



**ДИГИТАЛНОТО
НОВИНАРСТВО
И ПОТРЕБАТА ОД
РЕДЕФИНИРАЊЕ
НА ЕТИЧКИТЕ
КОДЕКСИ**

д-р Маја Блажевска Евросимоска

АПСТРАКТ

Дигиталните технологии доведоа до револуција во новинарството и во начинот на којшто функционираат медиумите. Истовремено влијаеја врз промена на навиките на публиката, која, од традиционалните медиуми, мигрираше на интернет-платформите. Дигиталното новинарство, онлајн-редакциите, порталите, социјалните мрежи и останатите интернет-платформи доведоа до тоа вестите да се шират со неверојатна брзина. Во услови во кои секој граѓанин може да објавува информации и фотографии, да се вклучува во живо од која било точка на планетата, а локалните медиуми да имаат можност да објавуваат глобално атрактивни вести и теми, традиционалното новинарство и традиционалните медиуми се соочуваат со огромен притисок. Најпрвин да го приспособат своето работење кон новите околности и да го забрзаат процесот на верификација на информации, фотографии и останатите содржини. Соочени со потребата да ја следат таа брзина, демне опасноста од зголемувањето на негативните појави, како лажните вести, манипулации и спинувања, кои се косат со универзалните етички норми, но можат и погубно да влијаат врз репутацијата на медиумите. Во актуелните околности, треба да се одговори кои се најголемите предизвици во однос на почитувањето на универзалните етички норми во дигиталното новинарство и дали е потребна ревизија и надградба на постојните етички кодекси. Во тој контекст, и дали етичките кодекси на земјите од Западен Балкан ги следат трендовите во земјите кои предводат во однос на слободата на медиумите. За таа цел, направена е споредба на кодексите за етика на петте држави од челните позиции според Индексот за слобода на медиумите на „Репортери без граници“ со етичките кодекси во пет држави од регионот на Западен Балкан.

Клучни зборови: етика, дигитално новинарство, дигитализација, медиуми, новинари

1. ВОВЕД

Наједноставната дефиниција за дигитално новинарство е вклучување на користењето технологија за раскажување приказни, ширење информации на најбрз можен начин, со фокус врз публиката на пазарен начин. Дигиталното новинарство е авангардата на современото известување, спој на традиционалните новинарски принципи и врвната технологија, модерен одговор на барањата на поврзаното општество кои еволуираат.

Тоа бара поседување уникатен сет способности: силни вештини за пишување и известување, вклучување мултимедијални елементи, односно новинарите треба да знаат како да ги креираат и да ги вклучат во своите стории, способност за анализа и интерпретација на податоци, дигитална писменост, познавање начини на оптимизација, односно како да се подобри видливоста и досегот на нивната содржина, вештини за управување со социјални медиуми и известување, снимање, уредување и споделување содржини со помош на мобилни телефони, вештини за ангажирање на публиката, системи за управување со содржина, основно знаење на кодирање, приспособливост, соработка во мултидисциплинарни тимови, вмрежување и управување со проекти.

Најинтензивните промени во новинарството од воведувањето на дигиталните технологии се вртат околу главните карактеристики на “network” новинарството, односно околу хипертекстуалноста, мултимедијалноста и интерактивноста.

Интерактивноста во овој процес подразбира дека корисниците можат да го препознаат својот избор, но и можноста за учество. Како последица на тоа, се поставуваат критични прашања за улогата на новинарството и на новинарот кога корисникот може да избере што ќе види, од која гледна точка, па дури и да соработува во процесот на креирање. Затоа се замаглени границите околу тоа кој е креатор, а кој примател на информациите, но и околу авторитетот во новинарството. Производниот процес на интерактивниот новинарски наратив е високотехнолошки и бара специјализирано знаење на новинарство и дизајн. Од продуцентите изискува да ги разгледаат начините како се вклопуваат во приказната ангажманот на публиката и активноста на корисниците (Хереро, Ван дер Нат, 2023).

Публиката веќе не е маса на пасивни приматели на информации, туку склоп на активни учесници кои се повикани да конструираат значење преку интеракција.

Последните истражувања говорат за тоа како се менуваат навиките на граѓаните во однос на медиумите и платформите на кои претпочитаат да следат вести, да бидат информирани и „вмрежени“. Социјалните медиуми го сменија и начинот на којшто се креираат и се дистрибуираат вестите, а и самите корисници учествуваат во споделувањето и пренесувањето на содржините. За важноста на темата говори и фактот дека 4,95 милијарди луѓе користат социјални медиуми, двојно повеќе во однос на 2015 година. Просечниот корисник на социјални медиуми е вклучен на просечно 6,7 различни медиумски платформи. Просечното време кое еден корисник го поминува на социјалните медиуми дневно е 2 часа и 24 минути. Фејсбук е водечката социјална мрежа, со 3,03 милијарди активни корисници, потоа Јутјуб (2,49 милијарди), Ватсап и Инстаграм, со 2 милијарди.

Важноста на секојдневната употреба на мобилните уреди беше тешко да се предвиди, голем дел од социјалните практики се изменија, но се очекува и дека допрва ќе продолжат да се менуваат. Во тие промени се вклучени и начините каде и какви вести консумираме преку мобилните уреди, но и предизвиците во промената на медиумскиот пејзаж и новите вештини и знаења што треба да се вклучат во студентските програми по новинарство.

2. ЕТИКАТА ВО ДИГИТАЛНИОТ СВЕТ

Етиката во дигиталните медиуми се однесува на различните етички проблеми, практики и норми при онлајн-новинарството, блогирањето, дигиталното фотонинарство, граѓанското новинарство и социјалните медиуми. Вклучува прашања за тоа како професионалното новинарство треба да ги употребува овие „нови медиуми“ за истражување и објавување приказни, но и како да се употребуваат текст и фотографии обезбедени од граѓаните.

Етичното новинарство подразбира новинарство кое е точно и фер, новинарите да се искрени и храбри во процесот на собирање, известување и интерпретирање на информациите. Можно е да се наведат некои нашироко договорени етички принципи и професионални стандарди: вистинитост и точност, независност, непристрасност и правичност, принципот за минимизирање на штетата, односно дејствување во јавен интерес, почитување на правото на приватност, одговорност и корекција кога ќе се откријат грешки.

Етиката останува категорија која е одредена од човековата волја и активност, сепак технологијата има особеност да ги засилува ефектите од човековото однесување и етичко поведење. Степенот на медиумската и политичката култура има големо влијание какви промени предизвикуваат новите технологии. Тоа се, пред сè: наплив на дезинформации и лажни вести, објавување непроверени информации, гласишта и шпекулации, засилување на говорот на омраза и дискриминација, манипулативни визуелни содржини, повреди на приватноста, непочитување на авторските права и злоупотреби на анонимноста (Џигал, 2018).

Точноста, правичноста и одговорноста остануваат основа, за овие вредности не може да се преговара, без разлика на медиумот или технологијата преку која се испорачува новинарството. Иднината на новинарството можеби е дигитална, но овие принципи ќе продолжат да ја водат професијата обезбедувајќи општеството да остане добро информирано. Дел од теоретичарите сметаат дека на етиката во новинарството мора да се гледа во контекст на културата, технологијата и историјата. Новинарите и научниците во голема мера гледаат на новинарските кодекси и принципи како на нешто што го надминува времето и просторот, но етиката во редакциите е тесно врзана со културата во која тие се развиваат и технологијата со чија помош тие се произведуваат.

Етичките принципи не застаруваат, но во време на брзи промени поврзани со технолошкиот развој коишто неминовно влијаеја и влијаат врз новинарството и начинот на функционирање на медиумските редакции, се јавува потреба тие да бидат релевантни и применливи. Важноста на етиката треба повторно да се воведо како концепт во свет во којшто брзо се развива технологијата. Поради појава на редица нови проблеми во јавното информирање, очигледно постои потреба за дополнување на правилата за етичко и професионално работење на медиумите (Џигал, 2018).

Во последните неколку години, најголем предизвик за дигиталното новинарство станува употребата на генерираната вештачка интелигенција во креирање новинарски содржини. Поголеме медиумски организации изготвија или се во процес на изготвување на правилници и насоки како алатките за вештачка интелигенција да се користат во секојдневната работа во нивните редакции.

Во ноември 2023 година, меѓународната организација „Репортери без граници“ и 16 партнерски организации ја објавија Париската повелба за вештачка интелигенција и новинарство, која ги дефинира етиката и принципите кои новинарите, редакциите и медиумите низ светот треба да ги следат и да ги применат во својата работа со вештачката

интелигенција. Како одговор на превирањата кои вештачката интелигенција ги креираше во новинарството, повелбата дефинира десет принципи за зачувување на интегритетот на информациите и на социјалната улога на новинарите. Најважни принципи се дека етиката мора да управува со технолошките избори во медиумите, човекот (човечката агенција) да остане централна во уредничките одлуки и оти медиумите мора да му помогнат на општеството со доверба да направи разлика меѓу автентичната и синтетичката содржина.

Постојат истражувања (Кулс, Диакопулос, 2023) кои сугерираат дека при изработка или ажурирање на упатствата во однос на употреба на генеративната вештачка интелигенција, би било вредно да се прегледаат постоечките кодекси на однесување и новинарски принципи како основа за размислување, како и дали тие принципи може да се почитуваат во услови на поттикнати промени со генеративната вештачка интелигенција. На пример, како употребата на вештачка интелигенција ќе се одрази врз нормативната посветеност на новинарската независност. Употребата на вештачка интелигенција во новинарството претпоставува бројни етички предизвици, посебно во однос на потенцијалот за пристрасност на алгоритмите и недостигот на транспарентност во процесот на донесување одлуки кога се употребува вештачка интелигенција. Заките кои се споменуваат во однос на алгоритмите кои ги напојуваат системите со вештачка интелигенција може да ги засилат постоечките општествени предрасуди, што ќе доведе до дезинформации, дискриминација и штета на маргинализираните заедници (Соморин, Адемола, 2024).

По експлозијата на генеративна вештачка интелигенција на почетокот од 2023 година, мал број редакции имаат објавено етички упатства кои се однесуваат на нејзината примена во новинарството и новинарските редакции. Повеќето од нив се фокусираат врз прашања поврзани со човечкиот надзор на објавените содржини, транспарентност во однос на синтетичкото или човековото потекло на објавената содржина, ограничувањата кои се поставени за новинарите за употреба на вештачка интелигенција, потребата да не се откриваат приватни информации на платформите за вештачка интелигенција, тврдењето за човечка одговорност за секоја објавена содржина, ризикот од пристрасност вграден во алатките за генеративна вештачка интелигенција.

3. ЕТИЧКИТЕ КОДЕКСИ И ДИГИТАЛНОТО НОВИНАРСТВО

За да се идентификуваат главните етички предизвици во дигиталното новинарство, но и за да се открие постои ли потреба од надградба на постојните етички кодекси во изменетите околности во кои функционира новинарството, направена е споредба на етичките кодекси на пет држави кои се наоѓаат на петте водечки позиции на годишниот (2024) Индекс за слободата на медиумите на меѓународната организација „Репортери без граници“ и пет држави од регионот на Западен Балкан.

Целта на светскиот индекс за слобода на медиумите е да се спореди нивото на слобода што го уживаат новинарите и медиумите во 180 земји. Дефиницијата за слобода на медиумите, според „Репортери без граници“ и нивниот панел експерти, е: „Способност на новинарите, индивидуално или колективно, да селектираат, продуцираат и шират вести во јавен интерес, независно од политичките, економските, правните и социјалните влијанија,

и отсуство на закани за нивната физичка и психичка безбедност“. Прашалникот и мапата која произлегува од истражувањето на меѓународната организација се темелат врз пет различни категории на индикатори: политички контекст, правна рамка, економски, социо-културен контекст и безбедност.

Во последното истражување, петте држави кои се наоѓаат на врвот на листата се европски: Норвешка (1 место), Данска (2), Шведска (3), Холандија (4) и Финска (5). Од државите од Западен Балкан, ќе бидат анализирани етичките кодекси во Северна Македонија (36), Црна Гора (40), Босна и Херцеговина (81), Србија (98) и Албанија (99).

Во самиот наслов на етичкиот кодекс наменет за новинарите во Норвешка се наведува дека тој е наменет за сите новинари, од печатените медиуми, радиото, телевизијата и интернет-публикациите. Во однос на препораки кои се однесуваат на дигиталното новинарство, се наведува опасноста дека некои објави и линкови може да водат до други електронски медиуми кои не се во согласност со етичкиот кодекс, затоа врските со останатите медиуми треба да бидат јасно обележани. Се смета за добро однесување во печатот да се информираат корисниците на интерактивни услуги за тоа како публикацијата ве регистрира и како го употребува вашето користење на услугите. Доколку редакцијата одлучи да не ја уредува комуникацијата преку дигиталните канали, тоа треба да биде објавено на јасен начин. Редакцијата има посебна одговорност да ги отстрани деловите кои не се во согласност со етичкиот кодекс.

Во кодексот за етика на новинарите од Данска и законот за одговорност на медиумите во таа земја, нема посебни ставки кои се однесуваат на дополнителни етички правила во однос на дигиталното новинарство. И во кодот на етика на новинарите на Шведска не постојат посебни одредби кои се однесуваат на функционирањето на дигиталните медиуми, меѓутоа во системот на етика во медиумите постои народен правобранител за медиуми, независно самодисциплинско тело, кое постапува по претставки за уредувачката содржина на весниците, списанијата, радиодифузните медиуми и нивните интернет-страници и социјални медиуми. Народниот правобранител за медиуми е истражен орган во процесот и постапува по поплаки од поединци кои се чувствуваат неправедно третирани од медиумите. Системот на саморегулација на шведските медиуми не се заснова врз законодавство, целосно е доброволен и финансиран од четири новинарски организации и четири радиодифузни компании. Овие организации и компании се одговорни за изготвување на Етичкиот кодекс за печатот, радиото и телевизијата во Шведска. И во упатствата на Советот за печат на Холандија се наведува дека основната задача е да се обезбеди рамка за саморегулација врз основа на насоките кои ги опишуваат барањата што треба да ги исполни новинарството.

Препораките во етичкиот кодекс на Финска се однесуваат на сите форми на новинарска работа. Во однос на новинарските содржини кои се објавуваат на интернет, во кодексот наменет за финските новинари постои јасно наведена ставка оти „не е доволно само да се отстрани неточната информација или натпис, туку на јавноста мора да ѝ се каже за грешката, како и за тоа како и кога е направена исправката“. Во октомври 2011 година, усвоен е анекс кон упатствата, кој има обврзувачка улога и се однесува на содржината генерирана од јавноста на интернет-локациите кои ги одржуваат медиумите. Во однос на коментарите на содржините на интернет-страниците, уредниците или операторите треба да користат достапни филтри за да спречат објавување навредлив јазик и несоодветна содржина. Редакциите треба да имаат подготвено правила во случај на објавени коментари во кои е вклучен говор на омраза и навредлива содржина и начин тие коментари да бидат селектирани и да се отстрануваат. Јасна граница треба да постои на интернет-страниците на медиумите помеѓу форумите наменети за јавноста и уредувачката содржина.

Во дел од етичките кодекси од наведените земји од Западен Балкан, исто така постојат посебни одредби кои се однесуваат на функционирањето на дигиталното новинарство, дел од нив за оваа проблематика имаат усвоено насоки кон етичките кодекси кои се однесуваат само за дигиталните медиуми.

Во Кодексот на новинарите на Здружението на новинари на Македонија нема посебни одредби кои се однесуваат на дигиталното новинарство. Во земјата е започната иницијатива за усвојување нов етички кодекс, а во реализацијата на тој проект, освен Здружението на новинари, се вклучени и Советот за етика во медиумите и Македонскиот институт за медиуми. Советот за етика во медиумите во Македонија во 2021 година усвои насоки за етичко известување на онлајн-медиумите, односно примена на кодексот на новинарите во онлајн-сферата.

Во Кодексот на новинарите и новинарките на Црна Гора постојат одредби кои се однесуваат на дигиталното новинарство. На пример, во случај кога новинарите користат информации добиени од социјалните мрежи, веб-блогови и други онлајн-извори, постои посебна потреба за посилна проверка на фактите, на фотографиите и на другите референции. За онлајн-медиумите, посебно е наведена потребата да дефинираат интерни правила поврзани со коментарите на трети лица, а целта е избегнување незаконски и неетички содржини.

Во Босна и Херцеговина, Кодексот за печат и онлајн-медиуми е изведен од постоечките европски стандарди на новинарската пракса и има цел да ги постави основите на системот на саморегулирање во печатот и онлајн-медиумите, којшто се смета за морално обврзувачки за новинарите и уредниците, сопствениците и издавачите на печатените и онлајн-медиуми.

Во Кодексот на новинарите на Србија постојат одредби кои се однесуваат на дигиталните медиуми. На пример, во делот на авторските права, за тешка повреда на кодексот е наведено преземање фотографии од интернет. Постои посебна ставка во однос на коментарите на текстовите што се објавени на интернет-порталите. И во овој случај постои „Саморегулативен кодекс на добра професионална пракса во дигиталното издаваштво на територијата на Република Србија“. Правилата ги пропишува Советот за онлајн издавачи, кои се занимаваат со дигитално издаваштво. Во случај на отстапки од Кодексот, предвидени се санкции кои ги пропишува Советот на онлајн-издавачи, од чијшто состав, во дадениот случај, се иззема издавачот што е предмет на жалбата.

Во 2018 година, усвоена е ревидирана верзија на етичкиот кодекс на новинарите на Албанија, за да може да одговори на новите форми на новинарско изразување кои ги креираше интернетот. Принципите на овој кодекс се применуваат во сите медиуми и новинарски платформи, офлајн и онлајн, вклучително и новинарските содржини кои се шират преку социјалните медиуми и интернет-порталите. Истовремено, објавени се и етичките насоки за онлајн-медиумите кои ги следат меѓународните практики и норми како продолжување на насоките на кодексот кон новите форми на новинарско изразување кои ги креираше интернетот.

Споредбата меѓу етичките кодекси на петте прворангирани држави според Индексот и на петте од државите од регионот на Западен Балкан покажува дека нема голема разлика во нивните содржини. И во едниот и во другиот случај не постојат голем број одредби кои се однесуваат специфично на дигиталното новинарство.

Оние коишто може да применат се однесуваат на идентификување и верификација на изворите на информации, коментирањето и јазикот што корисниците го употребуваат на интернет-порталите и борбата против говор на омраза, начинот на чување и архивирање на објавените содржини. Исто така, се обрнува внимание некои хиперлинкови и објави да

не водат до интернет-локации кои се косат со генералните етичките норми.

И во едниот и во другиот случај нема ревидирање, односно додавање нови одредби кои се однесуваат на употребата на вештачка интелигенција во дигиталните редакции. Оваа ситуација би требала да биде разгледана, со оглед на фактот дека поголемиот број на медиуми и медиумски организации во светот веќе изготвија и применуваат насоки како да се однесуваат кон употребата на вештачката интелигенција во процесот на креирање медиумски содржини. Во случајот со европските држави, оставен е простор за дел од етичките прашања да се пристапува со насоки за саморегулација, а таков е случајот и со земјите од Западен Балкан кои беа анализирани. Во дел од кодексите на европските земји се споменува уредување на начинот на којшто се врши интеракцијата со публиката, транспарентноста во однос на употребата на нивните лични податоци, што не е случај со анализираниите балкански земји. Дobar сигнал е свесноста, посебно во македонскиот случај, за потребата од ревидирање на етичкиот кодекс, како во случајот на Албанија.

4. ЗАКЛУЧОК

Од анализираниите содржини, може да се заклучи дека постои потреба од ревизија на постоечките етички кодекси и ажурирање на упатствата за да соодветствуваат со промените кои се случуваат со револуцијата во употребата на технологијата, но и во употребата на вештачка интелигенција во процесот на креирање и објавување новинарски содржини. Тоа не значи потреба од изготвување нови кодекси, туку надградба на актуелните во областите кои ќе бидат засегнати од револуционерното менување на технологијата и нејзината примена во новинарството. Имајќи го предвид фактот дека употребата на алгоритми и генеративна вештачка интелигенција може да доведе до неконтролирано ширење предрасуди, дезинформации и мисинформации, останува важноста дека дигиталното новинарство мора да ги почитува сите професионални етички норми и основни вредности и принципи на новинарството без оглед на платформата или форматот што се употребува.

Секако, важно е функционирањето на законите и легислативата во средината во која постојат. Брзината со која се објавуваат содржините на дигиталните медиуми во никој случај не треба да се случува по цена на непочитување на етичките правила. Информациите во медиумите мора да се точни, основани, проверени и објавени без сензационализам, без намера некому да наштетат, без оглед на платформата преку која се објавуваат. Треба да се инклузивни, односно да ги вклучат сите неопходни гледишта, независни, транспарентни во однос на методите кои се користат. Онлајн-медиумите треба да имаат предвид дека пренесување содржини од трети страни, без да се потврди нивната веродостојност, може сериозно да го поткопа кредибилитетот на новинарството и да ги повреди правата на интелектуална сопственост.

Најважните предизвици за редакциите, новинарите и медиумските работници и уредниците лежат и во верификацијата на информациите и изворите на вести и одржување на етичките принципи во секојдневното работење. Медиумските работници треба постојано да бидат потсетувани на етичките начела, а за младите новинари да бидат организирани обуки пред да се вклучат во професионалното работење во медиумот.

Промената во начинот на којшто функционираат медиумите и навиките на публиката, освен што ги отвораат дилемите околу почитувањето на етичките стандарди при креирањето на новинарските содржини, го наметнуваат прашањето за сè поголемата неопходност од воведување на концептот на медиумска писменост на сите нивоа во образовниот процес.

Затоа е многу важно и генералната публика, како корисник на овие содржини, да биде запозната со можните стапици и критички да ги користи, и овие премиси да ги има предвид и како корисник на социјалните мрежи и медиуми.

РЕФЕРЕНЦИ:

1. Lopez-Garcia X., Garcia-Orosa B. Digital journalism, from reinvention to constant innovation, Emerging practices in the age of automated digital journalism, (2023) Routledge Research in Journalism
2. Herrero J. Van der Nat R. Blurring and Redefining Boundaries of Journalism in the Production and Reception of Interactive Digital Storytelling, (2023) Springer
3. What is digital journalism? The complete guide <https://aafonline.com/blog/what-is-digital-journalism/> пристапено октомври 2024
4. Perreault G. Ferrucci P. What is digital journalism? Defining the practice and role of the digital journalist, (2020) Digital commons and University of South Florida
5. Somorin K., Ademola O.E. Ethical imperatives in the era of AI journalism: Navigating the intersection of technology and responsibility, (2024) Humanities, management, arts, education, and social science journal vol 12. no. 2 Pp 31-36
6. Silva-Rodriguez A., Vaage Oie K. The role of mobile media in journalism education, Emerging practices in the age of automated digital journalism, (2023) Routledge Research in Journalism
7. Grigorescu A., Baiasu D. Digital ethics in social media, (2023) Lumen proceedings
8. AI and media ethics existing references overview, *AI and media ethics: existing references overview.docx* Reporters without borders, пристапено октомври 2024
9. Social media usage and growth statistics, <https://backlinko.com/social-media-users> accessed July 2024
10. Digital media ethics, Ward JAS, Center for Journalism Ethics, School of Journalism and Mass Communication, University of Wisconsin-Madison, <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> пристапено април 2024
11. Alemayehu Moges M. Media ethics: How digital disruption reshaped ethics and professionalism, <https://whk30.misa.org/media-ethics-how-digital-disruption-reshaped-ethics-and-professionalism/> пристапено април 2024
12. Cools H., Diakopoulos N. Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that (2023) <https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/> пристапено октомври 2024
13. Dzidal S. Greater responsibility or intensified propaganda: Journalistic ethics in the digital age, (2018) Institute of Communication Studies Skopje
14. Professional journalism and self-regulation, new media and old problems in Southeast Europe and Turkey, UNESCO, 2011,
15. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000190810_hrv пристапено јули 2024
16. Lee-Wright P., Philips A., Witschige T., (2012) Changing Journalism, Routledge
17. Social media usage and growth statistics, <https://backlinko.com/social-media-users> пристапено јули 2024
18. Friend C., Singer BJ, Online journalism ethics traditions and transitions, (2007) Routledge

ЕТИЧКИ КОДЕКСИ

1. Code of Ethics of the Society of Professional Journalists, <https://www.spj.org/pdf/spj-code-of-ethics-bookmark.pdf> пристапено јули 2024
2. Code of Ethics of the Norwegian Press <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/vvpl-engelsk/> пристапено октомври 2024
3. A system of media ethics in Sweden <https://medieombudsmannen.se/english/> пристапено октомври 2024
4. Guidelines of the Press Council of the Netherlands <https://research.tuni.fi/ethicnet/country/netherlands/guidelines-from-the-netherlands-press-council/> пристапено октомври 2024
5. Guidelines for Finnish journalists <https://research.tuni.fi/ethicnet/country/finland/guidelines-for-journalists/> пристапено октомври 2024
6. Guidelines for Ethical Reporting in Online Media Outlets <https://semm.mk/nasoki-za-etichko-izvestuvanje-na-onlajn-mediumite/> пристапено октомври 2024
7. Code of Journalists of Serbia https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks_novinara_Srbije.pdf пристапено октомври 2024
8. Self-regulatory code of good professional practice in digital publishing in the territory of the Republic of Serbia https://iab.rs/wp-content/uploads/2014/06/2_samoregulativni_kodeks_dobre_poslovne_prakse_SOIS_IABSERBIA.pdf пристапено октомври 2024
9. Code for print and online media in Bosnia and Herzegovina <https://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2011/04/kodekszastampu.pdf> пристапено октомври 2024
10. Code of ethics of journalists of Albania <https://www.institutemedia.org/wp-content/uploads/2021/02/Kodi-i-Etikes-final-English.pdf> пристапено октомври 2024
11. Code of journalists of Montenegro <https://www.institutemedia.org/wp-content/uploads/2021/02/Kodi-i-Etikes-final-English.pdf> пристапено октомври 2024

ЗА АВТОРОТ



МАЈА БЛАЖЕВСКА ЕВРОСИМОСКА

maja_blazevska@hotmail.com

Маја Блажевска Евросимоска е новинарка, дописничка од Скопје за регионалната телевизија Ал Џазира Балканс. Работела во редакцијата во Сараево како заменик на уредникот на вести. Претходно била дел од редакцијата на македонски јазик на Светскиот сервис на БиБиСи. Докторирала комуниколошки науки на Факултетот за политички науки при Универзитетот во Сараево.