовановска, М. и Цветковска, С. (2020) „Државни пари за изборни информациски војни“, објавено на ИРЛ.мк, 23.7.2020. Достапно на: https://irl.mk/drzhavni-pari-za-izborni-informatsiski-voni/

46 ААВМУ (2020) Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://bit.ly/3emvH0G. Стр. 27.

47 Република.мк: „Шеќеринска лаже, ‘Република’ не се извини и нема да се извини“, објавено на Република.мк, 22.6.2020. Достапно на: https://republika.mk/vesti/makedonija/shekerinska-laze-republika-ne-se-izvinila-i-nema-da-se-izvini/

Честа практика за повеќето од овие портали е пренесување една иста содржина, со речиси ист или со сличен наслов, придружен со иста фотографија. На тој начин се реплицираат и се шират дури и дезинформациите. Така, Комисијата за жалби при СЕММ донела одлука дека се прекршени професионалните стандарди за текстот *„Заев и Димитров нè вратија во 19 век, на граница можеш да се пишеш Грк или Србин, но не и Македонец“* (22.12.2019), кој го објавил медиумот Република.мк, а под друг наслов и Инфомакс.мк и Вечер.мк. Текстот е пренесен фејсбук-статус на корисник на социјалната мрежа, но медиумите не се обиделе да го контактираат, да ја потврдат информацијата кај релевантна институција, ниту, пак, е изразена резерва кон искажаното во статусот, со цел да се избегне можна дезинформација и манипулирање со публиката. Текстот во сите три медиуми не е потпишан. Комисијата констатирала дека медиумите ги прекршиле етичките стандарди 1, 3 и 13, поврзани со пренесување половични и непроверени информации, мешање факти и мислења. .

Честа практика за повеќето од овие портали е пренесување една иста содржина, со речиси ист или со сличен наслов, придружен со иста фотографија. На тој начин се реплицираат и се шират дури и дезинформациите.

Сервисот за проверка на факти „КриТинк“[48] анализира повеќе текстови на Република.мк, Курир.мк, Нетпрес.мк и на Лидер.мк. Во нивните текстови биле идентификувани лажни, тенденциозни или сензационалистички наслови, дезинформации, непроверени информации и шпекулации, сензационалистички вести, селективно користење точни информации и нивна манипулација, ксенофобични содржини, непроверени информации преземени од социјалните мрежи (Република.мк: 12.2.2019, 29.1.2019, 27.2.2019, 2.6.2020; Лидер.мк: 27.3.2019, 17.9.2019; Курир.мк: 21.3.2019, 24.4.2019, 4.10.2019, 10.3.2020, 26.3.2020; Нетпрес.мк: 12.8.2019). Така, на пример, „КриТинк“ ја рецензира веста на Лидер.мк, според која Собранието ја разрешило првата министерка со еврејско потекло во Северна Македонија, алудирајќи дека била мета на антисемитистички напади од владејачката партија СДСМ (18.2.2020). Овој наратив го споделуваа повеќето медиуми со иста политичка наклоност, со цел да се обвини власта за антисемитизам. Техничката министерка од редовите на опозицијата ВМРО-ДПМНЕ, беше разрешена поради неупотреба на уставното име на државата. „КриТинк“ го оценува текстот на Лидер.мк како непрофесионален и манипулативен, кој креира искривена слика за причините за разрешувањето на министерката.

48 Веб-страница „КриТинк“, секција Проверка на факти: https://crithink.mk/category/proverka-na-fakti/

3.2. ДоказМ: Сензационализам и скандали

Порталот ДоказМ.мк е еден од „најконтроверзните“ онлајн медиуми кога станува збор за непридржување до стандардниот новинарски израз и објавување точни и проверени информации.

На веб-страницата не е наведен импресум, ниту податоци за сопственикот на медиумот, иако при проверка на Марнет[49] наведено е името на регистрантот. Против овој медиум до СЕММ стигнале најмногу жалби во периодот од 2019 до јуни 2020 година. Медиумот користи недоличен јазик и има сензационалистички пристап кон пласирањето на информациите, честопати објавувајќи „шокирачки“ и „скандалозни“ наслови и вести. Во одлуките на СЕММ, најчесто ги прекршувал членовите 1, 7 (што се однесуваат на правото на приватност), 13 и 15 (поврзани со културата на говорот и етиката и непримерна комуникација со јавноста).

МЕДИУМ	ИМПРЕСУМ/ БРОЈ НА НОВИНАРИ	СОПСТВЕНОСТ/ ИЗДАВАЧ/ РЕГИСТРАНТ	ДИРЕКТОР	ЧЛЕНСТВО ВО РЕГИСТАРОТ НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ	РЕКЛАМИ	ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО	ALEXA RANKING
Dokaz.mk	/	Марјан Стаменковски (име на регистрантот на Марнет, не е наведено на веб-страницата)	/	Не	-#Затоа што ја сакам Македонија -Алкалоид -МаксБет -Витаминка -Изворска вода -Кожувчанка (вода)	/	Над 50

Извор: Веб-страницата на медиумот, Марнет.

Против медиумот во изминативе две години СЕММ има донесено две одлуки за говор на омраза, од кои последната на 8 јуни 2020 година е во корист на новинарка во дневен весник.[50] СЕММ констатира дека станува збор за „исклучително непрофесионален и несериозен новинарски производ, чија единствена цел е да се навреди, исмее и лично да се дискредитира новинарката“.Текстовите изобилуваат со навреди, непримерен и вулгарен јазик, говор на омраза и дискриминација по родова основа и физички изглед.[51] Ваквите квалификации од медиумот за јавни и за приватни личности, се забележуваат и во други содржини. Не може да се посочи на конзистентна политичка наклоност на медиумот, со оглед на критиките што тој ги упатуваше кон сите политички центри

49 *Марнет-македонска академска истражувачка мрежа: https://marnet.mk/*

50 *СЕММ (2020) Одлука на Комисијата за жалби при СЕММ. Достапно на: https://bit.ly/2WeUYUa*

51 *Ибид.*

на моќ во определени периоди во минатото. Но, во предизборието во 2020 година очигледно беше ударното позиционирање на вестите поврзани со опозициската партија, најчесто во позитивна конотација, и критички, на моменти и потсмешлив тон, кон власта. Наспроти жалбите, порталот го одржува имиџот на сензационалистички „печат“ што објавува шпекулации, а неретко и несериозни содржини. На неговата фејсбук-страница коментарите не се администрираат, а преку нив дополнително се шират говор на омраза, непристоен говор и навреди.

Финансиските податоци на медиумот не се познати. И покрај неславната репутација што ја има, медиумот сепак објавува реклами од поголеми македонски брендови. На веб-страницата има банери од реклами на компанијата за прехранбени производи „Витаминка“, фармацевтската компанија „Алкалоид“, минералната вода „Кожувчанка“, кампањата *#Купувајте македонски производи* поддржана од ВМРО-ДПМНЕ.

3.3. Вечер.мк: Прекршување на стандардите и покрај петнаесетгодишното функционирање

Вечер.мк е информативен портал основан во 2004 година, чиј главен уредник е Ивона Талевска. Таа е претседателка на Македонската асоцијација на новинарите (МАН), паралелна асоцијација на мнозинското Здружение на новинарите на Македонија. Таа до 2016 година беше позната како уредничка и водителка на вестите на најголемата приватна национална телевизија ТВ Сител, кога по промената на власта и по отворањето судски случај од Специјалното јавно обвинителство, се повлече од етерот. Иако на веб-страницата не е наведено името на сопственикот, сопственик на порталот е фирмата „Максмедиа“, каде што, пак, како сосопственик се јавува Драган Павловиќ-Латас. Тој е познат како еден од уредниците на ТВ Сител, гласноговорник на политиките на власта на ВМРО-ДПМНЕ до 2016 година и жесток критичар на левичарската власт предводена од СДСМ. По промената на власта во 2016 година, тој се повлече од уредничката позиција во телевизијата, а во порталот Вечер.мк пишува како редовен колумнист.

Медиумот има конзистентна уредувачка политика, која ја поддржува партијата ВМРО-ДПМНЕ уште додека таа беше на власт до 2016 година. Финансиските податоци за порталот не се достапни. Но, според новинарските истражувања,[52] за време на претседателските избори во 2019 година, „Максмедиа“ добила 17.700 евра за рекламирање на кандидатката на ВМРО-ДПМНЕ, што е втора највисока сума потрошена во онлајн медиуми, а во 2020 година фирмата фактурирала околу 12.000 евра од реклами на ВМРО-ДПМНЕ за порталот Вечер.мк.

---

52 Јовановска, М. и Цветковска, С. (2020) „Државни пари за изборни информациски војни“, објавено на ИРЛ.мк, 23.7.2020. Достапно на: https://irl.mk/drzhavni-pari-za-izborni-informatsiski-voni/

МЕДИУМ	ИМПРЕСУМ/ БРОЈ НА НОВИНАРИ	СОПСТВЕНОСТ/ ИЗДАВАЧ/ РЕГИСТРАНТ	ДИРЕКТОР	ЧЛЕНСТВО ВО РЕГИСТАРОТ НА ОНЛАЈН МЕДИУ-МИ	РЕКЛАМИ	ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО	ALEXA RANKING
Vecer.mk	4 уредници (3 жени/1 маж)	Максмедиа ЛТД (име на регистрантот на Марнет)	/	Не	-ВМРО-ДПМНЕ (кампања за избори)	/	8

Извор: Веб-страниците на медиумите, Марнет.

Против порталот Вечер.мк во текот на 2019 и 2020 година, СЕММ донел 9 одлуки поради прекршување на повеќе членови од новинарскиот Кодекс - 1, 3, 12 (неистакнување на изворот или на авторот на текстот), 13, 14 (немање професионална дистанца од политичките субјекти) и член 10 – говор на омраза.

„КриТинк" рецензира текстови на Вечер.мк, во кои оценува дека биле пренесувани лажни вести (27.2.2019), тенденциозни и непроверени информации преземени од социјалните мрежи (12.2.2019), биле детектирани манипулативни наслови што немаат потврда во текстот (28.6.2020), или најави за скандали што биле официјално отфрлени (8.6.2020). Има случаи кога медиумот преземал и споделувал вести од други медиуми што имаат слична политичка и идеолошка ориентација, или објавувал дезинформации.

3.4. Инфомакс.мк: Коментаторски пристап кон новинарството

Порталот Инфомакс.мк има поголема редакција и објавува импресум и информација за издавачот. Финансиските податоци се непознати. Медиумот има десничарска ориентација, односно ја поддржува ВМРО-ДПМНЕ и е критички настроен кон власта, што е видливо од позиционирањето на текстовите што ја поддржуваат опозицијата, тонот на известувањето, изборот на колумнисти. Во март 2020 година, главниот и одговорен уредник Александар Митовски беше осуден на шестмесечна условна затворска казна поради одавање службена тајна. МАН, чиј член е уредникот, ја квалификуваше пресудата како закана за новинарството и јавноста од страна на власта, обвинителството и судството, кои според нив се во служба на владејачката СДСМ.[53] Пресудата ја осуди и ЗНМ, со образложение дека треба да се води сметка за поширокиот јавен интерес.[54]

53 Реакција на МАН за одлуката на Судот против новинарот и уредник Александар Митовски, 4 март 2020. Достапно на:https://kurir.mk/makedonija/vesti/man-sudot-potvrdi-deka-vo-makedonija-vladee-hibriden-rezim-zakanata-kon-site-novinari-e-jasna-i-direktna/

54 Мета.мк (2020) "Новинарските здруженија ја осудија условната казна затвор за уредникот на 'Инфомакс'", објавено на Мета.мк, 5.3.2020. Достапно на: https://meta.mk/novinarskite-zdruzheni%d1%98a-%d1%98a-osudi%d1%98a-uslovnata-kazna-zatvor-za-urednikot-na-infomaks/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=novinarskite-zdruzheni%25d1%2598a-%25d1%2598a-osudi%25d1%2598a-uslovnata-kazna-zatvor-za-urednikot-na-infomaks

МЕДИ-УМ	ИМПРЕ-СУМ/ БРОЈ НА НОВИНА-РИ	СОПСТВЕ-НОСТ/ ИЗДАВАЧ/ РЕГИ-СТРАНТ	ДИРЕК-ТОР	ЧЛЕН-СТВО ВО РЕГИСТА-РОТ НА ОНЛАЈН МЕДИУ-МИ	РЕКЛА-МИ	ПРИХО-ДИ ОД РАБОТЕ-ЊЕТО	ALEXA RANKING
Infomax. mk	Да/8 уредници и новинари (2 жени/6 мажи	Центар за истражу-вање и анализа ЦИА	/	Не	ВМРО-ДПМНЕ (кампања за избори)	2017 €2,500 2018 €16,000	50

Извор: Веб-страниците на медиумите, Марнет. Финансиските податоци се преземени од анализата на Аналитика.мк, https://analitika.mk/biznisot-so-internet-portali-tezi-okolu-tri-milioni-evra/.

Во 2019 година фирмата сосопственик на порталот Инфомакс зела 14.500 евра за реклами за време на претседателските избори.[55]

ТПротив Инфомакс.мк, СЕММ има донесено одлуки поради објавување нецелосни информации и неконсултирање втора страна, како и мешање факти со коментар. Се случувало некои текстови да бидат отстранети од самиот медиум, но имало ситуации кога текстот бил пренесуван од други онлајн медиуми, или споделува вести и други содржини со медиумите со кои дели исти идеолошко-политички гледишта.

Содржините на Инфомакс.мк се едни од често рецензираните на сервисот за проверка на факти „КриТинк“. Во објавените содржини, според „КриТинк“, имало шпекулации и непроверени информации, лични напади против политичари од власта, често имало текстови во кои се мешаат факти со коментар или се повикуваат на фејсбук-статуси, манипулативни текстови (16.4.2019, 13.3.2020), тенденциозни шпекулации (13.2.2019), еднострани и политички мотивирани текстови за оцрнување на политичките неистомисленици (29.4.2019), реобјавување сензационалистички и стари текстови (14.10.2019), наслови и текстови што шират паника и непроверени информации во вонредни услови (19.3.2020).

3.5. Мактел.мк: Шпекулации и извинувања

Во групата онлајн портали што често не се придржуваат до стандардниот новинарски израз и употребуваат најави од типот „шокантно“ или „ексклузивно“ и недоличен јазик, е и порталот Мактел.мк.

55 JЈовановска, М. и Цветковска, С. (2020) „Државни пари за изборни информациски војни“, објавено на ИРЛ.мк, 23.7.2020. Достапно на: https://irl.mk/drzhavni-pari-za-izborni-informatsiski-voni/.

МЕДИУМ	ИМПРЕСУМ/ БРОЈ НА НОВИНАРИ	СОПСТВЕНОСТ/ ИЗДАВАЧ/ РЕГИСТРАНТ	ДИРЕКТОР	ЧЛЕНСТВО ВО РЕГИСТАРОТ НА ОНЛАЈН МЕДИУМИ	РЕКЛАМИ	ПРИХОДИ ОД РАБОТЕЊЕТО	ALEXA RANKING
Maktel.mk	Да/1 уредник	Популарни книги ДОО	/	No	-Алкалоид -Мебел-Ви -Синалко (наградна игра) -Реплек -Еурофарм -Jamieson -Никоб (обезбедување) -Брилијант (масло) -Градежна фирма -Дајнерс -Изворска - Peugeot -Туристичка агенција -ФОН -Кабелски оператор -Тотал ТВ -Семос	2018 €16,618 2017 €9,000 2016 €8,300	Над 50

Извор: Веб-страниците на медиумите, Марнет; Финансиските податоци се преземени од анализата на ААВМУ, https://bit.ly/3elRPbz.

Медиумот ја поддржува владејачката СДСМ и има критички став кон десничарската ВМРО-ДПМНЕ, што е јасно видливо во тонот на известувањето, насловите и текстовите. Новинарскиот стил е нестандарден и колоквијален, користи непристоен јазик за критикување на опозицијата и апологетски ја фаворизира власта. Ова е еден од неколкуте медиуми во чиј импресум е напишано само името на главниот уредник, но затоа, пак, бројот на реклами на веб-страницата и од поистакнати компании е голем.

Во 2019 и 2020 година во три случаи пред Советот, постапката против медиумот била затворена поради помирување на страните. Медиумот во овој период го смири тонот на известувањето, иако во минатото имаше прекршувања по основа на половични и непроверени информации, говор на омраза, непримерна комуникација со јавноста, злоупотреба на медиумот за пресметка со личности и колеги итн

3.6. 1ТВ: Од високи амбиции до скандалозно затворање

Во оваа група на онлајн медиуми, 1ТВ беше една од ретките телевизии која во година и пол од нејзиното функционирање до септември 2019 година ја следеа многу контроверзии околу скриената сопственост, како и во некои од содржините што ги продуцираше. Телевизијата на почетоците важеше за блиска до некои функционери од владејачката партија, но по избивањето на скандалот со уцена на познат бизнисмен, нејзиниот сопственик и специјалната јавна обвинителка беа осудени на затворски казни. За време на претседателските избори во 2019 година, СДСМ потрошила 37.000 евра за рекламирање на својот кандидат на оваа телевизија.[56]

> 1ТВ беше една од ретките телевизии која во година и пол од нејзиното функционирање до септември 2019 година ја следеа многу контроверзии околу скриената сопственост, како и во некои од содржините што ги продуцираше.

Во 2019 година, Советот за етика констатирал три прекршувања поради пренесување половични и непроверени информации, две прекршувања поради мешање факти и мислења во одделни емисии, како и прекршувања на членот 7 (приватност на личноста) и членот 16 (углед и достоинство на професијата).

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни услуги во два наврата во 2019 година констатирала прекршување на програмските начела во однос на заштита на достоинството и на приватноста, пресумпција на невиност, како и објективно и непристрасно прикажување на настаните со еднаков третман на различни гледишта.[57]

3.7. Јавни личности со потпалувачки речник

Во изминативе години, јавни личности преку своите профили на социјалните мрежи или на веб-страници објавуваат содржини во кои беше забележан говор на омраза, особено врз основа на политичка припадност.[58]

Поранешните новинари Миленко Неделковски и Бранко Тричковски, поддржувачи на спротивставени политички опции, објавуваат иронични, непристојни, но и содржини со говор на омраза врз основа на политичка припадност. На фејсбук-профилот на Неделковски, говорот на омраза и непристојниот јазик на комуникација е забележлив во статусите, но и во коментарите под објавите, кои често не се

56 Јовановска, М. и Цветковска, С. (2020) „Државни пари за изборни информациски војни“. Објавено на ИРЛ, 23.7.2020. Достапно на: https://irl.mk/drzhavni-pari-za-izborni-informatsiski-voni/.

57 ААВМУ (2015-2020) Извештаи од спроведени надзори/мерки, јавна опомена. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://avmu.mk/1-%D1%82%D0%B2/

58 Фејсбук објава: https://www.facebook.com/MilenkoNedelkovskiDnevnik/posts/3631176286899368; Hate Speech Website, Registered Hate Speech Case: http://govornaomraza.mk/reports/view/2025

администрираат.[59] Неделковски со своите контроверзни ставови е познат во јавноста уште од времето на владеењето на ВМРО-ДПМНЕ до 2016 година. Единствениот судски предмет по член 394-г од Кривичниот законик отворен во Основниот суд 1, поради ширење расистички и ксенофобичен материјал по пат на компјутерски систем, е против него, но пресудата сѐ уште не е правосилна и предметот е во фаза на постапување.[60] Проблемот со непостоење ниту една судска пресуда за говор на омраза, експертите го лоцираат во тоа што во Кривичниот законик нема конкретна одредба што го инкриминира говорот на омраза, туку се применуваат членови што ја забрануваат дискриминацијата, расната омраза, националистичката нетрпеливост, што претставува проблем за судската практика ефикасно да ги санкционира промоторите на говорот на омраза.[61] Експертите сметаат дека испадите на Неделковски, но и на други медиумски личности до 2016 година, биле намерно толерирани како „проект на власта во медиумскиот простор, како дел од севкупната состојба на ‘заробена држава’“.[62]

Експертите го лоцираат во тоа што во Кривичниот законик нема конкретна одредба што го инкриминира говорот на омраза, туку се применуваат членови што ја забрануваат дискриминацијата, расната омраза, националистичката нетрпеливост, што претставува проблем за судската практика ефикасно да ги санкционира промоторите на говорот на омраза

Против Бранко Тричковски, пак, Министерството за внатрешни работи во февруари 2020 година отвори случај поради утврдување кривично дело „ширење расистички и ксенофобичен материјал преку компјутерски систем“ и „предизвикување омраза на дискриминаторска основа“. Тој на својот фејсбук-профил објавил текст за техничката министерка за труд и социјална политика Рашела Мизрахи, во кој коментира врз основа на нејзиното еврејско потекло. Негова колумна објавена на онлајн медиум беше предмет на разгледување на Комисијата на СЕММ, при што беше утврдена непримерна комуникација со јавноста, во која се пресметува со личности, вклучително и со новинари.[63]

---

59 Веб-страница за мониторинг на говорот на омраза: http://govornaomraza.mk/reports/view/1738

60 Одговор од Основен суд 1 на Барање за МИМ за слободен пристап до информации, 18.6.2020, Скопје (преку е-пошта).

61 Живановски, Н. (2017) „Ефикасноста на законската регулатива за заштита од говорот на омраза“, Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/1032/Analiza_Efikasnosta_na_zakonskata_regulativa_za_zastita_od_govor_na_omraza.pdf

62 Ибид. Стр. 12.

63 СЕММ (2019) Одлука на Комисијата за жалби при СЕММ. Скопје. Достапно на: http://semm.mk/attachments/28-11-2019/Branko_Geroski_za_Frontline.mk.pdf.

3.8. Социјалните мрежи: Експлозија на говор на омраза

На почетокот на 2020 година бил забележан зголемен пораст на пријавени случаи поради говор на омраза, што е особено присутен на социјалните мрежи.[64] Според Хелсиншкиот комитет на Македонија, традиционалните (национални) медиуми имаат поголема свест за говорот на омраза, но порталите претставуваат канал за ширење дезинформации и поттикнување говор на омраза, бидејќи голем дел од нивните содржини се објавуваат на Фејсбук и на Твитер.[65]

Според Хелсиншкиот комитет на Македонија, традиционалните (национални) медиуми имаат поголема свест за говорот на омраза, но порталите претставуваат канал за ширење дезинформации и поттикнување говор на омраза, бидејќи голем дел од нивните содржини се објавуваат на Фејсбук и на Твитер.

Во периодот од јануари до јуни 2020 година најмногу пријавени случаи на говор на омраза има поради етничка, политичка припадност и сексуална ориентација и родов идентитет. Се забележува растечки тренд споредено со говорот на омраза за време на претседателските избори во 2019 година, кога за време на кампањата доминираше говор на омраза на етничка и на политичка основа.[66] Во базата на Хелсиншкиот комитет многубројни се примерите со навреди и со погрдни имиња кон помалите етнички заедници, политичките неистомисленици, особено лидерите на најголемите политички партии, или врз основа на сексуалната припадност и родов идентитет. Во периодот од февруари до мај 2020 година, бил регистриран раст на говорот на омразата на етничка основа пред христијанскиот празник Велигден и пред почетокот на рамазанските пости, кога религиските лидери во овој период имаа спротивни ставови и препораки од оние на Владата за почитување на мерките за спречување на ширењето на ковид-19, како и говор на омраза кон ромската заедница.[67] Драстичниот пораст на новозаболени лица со ковид-19 создаде и говор на омраза врз основа на здравствената состојба, во комбинација со етничката припадност.

---

64 Интервју со претставник на Хелсиншкиот комитет, 18.06.2020 (преку е-пошта).

65 Ибид.

66 Хелсиншки комитет (2020) „Месечен извештај за човековите права – февруари 2020“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-fevruari-2020/

67 Хелсиншки комитет (2020) „Месечен извештај за човековите права – април 2020“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-april-2020/; https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-fevruari-2020/

РЕГИСТРИРАНИ СЛУЧАИ НА ГОВОР НА ОМРАЗА ВО МЕДИУМИТЕ И НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ ВО 2019 И 2020 ГОДИНА

Табела 6

ГОВОР НА ОМРАЗА	ЈАНУАРИ-ЈУНИ 2020	2019
Поради етничка припадност	172	85
Политичка припадност	93	43
Сексуална ориентација и родов идентитет	83	111
Религија и религиско уверување	22	7
Пол и род	14	28

Извор: Говор на омраза, http://govornaomraza.mk/main

На социјалните мрежи Фејсбук и Твитер честопати оние што шират говор на омраза не се со вистинското име, туку често станува збор за скриени или лажни профили. Мониторингот на Хелсиншкиот комитет констатира „тенденција од одредени поединци/портали, кои континуирано шират и поттикнуваат говор на омраза. Комитетот нема механизам да утврди дали некој профил е лажен или не, затоа што таа надлежност е во рацете на Секторот за компјутерски криминал и дигитална форензика при МВР."[68]

Некои од медиумите што имаат фејсбук-страници, какви што се ДоказМ и Маркукуле, не ги администрираат коментарите под содржините што ги споделуваат, на тој начин овозможувајќи им на корисниците на социјалните мрежи да шират дезинформации и говор на омраза.[69]

Во првата половина на 2020 година на социјалните мрежи беа забележани напади и дискредитации кон новинари, а особено кон новинарки врз основа на пол. Државен службеник во Централниот регистар, со навредливи и погрдни зборови им се заканувал и објавувал содржини на својот фејсбук-профил против уредничките на А1Он.мк, Мери Јордановска, и на ТВ Алфа, Искра Коровешовска. Случајот предизвика реакции од медиумската заедница, а министерот за внатрешни работи почна истрага на заканите, по што заканувачот доби затворска казна за загрозување на сигурноста кон неговата поранешна сопруга и за заканите упатени кон новинарката Јордановска.

Од друга страна, говорот на омраза често се шири и кон лица што не се истакнати личности во општеството, ниту носители на јавна функција. Корисничка на Фејсбук, на својот личен профил напишала статус против одржувањето свадбени веселби во периодот додека трае

68 *Интервју со претставник од македонскиот Хелсиншки комитет, 18.6.2020 (преку е-пошта).*
69 *Веб-страница за мониторинг на говорот на омраза: http://govornaomraza.mk/*

корона-кризата. Под статусот има 270 коментари, во кои има говор на омраза, како и повици за насилство врз девојката.[70] „...Посведочивме екстремна мизогинија, хомофобија и повици за линч. Тоа неретко се случува со жени што имаат јавни професии или се 'гласни' на социјалните медиуми", коментира Калиа Димитрова за Радио МОФ.[71]

70 Фејсбук-статус на К.К.: https://www.facebook.com/kvkriss/posts/10221560773904657

71 Петреска, Е. (2020) „Како обичен фејсбук-статус го покажа екстремниот говор на омраза на интернет", објавен на Радио МОФ, 20.5.2020. Достапно на: https://www.radiomof.mk/kako-obichen-fejsbuk-status-go-pokazha-ekstremniot-govor-na-omraza-na-internet/

4. ЗАКЛУЧОК

Причините за создавањето и за ширењето на говорот на омраза, дезинформациите и пропагандата преку медиумите во Македонија најчесто лежат во поврзаноста на медиумите со политичките и со бизнис-центрите на моќ. Темите што ги „хранат“ овие феномени се генерираат од долгата историја на политичка и на етничка поделеност на општеството и вообичаено се засилуваат во кризни или во предизборни периоди. Говорот на омраза на политичка и на етничка, како и на сексуална и на родова основа е во пораст на социјалните мрежи.

Избувнувањето на глобалната криза предизвикана од коронавирусот во почетокот на 2020 година, во Македонија се поклопи со периодот пред одржување на парламентарните избори. Овие две теми создадоа „набој“ за ескалација на дезинформациите и говорот на омраза на политичка и на етничка основа, но и врз основа на здравствена состојба. Во периодот на одбележување на велигденските и на рамазанските празници, не изостана ниту религиски мотивираната реторика испреплетена со дневната политика.

Глобалната криза предизвикана од коронавирусот во почетокот на 2020 година, во Македонија се поклопи со периодот пред одржување на парламентарните избори. Овие две теми создадоа „набој“ за ескалација на дезинформациите и говорот на омраза на политичка и на етничка основа.

Говоротнаомразаво2020годинабележипорастспоредено со претходната година. И покрај тоа што од 2001 година овој феномен е константно присутен во комуникацискиот простор, а имаше случаи кога се трансформираше и во злосторства од омраза, во Македонија не постои практично ниту една потврдена судска пресуда на оваа основа. Според експертите, причината е непостоењето конкретна одредба во Кривичниот законик што го инкриминира говорот на омраза, а наместо тоа се применуваат членови што ја забрануваат дискриминацијата, расната омраза или националистичката нетрпеливост.[72]

Тензичните моменти се рефлектираат особено во интернет-просторот преку создавање неколку наративи со спротивставени политичко-етнички гледишта, во кои се испреплетуваат многу дезинформации и пропаганда за поддршка на центрите на моќ. Иако во комуникацискиот простор различни медиуми, дури и неутрални и професионални, понекогаш создаваат и пренесуваат дезинформации и говор на омраза, анализите посочуваат дека група медиуми почесто од сите други ги применуваат овие неетички и недемократски практики. Уредувачката политика на повеќето од нив покажува наклоност кон опозицијата во периодот од 2016 до 2020 година, што е воочливо од начинот на критикување и/или фаворизирањето на партиите. Нивните релации со ВМРО-ДПМНЕ датираат од времето кога партијата беше на власт до 2016 година, а истражувањата уште во 2014 година посочуваа

72 *Живановски, Н. (2017) „Ефикасноста на законската регулатива за заштита од говор на омраза“. Скопје: МИМ. Достапно на:* https://mim.org.mk/attachments/article/1032/Analiza_Efikasnosta_na_zakonskata_regulativa_za_zastita_od_govor_na_omraza.pdf. *Стр. 1.*

дека група онлајн медиуми создавале содржини за да конструираат негативна кампања против тогашната опозиција.[73] Некои од нив во минатото беа регистрирани на офшор дестинации, но во меѓувреме добија нови сопственици и денес тоа е достапен податок. Во сопственоста на седум онлајн медиуми има унгарски капитал, а од нив фирмата ЕМ Медиа што го поседува порталот Курир и фирмата „Прва Република“ се меѓу најуспешните пет во однос на остварените приходи од работењето во 2018 година. Сепак, изворите на финансирање на онлајн медиумите остануваат нетранспарентни што остава простор за развивање политичко-клиентелистички релации со партиите.

Поголем дел од наведените онлајн медиуми имаат поголеми редакции, своја изградена публика и меѓусебно се поддржуваат во пренесувањето пораки. Неколку од порталите се предводени од жени уреднички, а родовиот баланс е запазен кај оние што имаат повеќе новинари.

Мотивацијата за ширењето говор на омраза и дезинформации кај малите портали од типот „човек-редакција“ е исто така политичката наклоност. Покрај дискредитирањето на политичките опоненти, па и на индивидуални ликови што се мета на нивните објави, се доведува во прашање сериозноста на самиот медиум со кој раководи и во кој работи само еден човек и кој не покажува основна транспарентност кон својата публика. Се добива впечаток дека нивната улога како и онаа на поединци јавни личности активни во интернет-просторот, примарно е да им нанесат штета на неистомислениците отколку да се информира јавноста, а крајната цел е „додворување“ на центрите на моќ.

За разлика од онлајн медиумите, традиционалните медиуми што се регулирани со закони и се предмет на мониторинг на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, поретко ги прекршуваат професионалните стандарди во однос на дезинформациите и говорот на омраза. Дел од експертите сметаат дека една од причините за информацискиот хаос во онлајн сферата е недостигот на медиумска регулатива. Меѓутоа, противниците на оваа идеја аргументираат дека постојат доволно закони што важат за традиционалните медиуми и кои треба неселективно да се применуваат и за онлајн медиумите.

За да се заштитат граѓаните од влијанието на непрофесионалните и неетичките медиуми, медиумската заедница и граѓаните треба да ги поддржат и да ги искористат и саморегулаторните механизми, кои сè поуверливо ја покажуваат својата ефикасност.

За да се заштитат граѓаните од влијанието на непрофесионалните и неетичките медиуми, медиумската заедница и граѓаните треба да ги поддржат и да ги искористат и саморегулаторните механизми, кои сè поуверливо ја покажуваат својата ефикасност. Оваа анализа се фокусираше само на најчестите прекршители на стандардите, но СЕММ носи одлуки и против медиуми што се сметаат за професионални и неутрални, што потврдува дека саморегулацијата е неутрален механизам за „регулирање“ на професијата, наместо рестриктивните закони и драконски мерки од институциите.

73 *Ibid.*

5. ПРЕПОРАКИ

- **Медиумската заедница и граѓанскиот сектор** треба да ги поддржат саморегулаторните механизми во медиумската сфера за да се спречи непрофесионалното и неетичко работење и да ја заштитат публиката од погрешно и од непрофесионално информирање од одредени медиуми. Така медиумите ќе можат да ги унапредат своите професионални практики без ригорозни санкции кон нивната работа.

- **Онлајн медиумите** треба да ги прикажуваат податоците за сопственоста, за редакцијата и за финансирањето, со цел да демонстрираат транспарентност кон својата публика, професионалност и интегритет.

- **Јавното обвинителство** треба да покаже поголема ангажираност и проактивност во однос на гонењето на говорот на омраза, а судството треба да ги процесира случаите, бидејќи се зголемува бројот на регистрирани случаи на говор на омраза што може да резултираат со дела од омраза.

- **Професионалните медиумски и новинарски здруженија, претставници на судската власт, на граѓанскиот сектор и на релевантните институции** треба да понудат насоки за соодветно унапредување на законската регулатива во однос на појасно дефинирање на говорот на омраза како кривично дело, но и за казнивоста на сторителите, земајќи ги предвид и законските решенија и нивната примена во европските држави.

- **Секторот за компјутерски криминал и дигитална форензика при Министерството за внатрешни работи** треба да покаже проактивност и ангажираност при процесирањето пријави од граѓаните и од граѓанските организации кои пријавуваат говор на омраза и дела од омраза што се случиле во интернет-просторот.

- **Граѓанскиот сектор** треба да спроведува долгорочни иницијативи што би се занимавале со мониторинг на дезинформациите и на говорот на омраза, како и со нивно разобличување, со цел да се крене свеста за овие феномени во пошироката јавност.

- **Потребно е да се поддржуваат долгорочни иницијативи за медиумска писменост на граѓаните**, со што ќе се унапредат нивните знаења и вештини за разликување на вистината и фактите од дезинформациите, манипулациите и пропагандата преку медиумите.

- **Граѓанскиот сектор, образовните институции или други релевантни институции** треба да спроведуваат редовни истражувања на онлајн

медиумите и на социјалните мрежи, со оглед на фактот што тие ѝ конкурираат на телевизијата како извор за дневно информирање на граѓаните.

- **Медиумските организации, саморегулаторното тело, бизнис-заедницата и огласувачките агенции** треба да ја продолжат дебатата околу општествената одговорност на големите компании, кои при носењето одлуки каде да се рекламираат, треба да ја земат предвид професионалноста на медиумите и да ја поддржат работата, пред сè, на квалитетните медиуми.

- Со оглед на тоа што **Стопанска комора** беше соработник на СЕММ и на ЗНМ при формирањето на Регистарот на професионалните онлајн медиуми, таа треба да се залага во бизнис-заедницата да се земат предвид податоците од Регистарот кога компаниите носат одлуки за рекламирање.

- **Потребно е активно учество и поддршка од медиумите и од медиумската заедница** на процесот на подготовка на етичка рамка за онлајн медиумите инициран од СЕММ.

Литература и извори

ААВМУ (2015-2020) Извештаи од спроведени надзори/мерки, јавна опомена. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://avmu.mk/telma-dooel-skopje/

ААВМУ (2020) Утврдување на влијанието на новите медиуми врз формирањето на јавното мислење и врз работењето на традиционалните медиуми. Скопје: ААВМУ. Достапно на: https://bit.ly/2W7T1c3

Атанасов, А. (2020) „Тунева: Медиумите не треба да се третираат како пропагандна машинерија за политичко поентирање“, интервју за МИА, 13 јуни 2020. Достапно на: https://mia.mk/tuneva-vo-interv-u-za-mia-mediumite-ne-treba-da-se-tretiraat-kako-propagandna-mashineri-a-za-politichko-poentira-e/

Апостолов, В., Јордановска, М. и Цветковска, С. (2014) „Нова медиумска жетва во владиниот рекламен комбајн“, објавено на веб-страницата Нoватв.мк на 5.12.2014. Достапно на: https://novatv.mk/nova-mediumska-zhetva-vo-vladiniot-reklamen-kombajn/

Веб-страница „КриТинк“, секција Проверка на факти: https://crithink.mk/category/proverka-na-fakti/

Веб-страница за мониторинг на говорот на омраза: http://www.govornaomraza.mk/

Живановски, Н. (2017) „Ефикасноста на законската регулатива за заштита од говорот на омраза“, Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/1032/Analiza_Efikasnosta_na_zakonskata_regulativa_za_zastita_od_govor_na_omraza.pdf

Закон за аудио и аудиовизуелни услуги (2013). Достапно на: https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/05/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_mediumski_uslugi_mkd_1.pdf

ЗНМ (2017) “Соопштение: Презентирана анализа за онлајн медиумите”. Скопје: ЗНМ. Достапно на: https://znm.org.mk/prezentirana-analiza-za-onlajn-mediu/

Јовановска, М. (2020) „Сопругата советник на Заев, сопругот во поход во медиумскиот бизнис“, објавено на ИРЛ.мк, 31.03.2020. Достапно на: https://irl.mk/soprugata-sovetnik-na-zaev-soprugot-vo-pokhod-vo-mediumskiot-biznis/

Јовановска, М. и Цветковска, С. (2020) „Државни пари за изборни информациски војни“, објавено на ИРЛ.мк, 23.7.2020. Достапно на: https://irl.mk/drzhavni-pari-za-izborni-informatsiski-voni/

Јордановска, М. (2017) „ВМРО-ДПМНЕ со најбогата реклама и пропаганда на локалните избори", објавено на Призма.мк, 7.10.2017. Достапно на: https://prizma.mk/vmro-dpmne-najbogata-reklama-propaganda-na-lokalnite-izbori

Марнет - македонска академска истражувачка мрежа: https://marnet.mk/

Мета.мк (2020) "Новинарските здруженија ја осудија условната казна затвор за уредникот на 'Инфомакс'", објавено на Мета.мк, 5.3.2020. Достапно на: https://meta.mk/novinarskite-zdruzheni%d1%98a-%d1%98a-osudi%d1%98a-uslovnata-kazna-zatvor-za-urednikot-na-infomaks/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=novinarskite-zdruzheni%25d1%2598a-%25d1%2598a-osudi%25d1%2598a-uslovnata-kazna-zatvor-za-urednikot-na-infomaks

Петреска, Е. (2020) „Како обичен фејсбук-статус го покажа екстремниот говор на омраза на интернет", објавен на Радио МОФ, 20.5.2020. Достапно на: https://www.radiomof.mk/kako-obichen-fejsbuk-status-go-pokazha-ekstremniot-govor-na-omraza-na-internet/

Промедиа, Регистар на професионални онлајн медиуми. Правила за прием на интернет-портали за членство. Достапно на: https://promedia.mk/rules?lng=mk

Реакција на МАН за одлуката на Судот против новинарот и уредник Александар Митовски, 4.03. 2020. Достапно на: https://kurir.mk/makedonija/vesti/man-sudot-potvrdi-deka-vo-makedonija-vladee-hibriden-rezim-zakanata-kon-site-novinari-e-jasna-i-direktna/

Република.мк: „Шеќеринска лаже, 'Република' не се извини и нема да се извини", објавено на Република.мк, 22.6.2020. Достапно на: https://republika.mk/vesti/makedonija/shekerinska-laze-republika-ne-se-izvinila-i-nema-da-se-izvini/.

Селмани, Н. (2020) „Нови 3 милиони евра за плаќање партиска пропаганда во медиумите", Опсерваторија на медиумските реформи, „Метаморфозис". Достапно на: https://mediaobservatorium.mk/novi-tri-milio=ni-evra-za-plakjanje-partiska-propaganda-vo-mediumite/?fbclid=IwAR2afBYlxk5c_-P6V5AebEVtqPeDKv1-9IrrI_fAdVxPahHIkHrsM4hI80Y

СЕММ (2020) Одлука на Комисијата за жалби при СЕММ. Достапно на: https://bit.ly/2WeUYUa

СЕММ (2019) Одлука на Комисијата за жалби при СЕММ. Скопје: СЕММ. Достапно на: http://semm.mk/attachments/28-11-2019/Branko_Geroski_za_Frontline.mk.pdf

СЕММ (2020) Статистички преглед на одлуките на Комисијата за жалби за 2019. Достапно на: https://semm.mk/komisija-za-zalbi-4/statistichki-pregledi/690-2019

Тахири, С. и Адамчевски, М. (2017) Известување во интерес на јавноста. Скопје: СЕММ. Достапно на: http://www.semm.mk/attachments/izvestuvanje-vo-interes-na-javnosta.pdf

Трпевска, С. и Мицевски, И. (2014) Зошто е важен интегритетот на медиумите? Скопје: МИМ. Достапно на: https://mim.org.mk/attachments/article/824/zosto_e_vazen_integritetot_na_mediumite_MK_v2.pdf

Трпковски, Г. (2020) „Унгарското масло во македонските медиуми“, објавено на Призма.мк на 14.02.2020. Достапно на: https://prizma.mk/ungarskoto-maslo-vo-makedonskite-mediumi/

Фејсбук објава: https://www.facebook.com/MilenkoNedelkovskiDnevnik/posts/3631176286899368; Веб-страница Говор на омраза, регистриран случај за говор на омраза: http://govornaomraza.mk/reports/view/2025

Фејсбук-статус на К.К.: https://www.facebook.com/kvkriss/posts/10221560773904657

Хелсиншки комитет (2020) „Говор на омраза во време на пандемија“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/media/helsinshki-komitet-govor-na-omraza-vo-vreme-na-pandemija-zgolemen-broj-na-prijavi-po-osnov-na-etnichka-i-politichka-pripadnost/

Хелсиншки комитет (2020). „Месечен извештај за човековите права – февруари 2020“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-fevruari-2020/

Хелсиншки комитет (2020) „Месечен извештај за човековите права – април 2020“. Скопје: ХК. Достапно на: https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-april-2020/; https://mhc.org.mk/reports/mesechen-izveshtaj-za-chovekovite-prava-vo-republika-severna-makedonija-fevruari-2020/

Цивил (2020) Предизборен извештај за мониторингот на „Цивил“, 11.7.2020. Достапно на: https://civilmedia.mk/predizboren-izveshtaj-za-monitoringot-na-tsivil/

IREX (2019) MSI 2019. Washington: IREX. Достапно на: https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-full.pdf

Jovanovska, M., Bodoky, T. and Belford, A. (2018) „Right-Wing Hungarian Media Moves Into the Balkans“, објавено на OCCRP.org, 9.5.2018. Достапно на: https://www.occrp.org/en/spooksandspin/right-wing-hungarian-media-moves-into-the-balkans.

Nebiu, B. at All. (2018) Indicators on the level of media freedom and journalists' safety in Macedonia. Skopje: AJM. Достапно на: https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2018/12/Indicators-on-the-level-of-media-freedom-and-journalists-safety-in-Macedonia.pdf

Nikodinoska, V. and Milenkovski, S. (2019) "North Macedonia's Epidemic of Political Disinformation", Transitions Online, 21.08.2019. Достапно на: https://www.tol.org/client/article/28538-north-macedonias-epidemic-of-political-disinformation.html

ДРУГИ ДОКУМЕНТИ:

Одговор од Основен суд 1 на Барање за МИМ за слободен пристап до информации, 18.06.2020 (преку е-пошта).

ЛИСТА НА ИНТЕРВЈУА:

Интервју со претставник на Хелсиншкиот комитет, 18.06.2020 (преку е-пошта).

За авторот

Весна Никодиноска е магистер по Глобални комуникации од Американскиот универзитет во Париз. Работи како програмски менаџер и истражувач во Македонскиот институт за медиуми во Скопје.

Оваа публикација е дел од истражувачката компонента на проектот ОТПОР: Граѓанското општество за медиуми без омраза и дезинформации. Првата серија на истражувачки извештаи ги истражува моделите на политичка економија на медиумите кои шират омраза и пропаганда во Албанија, Босна и Херцеговина, Косово, Црна Гора, Северна Македонија, Србија и Турција.

Девет организации за развој на медиумите во земјите од Западен Балкан и Турција ги здружија силите во рамки на проектот „Отпор кон дезинформации и говор на омраза: Акција на граѓанското општество за реафирмирање на слободата на медиумите и спречување дезинформации и пропаганда за ширење омраза во земјите од Западен Балкан и во Турција“. Тригодишниот проект го спроведува Мрежата за професионализација на медиумите во Југоисточна Европа (СЕЕНПМ), во партнерство со: Албанскиот медиумски институт во Тирана, Фондација „Медиацентар“ во Сараево, Косово 2.0 во Приштина, Црногорскиот медиумски институт во Подгорица, Македонскиот институт за медиуми во Скопје, Новосадската школа за новинарство во Нови Сад, Мировниот институт во Љубљана и Бианет во Истанбул.

ОТПОР

кон дезинформации и говор на омраза