ИЗВЕШТАЈ

за состојбата на онлајн медиумите во Македонија

Извештај за состојбата на

онлајн медиумите во Македонија

„Цивика мобилитас е проект на Швајцарската агенција за развој и соработка (SDC), кој го спроведуваат NIRAS од Данска, Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) од Македонија и Шведскиот институт за јавна администрација (SIPU) од Шведска.“

Содржината на оваа публикација е единствена одговорност на Центар за развој на медиумите на заедниците - МЕДИУМ и на ниту еден начин не може да се смета дека ги одразува гледиштата на Цивика мобилитас, Швајцарската агенција за развој и соработка (SDC) или организациите што ја спроведуваат.

Содржина:

Вовед 2

Законска Рамка 3

Теоретско – Концептуална Рамка 5

Методолошки пристап 6

Резултати 8

Заклучни Согледувања 18

Библиографија 20

ЦЕНТАР ЗА РАЗВОЈ НА МЕДИУМИ НА ЗАЕДНИЦИТЕ **„МЕДИУМ“**
БАЛКАНСКИ ИНСТИТУТ ЗА РЕГИОНАЛНА СОРАБОТКА **(БИРС)**

ИЗВЕШТАЈ

за состојбата на онлајн медиумите во Македонија

Гостивар, Август 2017

ВОВЕД

За поимот „онлајн“ или „нови медиуми» постојат неколку дефиниции. Повеќето технологии карактеризирани како нови медиуми се дигитални и често имаат карактеристики на манипулираност, интерактивност и вмрежување. Како неколку примери можат да се издвојат Интернетот, веб-страниците и компјутерската мултимедија.

Според Лев Манович, под поимот нови медиуми не се подразбираат телевизиските програми, филмови, книги, весници или други печатени изданија кои имаат содржини кои не дозволуваат интеракција. Тој вели дека дефинициите за новите медиуми мора да бидат ревидирани секои две-три години, а по еден одреден период тие нема да бидат веќе „нови“.[1]

Повеќето од приходите добиени од реклами на традиционалните медиуми драстично паѓаат, додека кај новите медиуми се случува обратен процес. Дури постои и една веб-страница која ја следни смртта на одредени весници.[2]

Според извештајот на Freedom House од 2012 година, новите медиуми и граѓанското новинарство (блогосферата) во голема мера придонеле за револуциите во Египет и Тунис, а исто така и за демократизација на Русија.[3] Дури и во Сирија, каде на странските медиуми им беше забрането да известуваат, обичните граѓани беа во можност да користат мобилни телефони како камери за да ги снимат злосторствата на режимот на Башир ал-Асад, како и на терористичките организации и истите да ги ставаат на интернет страници. Ова покажува дека новите медиуми играат клучна улога во недемократските земји за прикажување на вистинската слика од настанитеи мобилизација на граѓаните против режимите, каде традиционалните медиуми се под контрола на властите или се цензурирани.

Иако Интернет сферата остана надвор од законското регулирање, од 2008 година Република Македонија бележи постојан пад на слободата на изразувањето и на медиумите. Според извештајот на Freedom House од 2016 година, Македонија бележи пад на слободата на медиумите и е ставена групата на земји со предзнакот "неслободни".[4] Ова беше прв пат земјата да се најде во група на неслободни земји, додека во претходните осум години беше во групата на „делумно слободни“.

Новите медиуми имаат услови за да играат клучна улога во креирањето на јавното мислење во Република Македонија. Според податоците на Државниот завод за статистика, во првото тримесечје од 2016 година, 75.3% од домаќинствата имале пристап на интернет од дома, што е за 6% повеќе во споредба со истиот период од 2015 година.[5]

Сепак, онлајн медиумите сеуште не се главен извор на политичкото информирање во земјата. Според анкетата на ИРИ од 2017 година, само 35 проценти од граѓаните се информираат од интернет медиумите, што е за 2% помалку од 2016 година.[6] Ова покажува дека мнозинството од медиумските консументи немаат стекнато доволно доверба кај новите медиуми за да бидат главен извор на информирање кога се работи за политичките случувања во земјата.

1 LevManovich, *New Media FromBorges to HTML*, Cambridge, Massachusetts, 2003

2 PaulGillin, NewspaperDeathWatch, 2008

3 http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/Overview%20Essay.pdf

4 https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/macedonia

5 http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie.aspx?rbrtxt=77

6 http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5_macedonia_slides.pdf

ЗАКОНСКА РАМКА

Онлајн-медиумите не се дел од законското регулирање како посебни медиуми, но исто така се обврзани да ги почитуваат нормативните акти како и останатите актери во сферата на новинарството. Иако постојат иницијативи за регулирање и на овој дел од медиумите кои го користат Интернетот како платформа за нивното функционирање, сепак поголемиот дел од новинарите сметаат дека еден таков чекор би значело обид за воспоставување на цензура или контрола врз единствените медиуми кои останаа слободни во целиот свет – новите медиуми и Интернетот.[7]

Република Македонија ја има усвоено правната рамка за независноста на медиумите во Македонија. Уставот на Република Македонија јасно ги дефинира и гарантира основните слободи и права во областа на јавното информирање. Член 16 од Уставот вели:

„Се гарантира слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата.
Се гарантира слободата на говорот, јавниот настап, јавното информирање и слободното основање на институции за јавно информирање.
Се гарантира слободниот пристап кон информациите, слободата на примање и пренесување на информации.
Се гарантира правото на одговор во средствата за јавно информирање.
Се гарантира правото на исправка во средствата за јавно информирање.
Се гарантира правото на заштита на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање.
Цензурата е забранета."[8]

Со овој член јасно се одредува основата за слободни медиуми, за слобода на изразување како и за нормален развој на истражувачкото новинарство.

Законот за медиумите, пак, во повеќе членови ја гарантира слободата на изразување, информирање, истражување и објавување.[9]

Членот 3 од овој Закон гласи:

> *„(1) Се гарантира слободата на изразување и слободата на медиумите.*
>
> *(2) Слободата на медиумите особено опфаќа: слобода на изразување на мислења, независност на медиумите, слобода на прибирање, истражување, објавување, избор и пренесување на информации во насока на информирање на јавноста, плурализам и разновидност на медиумите, слобода за проток на информации и отвореност на медиумите за различни мислења, уверувања и за разновидни содржини, достапност до информациите од јавен карактер, почитување на човековата индивидуалнот, приватност и достоинство, слобода за основање на правни лица за вршење на дејност за јавно информирање, печатење и дистрибуција на печатен медиум и другите медиуми од земјата и од*

7 http://www.pravdiko.mk/znm-i-efj-protiv-zakonska-regulatsija-na-portalite-i-mediumskite-sodrzhini/

8 http://www.sobranie.mk/WBStorage/Files/UstavnaRmizmeni.pdf

9 http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf

странство, производство и емитување на аудио/аудиовизуелни програми, како и други електронски медиуми, самостојност на уредникот, новинарот, авторите или креаторите на содржини или програмските соработници и другите лица, а во согласност со правилата на професијата.

(3) Слободата на медиумите може да биде ограничена само во согласност со Уставот на Република Македонија.

(4) Издавачот на медиум е самостоен во уредничката политика, односно во спроведувањето на програмскиот концепт на медиумот и истиот одговорен за своето работење согласно со овој и друг закон".[10]

Медиумското претставување за време на изборите и изборните кампањи е регулирано и со Изборниот законик на Република Македонија усвоен на 29 март 2006 година, а изменет во февруари 2014 година. Во Член 76, 77 и 78 се одредуваат правилата и начинот на известување, рекламирање и покривање на изборната кампања од страна на медиумите.[11]

Освен законската регулатива, во Република Македонија постои саморегулативен акт, со кој се одредуваат принципите на однесување и професионалните стандарди на новинарите. Тоа е Кодексот на Здружението на новинарите на Македонија, каде во делот за принципите за однесување, се истакнува:

„Право и должност на новинарите е да настојуваат да ја спречат цензурата и да го спречат искривувањето на вестите. Следејќи ја својата улога во градењето на демократијата и на цивилното општество, новинарите ќе ги бранат човековите права, достоинството и слободата, ќе го почитуваат плурализмот на идеите и ставовите, ќе придонесуваат за јакнење на правната држава и во контролата на власта и на другите субјекти од јавниот живот".[12]

За политиката и влијанието на политичките партии, во точката 14 на Кодексот се вели:

„Известувањето од политичките процеси, посебно од изборите, треба да биде непристрасно и избалансирано. Новинарот мора да обезбеди професионална дистанца од политичките субјекти".[13]

---

10 http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf

11 http://www.sec.mk/files/IzborenzakonikzaWEB1.pdf

12 http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440

13 http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440

Понатаму, во точка 10 на Кодексот се вели дека:

> *„Новинарот нема свесно да создава ниту преработува информации што ги загрозуваат човековите права или слободи, нема да говори со јазикот на омразата и нема да поттикнува на насилство и дискриминација по која било основа (национална, верска, расна, полова, социјална, јазична, сексуална, политичка...)“.*[14]

Кодексот, во точка 13, исто така укажува дека новинарот треба да прави разлика меѓу фактите и мислењата, меѓу веста и коментарот. [15]

Завршните одредби на Кодексот на ЗНМ подвлекуваат дека:

> *„Во согласност со законите на Република Македонија, новинарите ќе го прифатат судот во однос на професијата само од своите колеги и ќе бидат надвор од политичко и друго влијание.“*[16]

ТЕОРЕТСКО-КОНЦЕПТУАЛНА РАМКА

Мониторингот на онлајн медиумите е спроведен согласно целите на проектот „Нови медиуми за стари предизвици“. За потребите на овој проект ќе се направи објективна проценка на онлајн медиумите во Пологошкиот, Скопскиот, североисточениот и југозападниот регион од Република Македонија. Целта е да направи реална анализа на состојбата на онлајн медиумите, со посебен акцент на содржината која ја пласираат и која е клучна за нивното функционирање во медиумскиот пазар.

Позадината на функционирањето на онлајн медиумите ја сочинува една комплицирана ситуација, која е детерминирана од неколку клучни фактори за нивното постоење на медиумскиот пазар. Нивниот развој е брз, иако само пред една деценија нивното присуство во сферата на информирањето беше ограничен.

Токму во 2010 година е спроведено првото истражување на онлајн медиумите во Македонија, а истото било спроведено од страна на Македонскиот институт за медиуми (МИМ).[17] Ова истражување е направено во фаза кога новите медиуми почнуваат да се консолидираат во јавната сфера, па согласно тоа реално го структурира нивното поимање, формата на нивната појава, содржинската категоризација, начинот на функционирање и предизвиците кои се појавуваат во текот на нивниот развој. Ова е прво истражување кое на објективен начин ја отсликува состојбата на онлајн медиумите и новинарството во Македонија и истовремено ја насочува нивната категоризација согласно глобалните теории и концепти за новите медиуми. Несомнено, ова истражување преставува една добра основа за согледување на појавата на новите медиуми во Македонија со сета нејзина комплексност во нивното функционирање и развој.

14 Ibid

15 Ibid

16 Ibid

17 Состојба со онлајн медиумите и онлајн новинарството во Македонија, истражување, МИМ, 2010, Скопје

Сега веќе широко е познато дека онлајн медиумите како светска појава преставуваат една динамична категорија. Нивната појава е проследена со брз ритам на развој, додека нивната рецепција поминува низ многу теоретски и концептуални студии. Присуството на овие медиуми во Македонија во последно време бележи драматичен раст, а во меѓувреме нивното функционирање се одредува од низа фактори, кои го прават комплициран и скоро хаотичен македонскиот медиумски хабитус.

За да се изгради една целосна визија за нивниот развој, во согласност со целите на овој проект и со идејата за да се создаде еден поширок и посодржаен простор на интерактивност со цивилниот сектор и со другите општествени актери, спроведен е овој мониторинг преку кој на објективен начин е прикажана реалната слика за сегашната ситуација на онлајн медиумите во Македонија, односно во четирите региони на земјата.

Македонија не е исклучена од глобалните технолошки трендови во медиумската сфера, кои произведувале безброј онлајн медиуми. Токму врз овој широк спектар на нивното присуство и врз ова голема технолошка трансформација, истражувањето ја поедноставува проблематиката фокусирајќи се само на онлајн-медиумите кои продуцираат новинарски содржини од јавен интерес.

Секако, ова оптика кон онлајн медиумите како специфични ентитети е детерминирана од една поширока концептуална рамка, која е третирана од повеќе светски автори, како што е Лев Манович со неговата книга „Јазикот на новите медиуми“ или пак книгата од група автори „Новите медиуми: еден критички влез“.

Преку мониторингот се осврнавме кон реалноста во Македонскиот пазар на онлајн медиуми, како една појава која од ден на ден зема поголем замав. Следствено на ова, во аспект на концептуално дефинирање сме ги зачувале дефинициите за дневно-информативните портали, познати како „Newsportals“. На овој начин сме ставени во согласност со општата перцепција за онлајн-медиумите, односно за информативните портали.

Задржувајќи се на ова дефиниција, со набљудувавањето на онлајн-медиумите кои продуцираат и дистрибуираат политичко-информативна содржина од јавен интерес и кои имаат одредено влијание во оформувањето на јавното мислење, утврдена е оптиката за третирање на ова проблематика.

МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП

За да стигнеме до објективните резултати за состојбата на онлајн-медиумите во Македонија, во согласност со целите на проектот за унапредување на состојбата на оваа категорија на медиуми, во истражувањето применета е методата на квантитативна и квалитативна анализа. Истовремено, како метода на истражување е користена и анкетата со сопственици и вработени во порталите, составена од отворени и затворени прашања.

За потребите на мониторингот, создадена е матрица со неколку категории за класификација во функција на одредената методологија. Ова матрица ги опфаќа: називот на информативниот портал, датумот на мониторирање, број на наслови објавени во текот на 24 часа, број на оригинални објавени содржини, број на преземени содржини, број на извори во оригиналните содржини, пристапот кон

оригиналните содржини (позитивен, негативен, неутрален), субјектот-ентитетот кон кој се манифестира пристапот на медиумот (партија, институција, функционер), број на лажни вести, транспаретноста на сопственичката структура и уредувачкиот тим, како и присуството на говор на омраза и употреба на дискриминаторски јазик од страна на порталот-медиумот.

Оригиналните содржини се утврдени според три критериуми:

1. Ексклузивноста – појавата на текстот само кај еден медиум;

2. Истакнување – се истакнува дека изјавата, извештајот или друга содржина е производ на одредениот медиум;

3. Прво објавување – текстовите кои униформирано се појавуваат во повеќе онлајн-медиуми, без индикатори за авторството, се карактеризираат како оригинален производ на медиумот кој прв ја објавил содржината.

Согледувајќи ги другите модели, создадовме една поедноставна и пофункционална матрица за мониторирање, преку која би дошле до најпрецизни податоци потребни за проектот. Ова подразбира објективно анализирање на медиумот од квалитативен (количество на содржини, број на извори, број на оригинални содржини итн.) и квантитативен аспект (содржина, пристап, новинарски стандарди и етика, влијание, манипулација итн.).

За мониторинг се одбрани вкупно 14 онлајн-медиуми, земајќи ги предвид регионите во кои гравитираат истите, а се предвидени со проектот, како и јазичните специфики. Истите се избрани според нивното рангирање и според специјализираната интернет платформа Алекса.

Во Скопскиот регион се набљудувани KURIR.MK, PRESS24.MK, A1ON.MK, PORTALB.MK и ALMAKOS.COM.

Во Полошкиот регион се опфатени TETOVASOT.COM, TETOVA1.MK, FLAKA.COM.MK и GOSTIVARPRESS.MK.

Во Североисточниот регион се мониторирани KUMANOVAPRESS.NET и KUMANOVONE-WS.COM.

Во Југозападниот регион се насочивме кон STRUGAPRESS.COM, OHRIDSKY.COM и OHRIDNEWS.COM.

За да се структурира мониторингот во димензиите на уредувачкиот концепт на медиумите, анализирани се само новинарските содржини (текстови) кои се во корелација со јавниот интерес, со политичките партии, функционирањето на институции, на цивилниот сектор и на други актери од јавната сфера.

Целиот процес на мониторирање опфаќа период од една недела, со тоа што мониторингот е започнат на 01.07.2017 и заокружен на 07.07.2017. Сите 14 медиуми се набљудувани со тоа што се обработени сите нивни содржини објавени во текот на 24 часа од секој ден во текот на одредената недела.

Во категоријата на оригинални содржини, преку споредувања со содржините објавени во други онлајн-медиуми, утврдено е кои се оригинални, а кои преземени. Во текот на процесот на набљудување се земени предвид природата на функционирањето на онлајн-медиумите во Македонија како и нивната поставеност во јавната сфера.

РЕЗУЛТАТИ

Од добиените резултати се гледа дека прашањето на авторството на новинарските содржини се појавува како проблематично кај сите набљудувани онлајн-медиуми.

Со самото тоа се создава една појава која е во спротивност од концептот на професионалност и на одговорност, создавајќи погодна подлога за занемарување на професионалната независност и непристрасност. Во текот на еднонеделното мониторирање на 14 онлајн-медиуми, само кај еден медиум е забележан еден потпишан текст од страна на автор. Порталите се водени од праксата да не ги потпишуваат нивните содржини, ниту со иницијали.

Мониторингот покажа дека во текот на една недела сите 14 онлајн-медиуми објавиле вкупно 1902 новинарски содржини, од кои 947 се оригинални, додека 955 се преземени и објавени без да бидат обработени.

Тоа значи дека повеќе од половина од објавените текстови се преземени од други медиуми, без да бидат новинарски обработени. Преземените содржини се појавуваат униформирани, без ниту една разлика кај скоро сите онлајн-медиуми.

Категоријата на изворите кај оригиналните текстови се појавува како следен проблем. Различноста на изворите е начело кое скоро да не се почитува од страна на порталите, при што поголемиот дел од обработените содржини кои се објавени имаат само по еден извор.

Како најприсутен извор на информации се јавуваат партиските соопштенија и тие на државните институции, изјавите дадени за традиционалните медиуми, интервјуата, статусите напишани на социјалните мрежи како и изјави дадени на прес конференции. Има случаи кога од едно дадено интервју на телевизиски канал, како традиционален медиум, се продуцираат од 5 до 7 наслови во еден онлајн-медиум.

Во однос на пристапот кон субјектот-ентитетот за кој се однесува содржината, во овој дел најдобро се забележуваат утврдените уредувачки политики на секој портал. Четири (4) од набљудуваните онлајн-медиуми имаат негативен пристап кон партиите

кои ја сочинуваат централната власт, додека кај други два (2) портали овој пристап е крајно негативен, потпирајќи се само на една политичка партија во опозиција како извор на информации.

Сите обработени содржини од овие медиуми се информации, изјави, соопштенија, дел од интервјуа дадени за други медиуми и останати извори, од кои се гради негативната вест за владините партии.

Кај истите понекогаш се појавува коментар во веста за одредени настани и случувања. Во неколку содржини кај два (2) од набљудуваните портали се приметува лесен позитивен тон при опсервирање на владините партии, додека во останатите содржини е задржана неутралноста.

Позитивниот контекст кај овие медиуми се создава преку фаворизирање на политичките партии од власта, со нивното истакнато присуство во новинарските содржини.

Кај останатите шест (6) набљудувани портали присутен е неутрален пристап кој се базира врз една непристрасна уредувачка политика. Меѓутоа, иако неутрални, сепак и кај овие портали е забележено отсуство на различни извори на информации.

Во текот на седумдневното набљудување, од вкупно 947 оригинални содржини,се евидентирани само четири (4) лажни вести. Овие вести се произведени врз основа на непотврдени приказни или врз извори кои не можат да се сметат за релевантни и веродостојни.

Една од лажните вести се однесува на блокадата на опозициските медиуми од страна на власта[18], една за партиски собир [19], една вест е за наводен секс-скандал [20]и една за наводна случка во македонското собрание. [21]

Транспаретноста на порталите е исто така проблем кој се појавува кај овој вид на медиуми. Од вкупно четеринаесет (14) набљудувани портали, осум (8) се транспарентни при што имаат објавено импресум каде ги има имињата кои ја сочинуваат редакцијата, пет (5) портали се нетранспаретни, додека еден (1) е делумно транспарентен.

18 http://kurir.mk/makedonija/vesti/kako-vo-severna-koreja-blokiran-pristapot-vo-vladata-do-kurir-i-ostanati-kritichki-mediumi-so-rosovite-si-rabotat-foto/

19 http://kumanovapress.net/ne-takimet-e-bdi-se-te-sarajit-anetaret-marrin-pjese-prej-zori-foto/

20 http://kumanovapress.net/seks-skandal-ne-nje-televizion-publik-ne-maqedoni-ja-e-verteta-foto/

21 http://www.tetova1.com/2017/07/05/talat-xhaferi-gatshem-te-rrihet-shilegovin-e-lsdm-se-per-dimovskin-e-vmro-se/

Исто така, евидентирано е и присуство на говор на омраза и дискриминација. Говорот на омраза се забележува во неколку содржини кои имаат политичка позадина. Говорот на дискриминација и омраза е евидентиран кај седум (7) содржини, и тоа во една вест за вработување во владата [22],во вест за ЛГБТ заедницата [23]и во уште една содржина на ова тема.[24]ЛГБТ заедницата е изложена на говорот на омраза и дискриминација и во уште две содржини евидентирани за време на мониторингот.[25][26] Ова појава е забележана и кај една вест која се заснова на слика[27], како и на други содржини кои се појавени во социјалните мрежи, а се евидентира присуство на говор на омраза и дискриминација за ЛГБТ заедницата.[28]

Во текот на набљудувањето евидентирани се четири (4) портали кои имаат ограничен волумен на дневни вести и воглавно се концентрирани на случувањата во одредена општина или регион. Генерално овие портали се понеутрални и во нивните содржини често има повеќе од еден извор.

22 http://kurir.mk/makedonija/vesti/skandalite-se-nizhat-ushte-edno-sorosovo-pero-negatorot-na-mpts-pochna-da-raboti-vo-vladata/

23 http://kurir.mk/makedonija/vesti/soros-novinarkata-biljana sekulovska-bliska-do-zaev-so-navredi-kon-kuranot-i-biblijata-kon-hristijanite-i-muslimanite-kon-alah-i-gospod/

24 http://kurir.mk/makedonija/vesti/sramota-megafonite-na-sdsm-so-zhestoki-napadi-kon-site-zheni-muslimanki-so-marama-alo-be-majstore-drzhish-zabulena-zhena/

25 http://www.almakos.com/bdi-kerkon-zyrtarisht-lejimin-e-martesave-mes-lgbt-afrim-gashi-i-beses-reagon-ashper

26 http://kumanovapress.net/zenka-brenda-bdi-se-grubi-manajllovskit-une-u-desh-ti-mbroj-te-drejtat-e-pederave/

27 http://kumanovapress.net/ahmeti-dhe-xha-brankua-fotografia-me-e-ngrohte-e-skenes-politike-ne-maqedoni-foto/

28 http://kumanovapress.net/plas-gallata-ne-rrjetet-sociale-bdi-dhe-aleanca-me-logo-te-lgbt/

Во спроведената анкета се опфатени вкупно петнаесет (15) претставници на новите медиуми, од кои единаесет (11) работат во информативен портал за вести, два (2) во новинска агенција, еден (1) во агрегатор на вести и еден (1) во забавен информативен портал. (Графикон 1)

Графикон 1

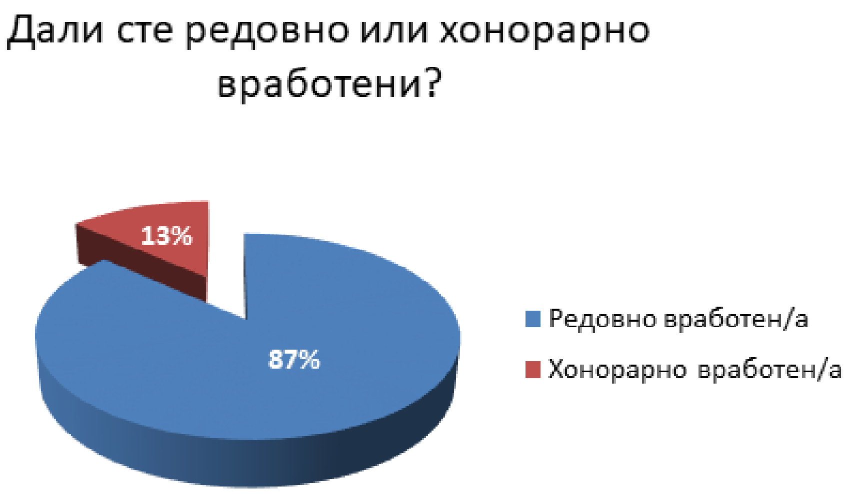
Сите анкетирани одговориле дека имаат новинарско искуство(Графикон 2), при што единаесет (11) од нив одговориле дека имаат над 3 години искуство, двајца (2) од нив имаат искуство од 1 до 3 години и два (2) веб портали одговориле дека имаат неколкумесечно искуство(Графикон 3).

Графикон 2

Графикон 3

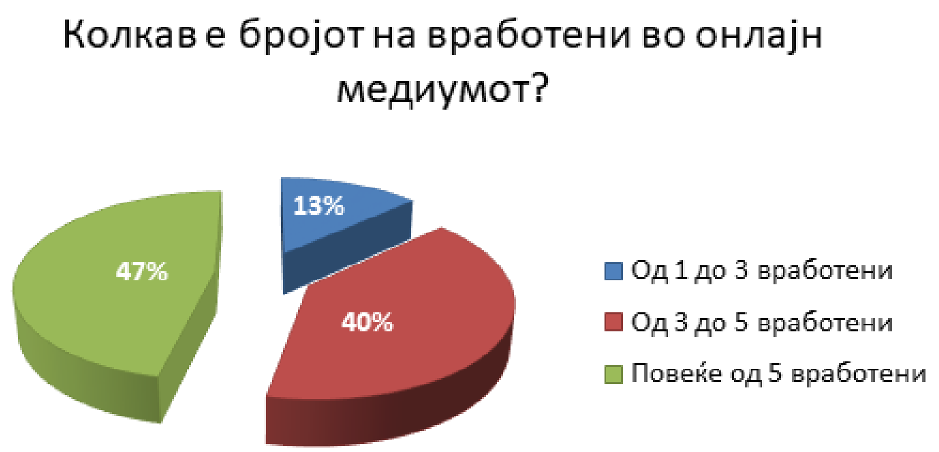
Од анкетираните, тринаесет (13) се во редовен работен однос додека двајца (2) се хонорарно ангажирани(Графикон 4).

Графикон 4



Во седум (7) од анкетираните веб портали бројот на вработени е над 5, кај шест (6) веб портали бројот на вработени се движи од 3 до 5 вработени, додека два (2) портали одговориле дека имаат вработено од 1 до 3 новинари. (Графикон 5)

Графикон 5



На прашањето „дали вашиот веб портал, како и другите постоечките веб портали објавуваат професионални и оригинални содржини и вести?", девет (9) претставници одговориле со „да", четири (4) со „не" и двајца (2) со „не знам". (Графикон 6)

Графикон 6

Повеќето од порталите се изјасниле дека се задоволни од посетеноста која ја имаат. На прашањето „На какво ниво е дневната посетеност на вашите медиумски содржини?“, осум (8) претставници одговориле дека е „на високо ниво“, шест (6) се изјасниле дека е „на задоволително ниво“ додека еден (1) претставник изјавил дека посетеноста е „на ниско ниво“. (Графикон 7)

Графикон 7

Но, на прашањето „Какво е нивото на финансиската само-одржливост на вашиот онлајн медиум?“, седум (7) претставници одговориле со „задоволително“, шест (6) одговориле со „лошо“ и само двајца (2) со „многу добро“. (Графикон 8)

Графикон 8

Мнозинството од анкетираните, односно тринаесет (13) сметат дека интернетот позитивно влијаел врз новинарството, додека двајца (2) одговориле негативно. (Графикон 9)

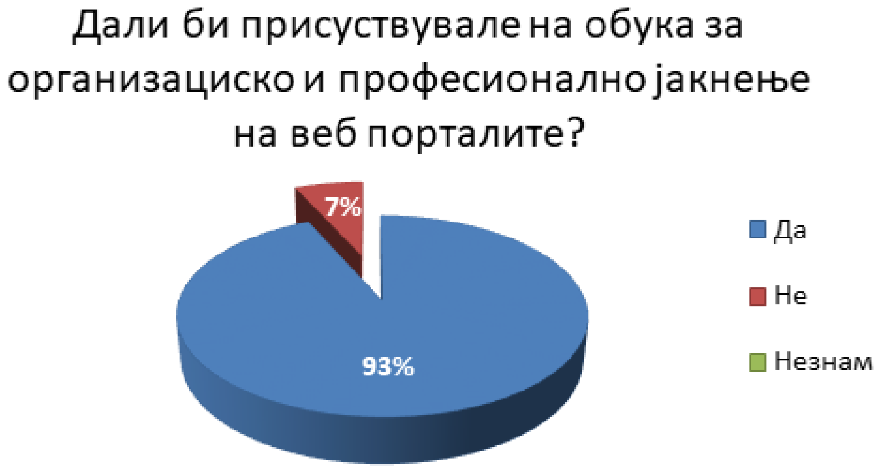
Графикон 9

Во однос на сликата во која се појавуваат онлајн-медиумите пред публиката, анкетираните имаат поделено мислење. Осум (8) анкетирани испитаници одговориле дека се преставуваат со „позитивна слика“ додека седум (7) се изјасниле дека имаат „негативна слика“. (Графикон 10)

Графикон 10

На прашањето „Дали би присуствувале на обука за организациско и професионално јакнење на веб порталите?“, четиринаесет (14) одговориле со „да“ и само еден (1) со „не“.(Графикон 11)

Графикон 11



Анкетираните претставници на веб портали сметаат дека законската регулатива за порталите, професионалноста, квалитетот и независниот пазар на реклами се клучните предуслови за развој на онлајн-медиумите.

„Законска регулатива каде и веб порталите ќе ги имаат останатите права и обврски како и другите медиуми, како и законска процедура за почитување на Закон за авторски и други сродни права“, вели еден од анкетираните.

Друг претставник на онлајн-медиумите смета дека *„подобрувањето на состојбата зависи од повеќе фактори, не може да се објасни во неколку реченици. Би издвоил професионалност, почитување на правилата и упатствата за користење и друго“*.

„Финансиска независност и поврзување со класичните медиуми“, вели новинар во онлајн-медиум опфатен во анкетата.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Општата состојба на порталите е карактеризирана со отсуство на професионален пристап во нивното функционирање. Овој дефект се одразува во скоро сите содржини кои ги произведуваат овие нови медиуми.

За мала нијанса се разликуваат преземените новинарски содржини од други медиуми, кои најчесто се објавуваат без ниту една промена.

Кај оригиналните содржини се приметува отсуство на авторство и на различни извори. Воглавно вестите се соопштенија на политички партии, на институции, со еден извор и без присуство на другата страна.

Кај добар дел од порталите се забележува отсуство на транспаретност, при што не се знае кој е сопственик на медиумот и кои ја сочинуваат редакцијата која продуцира новинарски содржини.

Присуството на лажни вести, на говорот на омраза и дискриминација кон маргинализираните групи е дополнителна девијација од професионалните стандарди и етика во новинарството.

Само кај еден од вкупно четиринаесет (14) онлајн-медиуми кои се мониторирани е евидентирана содржина со потпишан автор од страна на новинарот, додека кај останатиот дел текстовите се објавуваат непотпишани и без преземање на одговорност од страна на авторот. Како практика при работата на порталите се приметува објавување на непотпишани текстови и кога се работи на оригинални или ексклузивни содржини.

Кај поголем дел од порталите се забележува истакнат негативен пристап кој е заснован врз уредувачки концепт составен од партиска пристрасност и еднострaност. Во нивните содржини отсуствува политичкиот плурализам, како клучен елемент од професионалното избалансирно и кредибилно информирање.

Генерално се појавува една недоволно структурирана медиумска реалност, каде често недостасуваат темелните принципи на новинарството, кои подразбираат објективно информирање, професионално известување и функционирање согласно професионалната етика.

Нијансите на уредувачката политика, односно на контекстуализирање на новинарските содржини во прилог на една или против друга политичка партија е еден присутен дефект кој е евидентиран во неколку од набљудуваните онлајн-медиуми. Општо земено, концептите на уредувачката политика на порталите се сиромашни и не се протегаат до реалните новинарски содржини кои обработуваат теми од општ интерес. Повеќето од темите се третираат површински, без навлегување подлабоко во проблематиката која се обработува.

Генерално, порталите имаат еден голем недостаток, а тоа е отсуство на посуштинска интеракција со невладините организации или цивилниот сектор, како и со други актери од јавниот живот.

Партиската оптика, фрагментарноста, појавата „copy - paste", површинското информирање, отсуството на различни извори, нетранспаретноста и недоволната професионална подготвеност создава една бледа слика за онлајн-медиумите, која

ги прави недоволно атрактивни за медиумските консументи во однос на телевизијата како традиционален медиум.

Преземените содржини од другите медиуми создаваат една неатрактивна униформираност која го попречува созревањето на независните концепти на уредувачка политика на порталите.

Сите овие недостатоци се појавуваат како пречка за развој на новите медиуми согласно модерните форми на новинарство кои се развиени во онлајн сферата. Можностите кои ги нудат новите медиуми, како концизност, мултимедиа, интеракција и брзина често се недоволно користени.

БИБЛИОГРАФИЈА

Manovich, Lev, New Media FromBorges to HTML, Cambridge, Massachusetts, 2003

Gillin,Paul,NewspaperDeathWatch, 2008 (http://newspaperdeathwatch.com)

Deutsch Karlekar, Karin and Dunham, Jennifer,Press Freedom in 2011: Breakthroughs and Pushback in the Middle East, Washington, Freedom of the Press, 2012 (https://freedom-house.org/sites/default/files/Overview%20Essay.pdf)

Freedom in the World 2016, Washington, Freedom Hause, 2017 (https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/macedonia)

Користење на информатичко - комуникациски технологии во домаќинствата и кај поединците, Скопје, Државен завод за статистика, 2016 (http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie.aspx?rbrtxt=77)

Macedonia: National Public Opinion Poll, Washington, International Republican Institute (IRI) (http://www.iri.org/sites/default/files/2017-5-5_macedonia_slides.pdf)

ЗНМ и ЕФЈ против законска регулација на порталите и медиумските содржини, Скопје, Правдико, 2017
(http://www.pravdiko.mk/znm-i-efj-protiv-zakonska-regulatsija-na-portalite-i-mediumskite-sodrzhini/)

ОДЛУКАЗА ПРОГЛАСУВАЊЕ НА УСТАВОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА, Скопје, Собрание, 1991 (http://www.sobranie.mk/WBStorage/Files/UstavnaRmizmeni.pdf)

Указ за прогласување на Закон за медиуми, Скопје, Службен весник, 2013 (http://www.avmu.mk/images/Zakon_za_mediumi_mkd.pdf)

Изборен законик (пречистен текст), Скопје, Службен весник, 2014 (http://www.sec.mk/files/IzborenzakonikzaWEB1.pdf)

КОДЕКС НА НОВИНАРИТЕ НА МАКЕДОНИЈА, Скопје, ЗНМ, 2001
(http://www.znm.org.mk/drupal-7.7/mk/node/440)

Состојба со онлајн медиумите и онлајн новинарството во Македонија, истражување, MIM, 2010, Скопје