



**САВЕТ
ЗА ШТАМПУ**


Брзо, бесплатно, правично.

Izazovi medijske samoregulacije u digitalnom dobu: Iskustva Saveta za štampu

**Autorke: Tanja Jakobi, Tanja Maksić
Beograd, novembar 2023.**



**#EУ
ЗА ТЕБЕ**



Ovaj izveštaj objavljen je uz finansijsku pomoć Evropske unije. Za sadržinu izveštaja odgovoran je isključivo Savet za štampu i izveštaj ne odražava nužno zvanične stavove Evropske unije.

SADRŽAJ

Izazovi medijske samoregulacije u digitalnom dobu: Iskustva Saveta za štampu.....	1
UVOD	5
KONTEKST	8
Kojim pitanjima se saveti bave?	8
Dokle se prostire nadležnost samoregulatornih mehanizama ?	8
Da li i koliko često menjati kodeks?.....	9
Mediji, digitalni izazovi i pravila.....	11
Preuzimanje i uklanjanje sadržaja.....	11
Transparentnost	12
Automatizacija i personalizacija medijskog sadržaja	12
METODOLOŠKI PRISTUP I METODI ISTRAŽIVANJA	13
REZULTATI	15
Rezultati ankete.....	15
Sociodemografske karakteristike ispitanika	16
Poznavanje uloge i rada Saveta za štampu	19
Etičke dileme i praksa u redakcijama	22
Odnos prema preuzetom, „tuđem“ sadržaju	25
Odnos prema društvenim mrežama	27
Upravljanje privatnim podacima korisnika i korisničkim sadržajem.....	30
Etičke dileme i upotreba veštačke inteligencije	31
Autorsko pravo	33
ODLUKE KOMISIJE ZA ŽALBE: ANALIZA	34
Analiza ishoda rada Komisije	36
Istinitost, odgovornost i privatnost – najčešće povrede kodeksa	40
Posebno interesantni slučajevi.....	41
INTERVJUI - PREDSTAVNICI SAVETA ZA ŠTAMPU	43
Povrede Kodeksa	43
Kapaciteti Saveta	46
Budućnost Saveta	52
INTERVJUI – ZAINTERESOVANE JAVNOSTI	53
Povrede Kodeksa	54

Kapaciteti Saveta	56
Budućnost Saveta	60
ZAKLJUČCI	61
Mesto samoregulacije i kako ga iskoristiti	63
BUDUĆNOST SAVETA - PREPORUKE	66
Unaprediti odnose na medijskom zajednicom	66
Unaprediti odnose sa civilnim sektorom, akademskom zajednicom i građanima	66
Ojačati unutrašnje kapacitete Saveta	67
Ojačati veze osnivača i Saveta za štampu	67
Razviti metodologiju za unapređivanje i uvođenje smernica u oblasti onlajn medija.....	67
LITERATURA.....	69
ANNEX 1	71

Izazovi medijske samoregulacije u digitalnom dobu: Iskustva Saveta za štampu

UVOD

Pojava Interneta i informacionih tehnologija unela je dramatične promene u način funkcionisanja medija. Od 80-tih godina prošlog veka do danas, mediji neprestano eksperimentišu sa novim poslovnim modelima, načinima organizovanja rada u redakcijama i tehnikama proizvodnje i distribuiranja medijskih sadržaja. Mnogi mediji širom sveta, uključujući i srpske, danas preispituju upotrebu veštačke inteligencije, i/ili najavljuju njeno intenzivno korišćenje u generisanju tekstualnog i vizuelnog sadržaja, upravljanju prikazivanjem medijskih sadržaja, uopšte ili u skladu sa karakteristikama čitalaca, u navođenju čitalačkog interesa i u komunikaciji sa publikom. Ovakve promene mogle bi uticati na gubljenje velikog broja radnih mesta u medijskoj industriji, ali i na pojavu novih izazova u poštovanju profesionalnih etičkih pravila.

O obimu i intenzitetu ovih promena u medijskoj industriji nedovoljno se zna. Uvidi evropskih medijskih saveta upućuju na to da se u medijima tek pomalo eksperimentiše sa upotrebom veštačke inteligencije ili korišćenjem proširene realnosti (augmented reality) odnosno dopunjivanjem korisnikovog viđenja sveta pomoću računarski proizvedenog teksta, slike ili zvuka. Ovi tehnološki posredovani sadržaji su ponekad tako uverljivo oblikovani da oko i uho običnog konzumenta vesti nije u mogućnosti da otkrije da li je reč o stvarnom događaju ili ne, ukoliko on nije jasno obeležen. Neki istraživači, poput Laurija Hapanena sa Univerziteta u Juvaskilu, u Finskoj tvrde se mediji u razvijenim evropskim ekonomijama u velikoj meri oslanjaju na automatizaciju vesti, ali oklevaju da o tome javno govore jer se boje osude čitalaca ili ne žele da konkurenciji otkriju svoje tajno oružje za osvajanje tržišta (Haapanen, 2019). S druge strane, saveti za štampu se ustežu da budu strogi policajci i preterano kontrolišu medije da ne bi zaustavili njihovu modernizaciju bez koje nema ni njihovog opstanka (Haapanen, 2019).

Neke od promena koje je u medijskoj industriji proizvela digitalizacija jasno su vidljive i detaljno istražene, kao što je, na primer, promena pristupa novinara u oblikovanja i merenju uspeha medijskih sadržaja. Danas, vrlo često, vesti imaju zavodljive naslove koji pozivaju čitaoce da „kliknu“ na njih da bi potom shvatili da između naslova i sadržaja nema nikakve veze ili, još gore, da je reč o poluvestima koje su zasnovane na neovlašćenom preuzimanju privatnih podataka građana, ili na igranju na kartu strahova čitalaca, kao što je to sve češće slučaj u izveštavanju o klimatskim promenama. Neki mediji eksperimentišu sa proizvodnjom sadržaja u kojima uz pomoć tehnologije političari, lekari ili obični ljudi izgovaraju rečenice koje u realnosti nikada nisu izrekli, čemu smo imali prilike da nedavno svedočimo i u srpskim medijima.

Gotovo neograničena mogućnost multiplikacije lažnih, iskrivljenih ili vesti koje sadrže dramatične povrede ljudskih prava, vraća se društvima kao bumerang i, u odsustvu snažnih regulatornih i samoregulatornih mehanizama, može dovesti do trajne viktimizacije žrtava ili do povećanja nivoa agresije i netrpeljivosti u društvu.

Društva, odnosno države i njihova regulatorna i samoregulatorna tela i javnost nisu, međutim, nemoćni posmatrači ili žrtve prepuštene milosti novih tehnologija, već aktivni učesnici u oblikovanju pravila njihove upotrebe i određivanju poželjnih društvenih ishoda koji nastaju njihovim korišćenjem. O tom prostoru za delovanje svedoče prakse saveta za štampu u Evropi, privrženost medija etičkim standardima novinarske profesije u digitalnom okruženju i angažovanje šireg kruga aktera, uključujući i čitalačku publiku i javnost u celini, da neprihvatljive medijske prakse budu odbačene, o čemu ćemo sažeto govoriti u ovom tekstu. Jačanje samoregulatornih tela, kakvi su saveti, ne samo da ima blagotvoran uticaj na minimizaciji ovih praksi, već i na širenje prostora medijskih sloboda, posebno u onim zemljama u kojima presude sudova mogu ozbiljno da naštetu ugledu i poslovnim rezultatima medija (Harder, Knapen, 2019).

Cilj ovog istraživanja jeste da analizira kako na rad novinara utiču promene u digitalnoj sferi i kako se oni prilagođavaju novim etičkim izazovima. U tom kontekstu, u ovom istraživanju ispitivana su postojeća znanja novinara i drugih relevantnih aktera o medijskoj etici i samoregulaciji, etičke dileme sa kojima se susreću mediji i načini na koje ih prevazilaze, njihovo poznavanje Kodeksa novinara Srbije, etički izazovi koji proističu iz digitalizacije i pojave Interneta, kao i karakteristike digitalnog pejzaža uopšte i uloge Saveta za štampu kao samoregulatornog tela, koje pomaže medijima da se sa ovim izazovima suoče. Cilj istraživanja jeste da se, na osnovu ispitivanja svakodnevnih praksi i izazova koji nastaju u digitalnom okruženju, Savetu za štampu pruži podrška u prilagođavanju izazovima digitalnog doba.

Polaznu tačku u koncipiranju radu na ovom tekstu, kako u metodološkom tako i u sadržinskom smislu, predstavljala je serija istraživanja sprovedena za potrebe evropskih saveta za medije u okviru projekta "Saveti za medije u digitalnom dobu"¹ (*Media Councils of the Digital Age*). Upoznavanje sa praksama evropskih saveta za štampu bilo je takođe dobar orijentir za sagledavanje dosadašnjih napora Saveta za štampu da pomogne medijima da poštuju Kodeks u digitalnom okruženju² i odgovore na izazove sa kojima su se susreli.³

Istraživačka pitanja prilagođena su specifičnim okolnostima srpskog društvenog i medijskog konteksta koji karakterišu brojne povrede kako samog Kodeksa tako i smernica za rad medija u digitalnom okruženju.⁴ To su sledeća pitanja: 1) Koje društvene okolnosti dominantno utiču na odnos medija prema poštovanju Kodeksa novinara Srbije uopšte i u onlajn okruženju? 2) Koliko je Savet za štampu uspešan u promovisanju poštovanja profesionalnih etičkih standarda i sa kakvim izazovima se susreću njegovi članovi? i 3) Koji su pristupi i metodi na raspolaganju Savetu za štampu i drugim akterima u promovisanju odgovornog novinarstva u budućnosti?

Istraživanje se oslonilo na mešovite metode koji uključuju anketu sa novinarima, analizu odluka i zapisnika Komisije za žalbe Saveta za štampu i intervju sa akterima koji oblikuju medijsku scenu u Srbiji, a među kojima su novinari, predstavnici medijske industrije, akademske zajednice, Saveta za štampu i donatora koji su aktivni u podršci medijskoj zajednici. Istraživanjem su obuhvaćeni mediji koji prihvataju nadležnost Saveta za štampu i oni koji to ne čine. Takođe, konsultovana je odabrana literatura koja je poslužila za prikaz evropskih i domaćih praksi saveta za štampu.

Polazna tačka u formulisanju pitanja u anketi i intervjuima i izboru tema za analizu sadržaja odluka Komisije za žalbe Saveta za štampu bila je već pomenuta serija evropskih istraživanja na ovu temu. Implicitna pretpostavka od koje smo pošli jeste da normiranje i prakse medijske etike predstavljaju rezultat međusobnog uticaja

¹ Vidi na primer sledeće publikacije u toj seriji Harder, R., & Knapen, P. (2019). *Media Councils in the Digital Age An inquiry into the practices of media self-regulatory bodies in the media landscape of today*, Juntunen L, (2022) *Digital Challenges to Ethical Standards in Journalism – responses and needs of European media councils*, Masip P., Suau J. & Ruiz C (2022) *Media Councils in the Digital Age. Survey results: Research report*, Hanot M (2022), Puertas & Vural I (2023) *The Media Councils Debates Facing the Challenges of the Digital Age, Renew the Code of Ethics, self-regulation, or what else?* i Haapanen L, (2020) *Media Councils And Self-Regulation in the Emerging Era of News Automation*. Detalji o projektu i lista svih objavljenih istraživanja dostupna je na sledećem websajtu <https://presscouncils.eu>. Ovom serijom istraživanja, zbirno su obuhvaćene i prakse našeg Saveta za štampu.

² Primer takvog istraživanja jeste publikacija „Analiza primene smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju u 70 medija“ (2018). Takođe Savet za štampu je 2021. sproveo istraživanje „Da li mediji u Srbiji imaju interne novinarske kodekse (2021)“

³ Savet za štampu osnovan je 2009. godine i formiran je zajedničkim naporima četiri organizacije: Asocijacije medija, Asocijacije nezavisnih lokalnih medija "Lokal Press," Udruženja novinara Srbije (UNS) i Nezavisnog udruženja novinara Srbije (NUNS). Savet za štampu ima specifičan mandat, a to je praćenje primene Kodeksa novinara Srbije u vezi sa štampanim, onlajn medijima i novinskim agencijama. Takođe, ono pruža Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju, koje se odnose na onlajn medije. Savet za štampu okuplja izdavače štampanih i onlajn medija, kao i novinske agencije i profesionalne novinare. Centralna komponenta Saveta je Komisija za žalbe, koja se bavi pritužbama na povrede Kodeksa novinara.

⁴ Vidi izveštaje o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije <https://savetzastampu.rs/monitoring/>

društvenih aktera i tehnologija i da u velikoj meri zavise od specifičnog društvenog i vrednosnog konteksta (Ward, 2020).

U analizi rezultata posebna pažnja posvećena je pitanjima povlačenja sadržaja koji sadrže govor mržnje i elemente diskriminacije, a koji dominiraju u dosadašnjim primerima povrede Kodeksa u digitalnom okruženju⁵ i pitanju prava na zaborav u slučajevima kontinuirane viktimizacije žrtve. Ovo stoga jer su među primerima kršenja Kodeksa posebno učestali oni koji predstavljaju povredu prava na privatnost dece i/ili žena a koji će se doživotno suočavati sa posledicama objavljivanja neetičkih medijskih sadržaja o njima.⁶ Ovde posebno ističemo medijsko izveštavanje o masovnom ubistvu u beogradskoj osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ u maju 2023. godine, kada je jedan od učenika ove škole ubio devetoro dece i čuvara škole. Daljoj eskalaciji nasilja, ali i daljem kršenju prava na privatnost i drugim prekršajima etičkog Kodeksa novinara, svedočili smo svega dva dana kasnije, kada je nakon ubistva u Ribnikaru, počinjeno novo masovno ubistvo u okolini Mladenovca.

U upitnicima i u analizi rezultata je učinjen napor da se posebno sagledaju savremene prakse primene veštačke inteligencije u medijima i kapaciteti Saveta za štampu da prepozna i reaguje na kršenje Kodeksa koje proizilazi iz upotrebe ove i drugih tehnologija.

Tekst je podeljen u sedam delova. U prvom delu, izložen je pregled postojećih praksi evropskih saveta i našeg Saveta za štampu i njihova nastojanja da se prilagode izazovima koje donosi digitalizacija. Ovaj deo predstavlja opšti kontekst istraživanja i osnovu za kasniju diskusiju rezultata. U drugom odeljku je izložen metodološki pristup i metode istraživanja, a u trećem, odeljku su prikazani rezultati istraživanja u svetlu postavljenih istraživačkih pitanja. U četvrtom odeljku je izložena diskusija nalaza, a u petom preporuke. U šestom delu je literatura. U sedmom delu je aneks sa pitanjima iz ankete.

Rezultati istraživanja ukazuju da u Srbiji, politički akteri i vlasnici medija često reinterpetiraju granice slobode medija, težeći da ostvare političke ciljeve i poslovne interese pritom ignorišući osnovne postulate novinarskog Kodeksa.

Ovakvi izazovi posebno dolaze do izražaja u ekstremnim situacijama, gde mediji često zanemaruju profesionalne standarde zarad senzacionalizma. Ovo otkriva potrebu za jačanjem svesti u društvu o važnosti profesionalnih etičkih standarda i potrebom da se mediji odupru pritiscima koji vode kršenju tih standarda.

Pored toga, istraživanje pokazuje da mediji, kako u tradicionalnim, tako i u onlajn medijima krše Kodeks iz neznanja, želje da objave informaciju pre konkurenata ili usled nedoumica o tome kako pristupiti nekom specifičnom pitanju. Novinari rešavaju ovakve nedoumice konsultujući Kodeks ili digitalne smernice, ili u direktnom kontaktu sa članovima Saveta za štampu, ali postoji potreba za jasnijom saradnjom medija i Saveta, posebno u situacijama u kojima ne postoji prethodno iskustvo delovanja.

U preporukama se ukazuje na potrebu za unapređenjem samoregulacije, jačanjem kapaciteta građana i nevladinih organizacija za podnošenje žalbi, te aktivnijim učešćem Saveta u javnim debatama i jačim prisustvom u medijima. Osnivači Saveta, kao ključni akteri, trebalo bi da podrže ovaj proces, posebno u suočavanju s etičkim izazovima koje donose nove tehnologije.

Takođe, ističe se da bi država mogla da pruži značajan podstrek jačanju samoregulacije insistiranjem na doslednoj primeni člana 24. Zakona o javnom informisanju i medijima u kojem se kao jedan od kriterijuma za ocenu projekata i dodelu budžetskih sredstava navodi i odnos medija prema poštovanju profesionalnih etičkih standarda.

⁵ isto

⁶ O ovome će biti reči u analizi odluka i zapisnika Komisije za žalbe Saveta za štampu

U istraživanju se posebno sugerše kao poželjno pokretanje razgovora s medijskom zajednicom, ekspertima i vodećim globalnim pretraživačima o mogućnostima trajnog uklanjanja sadržaja koji predstavljaju ekstremne primere kršenja dostojanstva žrtava.

KONTEKST

Saveti za medije i štampu funkcionišu u različitim društvenim i institucionalnim kontekstima, imaju različitu istoriju, intenzitet i opseg delovanja i različite resurse koje im stoje na raspolaganju. U kontekstu ciljeva istraživanja, u ovom poglavlju koncizno su prikazani pristupi i prakse evropskih i saveta u okruženju, u pristupanju izmenama kodeksa, donošenju smernica i širenju domena svog rada.

Kojim pitanjima se saveti bave?

Medijski saveti u različitim zemljama imaju različite mandate koji se mogu podeliti u nekoliko grupa. Neke organizacije se pretežno bave promovisanjem samoregulacije unutar medijske industrije, kao što to čine saveti u Albaniji i na Kosovu, dok se većina saveta bavi rešavanjem žalbi pojedinaca i institucija na sadržaje medija, kao što to čini i naš Savet za štampu. Neke organizacije u opisu svog posla imaju i promovisanje slobode štampe i zaštitu javnog interesa, kao što su to saveti u Nemačkoj, Irskoj i Švedskoj. Drugi, kao što su britanski Impress i IPSO, imaju mogućnost kažnjavanja medija odnosno održavaju liniju za uzbunjivače, dok oko 10% njih izdaje novinarske legitimacije. Ovi raznoliki ciljevi demonstriraju različite uloge koje medijski saveti igraju u podsticanju etičkog novinarstva, rešavanju pritužbi i zaštiti slobode medija u svojim zemljama.

Dokle se prostire nadležnost samoregulatornih mehanizama ?

Većina saveta ili komisija za štampu u zemljama članicama Evropske unije, zemljama kandidatima i potencijalnim kandidatima⁷ bavi se nadzorom nad poštovanjem etičkih standarda u tradicionalnim štampanim medijima i njihovim elektronskim izdanjima i na veb-sajtovima koje karakteriše urednička pažnja (oko 97%). Rad nekih saveta proteže se na medijske sadržaje na radiju i televiziji (oko 68 %) veblogove (video-dnevnik) koje proizvode medijske kuće ili nezavisni blogeri (oko 74 %), podkaste koje proizvode medijske kuće ili nezavisni kreatori sadržaja (oko 74%), knjige iz oblasti dokumentarne književnosti (20%), objave medijskih kuća na društvenim mrežama (89.5%), objave pojedinačnih novinara na društvenim mrežama (44.74%), komentare korisnika na veb-sajtu medijske kuće, ili njihovu moderaciju (55.26%), komentare korisnika na društvenim mrežama medijske kuće ili njihovu moderaciju (47.37%) i sadržaje koje proizvode novinske agencije, čak i ako taj sadržaj nisu preuzeli drugi mediji (Harder, & Knapen, 2019).

Opseg aktuelnog delokruga rada saveta zavisi od njihovih kapaciteta, finansijskih sredstava, ali i razumevanja svoje misije. Neki saveti daju sebi fleksibilan prostor za preispitivanje da li neki sadržaj smatraju novinarskim, pogotovo ako govorimo o sadržaju na društvenim mrežama. Tako, pitanje da li će privatni nalog nekog urednika ili novinara biti uzet u razmatranje zavisi od toga koliko eksplicitno novinar otkriva svoje zanimanje na svom profilu i da li se njegov lični nalog može lako povezati sa novinarskim brendom (Juntunen, 2022. str.11). Drugim rečima, saveti odnosno njihove komisije, daju sebi slobodu da kada prime pritužbu, odluče da li je sadržaj na koji se odnosi žalba medijski sadržaj koji je u domenu njihovog rada. Nasuprot tome, neki saveti smatraju da bi preveliko širenje nadležnosti moglo oslabiti njihovu oštricu i da upuštanje u odlučivanje da li je tvit nekog urednika novinarski sadržaj ili ne postavlja pred savete pretežak i nepotreban teret i vodi ka arbitrarnosti (ibid). Navedeni primer, samo je jedna u nizu dilema na koje saveti imaju različite odgovore.

⁷ U odeljku Kontekst korišćeni su nalazi iz dve studije Harder, R., & Knapen, P. (2019). Media Councils in the Digital Age An inquiry into the practices of media self-regulatory bodies in the media landscape of today i Juntunen L, (2022) Digital Challenges to Ethical Standards in Journalism – responses and needs of European media councils. Statistički podaci koji prate ove studije dostupni su na sledećem linku <https://www.presscouncils.eu/new-dataset-and-report-on-the-state-of-media-councils/>

Istovremeno ovo je ilustracija činjenice da, iako su osnovni etički principi novinarske profesije u svim pomenutim zemljama veoma slični, njihove smernice i preporuke o poštovanju ovih pravila u digitalnom okruženju, variraju.

Opseg delovanja Saveta za štampu u Srbiji odnosno Komisije za žalbe definisan je članom 15. Statuta u kojem se kaže da je Komisija nadležna da rešava žalbe ovlašćenih podnosilaca⁸ povodom sadržaja objavljenih u štampanim medijima i njihovim izdanjima na svim platformama, na informativnim portalima i u novinskim agencijama.⁹

Da li i koliko često menjati kodeks?

Neki kodeksi stariji su od pola veka, a neki su nastali tek nedavno, sa idejom da odgovore na pojavu novih platformi i formi novinarstva (Juntunen, 2022.), i često se naslanjaju i dalje razrađuju pravila u već postojećim kodeksima i smernicama.¹⁰ Saveti koji se staraju o njihovom inoviranju značajno se razlikuju u stavovima o tome da li kodekse treba menjati i kako, to jest, da li treba zadirati u njihov osnovni sadržaj ili se treba ograničiti na pisanje smernica ili priručnika koji novinarima pružaju putokaz kako da usklade svoj način rada sa izazovima koji dolaze iz digitalne sfere. Kodeks novinara Srbije usvojen je 2006. godine¹¹, a novinarska udruženja su ga 2013. godine dopunila odredbama o sprečavanju korupcije i sukobu interesa.¹² Savez za štampu, čija je istorija kraća od istorije postojanja Kodeksa (osnovan je 2009. godine), je u rasponu od pet godina, odnosno 2016. i 2021. godine usvojio dva izdanja smernica za rad medija u digitalnom okruženju.¹³ koje prate poglavlja Kodeksa.

U evropskoj praksi saveta ne postoje razrađena uputstva o tome kako treba pristupiti promenama kodeksa (i smernica), te saveti ovom poslu prilaze na različite načine. Neki od njih imaju komisije koje se sastaju u redovnim intervalima da bi diskutovale o potrebi za promenama, drugi se, poput našeg Saveta za štampu, odlučuju za promene kad se kroz rad novinarskih udruženja, rad Komisije za žalbe Saveta za štampu ili kroz širu medijsku debatu nametne potreba za regulisanjem određene oblasti koja je ostala nepokrivena. Pojedini saveti, kao što je to 2020. godine učinio britanski savet, organizuju široke javne rasprave u kojima može da učestvuje svaki pojedinac i organizacija bez obzira da li ima direktnih dodira sa medijskom industrijom (Impress, 2022.), dok se drugi ograničavaju na uži krug medijskih poznavalaca.

Vrlo često, saveti koncentrišu svoje napore na posebno neuralgične tačke, kao što je na primer poštovanje podataka o ličnosti u izveštavanju o maloletnicima, zločinima ili samoubistvima, (Harder & Knapen, 2019.) prenošenje i proizvodnja lažnih vesti (fake news) (Tuneva, 2022), ili moderacija komentara (Share, 2018). U ovom istraživanju je, kao što je već rečeno, poseban akcenat stavljen na posledice brojnih kršenja prava na privatnost dece i žena žrtava nasilja u kontekstu retraumatizacije žrtava.¹⁴

⁸ Žalbu može da podnese osoba ili pravno lice na koje se tekst odnosi, član Komisije za žalbe ili organizacije koja se bavi zaštitom ljudskih prava.

⁹ Statut udruženja „Savet za štampu“, član 19, 30.10.2020. godine <https://savetzastampu.rs/lat/dokumenta/statut/>

¹⁰ Takav je slučaj sa našim Kodeksom Asocijacije onlajn medija iz 2017.godine <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2017/06/Kodeks-Asocijacije-onlajn-medija.pdf>

¹¹ Kodeks novinara Srbije https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks_novinarar_Srbije.pdf

¹² Isto

¹³ Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (2016.) i Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0 (2021.) <https://savetzastampu.rs/lat/publikacije/smernice-za-primenu-kodeksa-novinarar-srbije-u-onlajn-okruzenju-2-0/>

¹⁴ Vidi na primer tekst „Silovanje nije ekskluziva, poručile aktivistkinje sa protesta u Beogradu“, Slobodna Evropa, datum objave 28.09.2022 <https://www.slobodnaevropa.org/a/protest-informer-silovatelj-intervju-srbija/32056470.html> posećeno 22.09.2023. i tekst „Porodice ubijenih u 'Ribnikaru' uputile apel medijima zbog načina izveštavanja“, Slobodna Evropa, datum objave 22.08.2023. <https://www.slobodnaevropa.org/a/ribnikar-zahtevi-roditelji-mediji/32559040.html> posećeno 22.09.2023.

Savremene rasprave nisu uvek usmerene na promene kodeksa koje su u vezi sa digitalizacijom. Britanska debata obuhvatala je teme onlajn novinarstva, tačnosti, uznemiravanja, diskriminacije, javne bezbednosti, tretmana dece i fer izveštavanja. U intervjuima sprovedenim u ovom istraživanju takođe su provejavale ideje za unapređenje smernica kako onih u vezi sa digitalnim okruženjem tako i sa osnovnim principima Kodeksa.¹⁵ U slučajevima kada su potrebne brze izmene, saveti se najčešće odlučuju za davanje preporuka i smernica jer za razliku od izmena kodeksa koje traže temeljne pripreme i dugu debatu, preporuke ili smernice se mogu lakše inovirati i kasnije revidirati ako se za tim ukaže potreba (Juntunen, 2022.),

Rešenja u zakonodavnoj oblasti mogu da sužavaju prostor za samoregulaciju (Harder & Knapen, 2019.) ili da utiču na jačanje ugleda i opseg delovanja samoregulatornih tela. Otuda su ponekad izmene smernica predmet ubrzanog rada da bi se preduhitrio zakonodavac i odbranio prostor slobode delovanja medija, kao što je to bio slučaj u Severnoj Makedoniji (Juntunen, 2022.), Povremeno, zakonodavne promene i promene smernica idu ruku pod ruku. Takav je slučaj na primer sa Zakonom o autorskim i srodnim pravima koji je u Srbiji više puta inoviran¹⁶, a koji se dobro uklapa sa najnovijim izdanjem Smernica iz 2021. godine, koje se takođe dosta detaljno dotiču zaštite autorskih prava u medijima.

U kontekstu ovog predloga javne politike posebno su zanimljive inicijative Vlade Republike Srbije u vezi sa unapređenjem projektnog sufinansiranja medijskog sadržaja u Srbiji, a koje se tiču Saveta za štampu i poštovanja Kodeksa. Naime, u članu 18. Pravilnika o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja napravljen je pokušaj da se ojača uloga samoregulacije time što su propisani kriterijumi za procenu podobnosti medija da ostvari javni interes, uključujući ovde i njegovu doslednost u poštovanju profesionalnih i etičkih standarda¹⁷, Ova mera imala je za cilj jačanje uloge Saveta za štampu putem davanja prednosti onim medijima koji se pridržavaju Kodeksa novinara, što se meri kroz manji broj izrečenih sankcija¹⁸. Na žalost, brojna istraživanja pokazala su da je Pravilnik u ovom delu bio višestruko kršen i da su na konkursima nagrađivani mediji koji su višestruki, teški prekršioc Kodeksa, u čemu su u velikoj meri učestvovali i državni organi.¹⁹ U trenutku sprovođenja istraživanja i pisanja izveštaja u opticaju su bile različite inicijative za promenu Zakona o javnom informisanju i medijima koje bi mogle da imaju uticaja na poštovanje Kodeksa i poziciju Saveta za štampu, a koje mogu imati veoma različite, kako pozitivne tako i negativne, reperkusije po poštovanje profesionalnih etičkih standarda u Srbiji.²⁰ O tome su govorili i ispitanici obuhvaćeni ovim istraživanjem.

Zakon o javnom informisanju i medijima je, u međuvremenu, usvojen, a Savet za štampu je ovim zakonom obuhvaćen u članu 24. koji se odnosi na kriterijume za ocenu projekata i u kom se navodi da će institucije koje raspisuju javne konkurse za dodelu budžetskih sredstava pribavljati podatke samoregulatornog tela, za štampane i onlajn medije, te tako utvrđivati da li je konkretni medij prekršio standard profesionalne etike.

Naposletku, i svakako ne na poslednjem mestu, uticaj saveta na prihvatanje kodeksa i inoviranih etičkih normi koje se tiču digitalnog okruženja u potpunosti zavisi od volje samih medija da ih primenjuju (Harder & Knapen,

¹⁵ Intervju, član Komisije za žalbe Saveta za štampu 3.08. 2023.

¹⁶ Posle izmena iz marta 2019. godine "Sl. glasnik RS", br. 104/2009, 99/2011, 119/2012, 29/2016 - odluka US i 66/2019 tekst zakona je ponovo u fazi inoviranja <https://www.privreda.gov.rs/sites/default/files/documents/2023-01/OBRAZLOZENJE%20NACRTA%20ZAKONA.pdf>

¹⁷ Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja član 18. ("Službeni glasnik RS", br. 16/16, 8/17 i 6/23)

¹⁸ Isto

¹⁹: Za detaljnije informacije vidi Izveštaj Sufinansiranje medija koji krše etičke standarde 2019-2021. koji sumira nalaze različitih organizacija I baza podataka <https://savetzastampu.rs/lat/wp-content/uploads/2022/12/Izvestaj-Sufinansiranje-medija-koji-krse-eticke-standarde-2019-2021.pdf>

²⁰ Savet za štampu (2020), Predlog praktičnih politika u oblasti medijske samoregulacije <https://savetzastampu.rs/lat/wp-content/uploads/2020/12/PPP-final-29.12..pdf>

2019.), ali i od šireg društvenog konteksta u kojem mediji procenjuju da li je poštovanje kodeksa bitno za njihovu reputaciju u društvu i/ili poslovne rezultate.

Mediji, digitalni izazovi i pravila

Iako saveti obuhvaćeni evropskim istraživanjem pokazuju različiti stepen agilnosti u izmenama kodeksa ili u sastavljanju smernica, ipak se u njihovoj praksi izdvaja više zajedničkih oblasti koje su zastupljene u skorijim promenama kodeksa/smernica, a koje su relevantne za digitalno okruženje. To je pre svega pitanje korišćenja društvenih mreža kako kao izvora podataka, tako i kao medija za diseminaciju medijskih sadržaja, zatim pitanje preuzimanja sadržaja i autorskih prava, transparentnosti u obaveštavanju korisnika medijskih sadržaja o eventualnim promenama tog sadržaja, konfliktu interesa novinara i razdvajanju sadržaja koji su nastali profesionalnom obradom podataka od onih koji su nastali u promotivne svrhe.

Društvene mreže

Sadržaji objavljeni na društvenim mrežama predstavljaju konkurenciju medijskim sadržajima, ali i rudnik informacija za same medije. Čini se, kako je to formulisao jedan od intervjuisanih u ovom istraživanju, da je odlazak novinara na teren u nekim redakcijama u Srbiji u potpunosti zamenjen „izveštavanjem o događajima na društvenim mrežama“²¹ Otuda veliki broj saveta, uključujući i naš, posvećuje pažnju pravilima za preuzimanje sadržaja sa naloga građana na društvenim mrežama. Najčešće, saveti smatraju da se ovakvi sadržaji mogu preuzimati bez prethodne saglasnosti vlasnika samo ako predstavljaju javni interes i nakon pažljivog vaganja. Neki saveti su tome značajno liberalniji i smatraju da novinar slobodno i bez saglasnosti autora može preuzeti bilo koji sadržaj koji je javno postavljen na mreže („na otvorenom profilu“), dok drugi zastupaju stanovište da se strogo mora poštovati pravo privatnosti građana, odnosno da se ništa od sadržaja koje su oni postavili na mreže ne može objaviti bez njihove saglasnosti. Neki saveti smatraju da takvo pravilo važi i za sadržaje koje na mreže postavljaju javne ličnosti, za koje inače najčešće važe liberalnija pravila (Juntunen, 2022.),

Preuzimanje i uklanjanje sadržaja

Pravila za preuzimanje sadržaja su takođe u kodeksima/smernicama veoma često detaljno razjašnjena. Ovoj temi pristupa se iz ugla promocije kredibiliteta medija (Carlson and Clerwall, 2018), transparentnosti (Juntunen, 2022.) i odgovornosti medija za preuzete sadržaje. Ovde se misli kako na odgovornost medija za „linkovane“ sadržaje tako i na odgovornost za preuzimanje sadržaja drugih medija ili autora uopšte. U našim smernicama (2016, 2021) oblast autorskih prava i mogućnost preuzimanja tuđih sadržaja od agencijskih vesti do umetničkih dela, detaljno je razrađena. Savet ovu oblast adresira (i) sa stanovišta „fabrikovanja digitalnih tragova“ u smislu zabrane objavljivanja izmišljene komunikacije i izmene komunikacije u odnosu na original bez dozvole učesnika u toj komunikaciji, provere izvora koji se preuzimaju sa društvenih mreža i Interneta, navođenja i linkovanja preuzetih izvora, i posebno embedovanih sadržaja, onih sadržaja čiji je prikaz dostupan i u samom medijskom sadržaju (Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0, 2021). Slično, norveški, flamanski i holandski kodeksi upućuju novinare da ispitaju kredibilitet autora i istinitost linkovanih informacija. Prakse nekih od saveta pokazuje da je linkovanje čak i onih sadržaja koji su senzitivni, opskurni ili na drugi način upitni, dozvoljeno ako je kontekstualizovano na odgovarajući način, odnosno njihovo prenošenje je u javnom interesu (Juntunen, 2022.),

Pomenuta evropska istraživanja pokazuju da malo kodeksa daje smernice u vezi sa uklanjanjem sadržaja, (Juntunen, 2022.), bez obzira što se čitaoci veoma često obraćaju i samim medijima i savetima sa takvim zahtevima. Ovo pitanje izaziva velike debate kako u vezi sa tim da li ovakav tip žalbi spada u delokrug rada saveta ili samih medija, tako i u smislu regulacije ove oblasti. Debata pokriva dva pitanja. Jedno je vezano za

²¹ Intervju 4, član Saveta

pravo osoba, često visokih funkcionera, javnih ličnosti i osoba o kojima se u medijima pisalo u kontekstu manjih ili većih prekršaja, zatvorskih kazni i privrednih prestupa a koje su se dogodile u bližoj ili daljoj prošlosti. Drugo pitanje odnosi se na pravo građana da traže da se sadržaji koji su o njima objavljeni, a sadrže govor mržnje, diskriminatorni su ili na drugi način predstavljaju kršenje zakona, uklone. U prvom slučaju rasprava se vodi o tome da li je u javnom interesu da ovi podaci ostanu javni, dok je u drugom slučaju, pre svega, reč o pitanju prava žrtava da izbegnu retraumatizaciju (Juntunen, 2022.) tako što bi ovi sadržaji bili uklonjeni. U slučaju kada se sadržaj uklanja, takođe postoje različiti stavovi članova saveta o tome na koji način to treba učiniti i da li i na koji način javnosti treba staviti do znanja da je to učinjeno. Sudeći po stavovima članova saveta intervjuisanih u pomenutim evropskim istraživanjima, (Juntunen, 2022., (Harder & Knapen, 2019.) čini se da ovo pitanje ni iz daleka nije dovoljno regulisano. U Smernicama iz 2021. godine (Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0, 2021) ove teme su obrađene u odeljku „povlačenje sadržaja“ i „pravo na zaborav“ u kojima se kaže da mediji po zahtevu osobe čija su prava ugrožena mogu da odluče da određeni sadržaj u potpunosti uklone, delimično uklone ili anonimizuju i da u odlučivanju o tome mediji treba da uzmu u obzir važnost dostupnosti ovih podataka iz ugla javnog interesa. Ovoj temi vraćaćemo se u različitim delovima ovog istraživanja.

Transparentnost

Neka pitanja poput transparentnosti konstantno se vraćaju na agendu evropskih saveta u različitim oblicima. Na primer, kada je reč o dokumentovanju promena u jednom objavljenim medijskim sadržajima, informisanju javnosti o delimičnom ili potpunom uklanjanju određenih sadržaja, javnom izjašnjavanju novinara o mogućem konfliktu interesa koji može uticati na njihovu nepristrasnost, ili jasnom označavanju sponzorisanog sadržaja, pogotovo kod novih tipova marketinga kao što je „native marketing“ koji po svom sadržaju blisko nalikuje klasičnom novinarskom tekstu. Slično važi i za prikriveno političko oglašavanje koje je Savet za štampu pokrio u najnovijem izdanju smernica (Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0, 2021)

Konačno, saveti se ovom pitanju vraćaju i kada raspravljaju o pravilima za objavljivanje ispravki koja predstavljaju posebno osetljivo pitanje, budući da postoji konsenzus oko toga da ispravke vidi daleko manji broj ljudi od onih koji pročitaju medijski sadržaj u kojem su objavljeni neistiniti podaci. U tom smislu i u našem Kodeksu odnosno Smernicama, kao i u drugim kodeksima, nalaže se mediju da objavi ispravku u svim izdanjima (štampanom, veb sajtu i na društvenim mrežama), bez odlaganja.

Automatizacija i personalizacija medijskog sadržaja

Noviji kodeksi takođe se osvrću na automatizaciju i personalizaciju medijskog sadržaja. Ovo potonje povezano je sa prikupljanjem podataka o ličnosti čitalaca/korisnika što će posebno dobiti na značaju u slučaju primene veštačke inteligencije u personalizaciji medijskog sadržaja (Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0, 2021). Dosadašnje iskustvo evropskih saveta sa regulisanjem upotrebe veštačke inteligencije je malo, a većina ih je u pomenutim istraživanjima smatrala da se samo eksperimentalno koriste u evropskim redakcijama (Juntunen, 2022.), Neki istraživači već duže vreme upozoravaju savete da je automatizovana proizvodnja vesti iza ugla (Haapanen, 2019.) i da ne posvećuju dovoljnu pažnju ovom pitanju (Chan-Olmsted, 2019). Zaista, pojava velikih jezičkih modela poput ChatGPT i drugih velikih modela za obradu vizuelnog sadržaja uzdrmla je medijsku industriju.

Neki saveti, uključujući i naš, iskoristili su priliku da ovu oblast obrade u Kodeksu, odnosno Smernicama, preporučuju medijima da veštačku inteligenciju koriste srazmerno i odgovorno, da poštuju principe zaštite podataka o ličnosti, informacione bezbednosti i nediskriminacije i da jasno obaveste čitaoce da li su delovi sadržaja generisani uz pomoć veštačke inteligencije (Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0, 2021).

Ipak, kao što ćemo videti u ovom istraživanju, mnogi članovi Komisije za žalbe Saveta za štampu smatraju da ova oblast nije dovoljno regulisana i izražavaju zabrinutost u mogućnosti članova Komisije za žalbe da prepoznaju moguće kršenje Kodeksa, posebno kada je reč o fotografijama i multimedijalnim sadržajima koji su oblikovani uz pomoć veštačke inteligencije.²² Ovo je pored pitanja brisanja sadržaja u slučaju retraumatizacije žrtava, druga tema kojoj smo posvetili posebnu pažnju.

METODOLOŠKI PRISTUP I METODI ISTRAŽIVANJA

Prema rečima Warda (2020), trenutno prolazimo kroz petu revoluciju u medijima od početaka modernog novinarstva u 17. veku. Svaka od ovih revolucija zahtevala je ponovno razmišljanje o etičkim principima i njihovo prilagođavanje novim okolnostima, odnosno novim izazovima, novim tehnologijama i novim društvenim uslovima.

Da bi se razumela dinamika razvoja etičkih principa unutar neprestano menjajućeg pejzaža tehnoloških inovacija, važno je prepoznati koji akteri odnosno zainteresovane strane, na primer medijske organizacije, novinari, regulatorna tela i samoregulatorna tela, i drugi akteri učestvuju u tom procesu. Interakcija između zainteresovanih strana, njihove odluke i odgovori zajedno oblikuju etičke dimenzije medijskih praksi.

Drugo, sa ovim povezano pitanje jeste zašto se određene tehnologije u društvu primenjuju na određeni način i/ili proizvode određene društvene posledice? Odgovor leži u prepoznavanju interesa i moći aktera koji su uključeni u oblikovanje novih politika i praksi. Različite grupe, sa različitim nivoima moći i uticaja, imaju i različite perspektive o tome koje kriterijume treba da ispuni medij da bi njegovo delovanje bilo smatrano etičkim u novim tehnološkim okolnostima i koliko je pridržavanje takvih kriterijuma poželjno i/ili dopušteno. Interesi ovih grupa se mogu sukobljavati ili dopunjavati, što dovodi do pregovora, debata i ponekad kompromisa pri uspostavljanju profesionalnih etičkih standarda.

Treće pitanje jeste da li tehnologije posmatramo kao nepromenljive, neutralne ili inertne, ili smatramo da je proces razmene između društva i tehnologija dvosmeran i uključuje kako same aktere tako i tehnologije. Jedan praktičan primer jeste pitanje „kliktanja“ ili „tagovanja“ koje utiče na mesto jedne vesti na internet stranici i samim tim i na njenu čitanost, gde tehnologija nameće poželjan način ponašanja redakcija kojem se one teško suprotstavljaju jer je usko povezan sa njihovom čitanošću, uticajem i prihodima. Drugi primer jesu aktuelni naponi u Evropskoj uniji, pa i u Srbiji da se utvrde etički principi u primeni veštačke inteligencije, gde je mnogim društvenim akterima i dalje nejasna priroda veštačke inteligencije te ispoljavaju ili izraziti entuzijazam ili izraženi strah (Dhiman, 2023, Porlezza, 2023.) ili su za njih nespremni.²³

U kontekstu medijske etike i praksi saveta za štampu ovakva iskustva govore da je veoma važno istražiti i kako nove tehnologije oblikuju medijski pejzaž, i koliko su saveti za štampu spremni da ovakvu prirodu tehnologija usaglase sa profesionalnim etičkim principima novinarstva. O tome govore različiti odgovori saveta o pravu na privatnost građana koji postavljaju privatne sadržaje na društvene mreže. Kao što smo videli, neki od njih smatraju da za ove sadržaje važe ista pravila kao i za bilo koje privatne podatke građana, dok drugi misle da oni podaci koje je tehnologija učinila dostupnim ne uživaju posebnu zaštitu, ili je uživaju samo pod određenim okolnostima.

Drugim rečima, iako su u evropskim kodeksima mnoga pravila veoma slična, od društvenog i vrednosnog konteksta zavisi da li će novinari slediti ista etička pravila u verifikaciji izvora, moderiranju sadržaja koji generišu korisnici ili obeležavanju izmena u sadržaju. Ukratko, način na koji se ovi izazovi rešavaju zavisi od akcija i odluka različitih aktera uključenih u proces odlučivanja.

²² Intervju 2, član Saveta.

²³ „REM se oglasio o fabrikovanju izjava na TV Pink“, Danas objavljeno 21.08.2023.

<https://www.danas.rs/vesti/drustvo/rem-o-fabrikovanju-izjava-na-tv-pink-ne-pruzati-programske-sadrzaje-koji-mogu-zloupotrebti-lakovernost-gledalaca-i-slusalaca/> posećeno 22.09.2023.

Kao što je pokazano, proučavanje promena u tkivu medijske etike prevazilazi apstraktne principe i mora biti usmereno na istraživanje praktičnih interakcija i odluka koje donose akteri koji zauzimaju različite pozicije u društvu i imaju različite interese (Ward. 2020). To uključuje, ne samo razumevanje načina na koji medijske organizacije percipiraju i primenjuju etičkih principe, već i osvetljavanje procesa kroz koje se ti principi pregovaraju, primenjuju i prilagođavaju. Razumevanjem motivacije, pozicije i moći aktera da menjaju okolnosti pod kojima društvo apsorbuje tehnološke promene, dobija se uvid u složenu mrežu uticaja koja oblikuje etički pejzaž savremenih medija. Razumevanje ove dinamike je ključno za suočavanje sa etičkim izazovima i predlaganje praktičnih politika koje mogu da doprinesu da mediji sačuvaju svoju ulogu odgovornih izvora informacija u društvu.

U istraživanju su korišćeni sledeći metodi:

Anketa sa novinarima: Ukupno je anketirano 126 novinara i novinarki. Uzorak je bio prigodan (novinari koji su se odazvali na poziv da odgovore na anketu podeljenu kroz kanale Nezavisnog udruženja novinara (NUNS), Udruženja novinara Srbije (UNS), Asocijacije medija, udruženja Lokal Press, Nezavisnog udruženja novinara Vojvodine (NDNV), Profesionalnog udruženja novinara Srbije (PROUNS), Sindikata novinara Srbije (SINOS), preko društvenih mreža Saveta za štampu i lične kanale istraživača. Anketa je sprovedena u periodu od 20. juna do 20. septembra 2023. Ovakva distribucija uzorka omogućila je prikupljanje odgovora novinara iz većih i manjih medija, iz svih delova Srbije, iz klasičnih štampanih medija sa onlajn izdanjem, isključivo onlajn medija, medija koji priznaju nadležnost Saveta za štampu i onih drugih.

Upitnik je preuzet iz pomenutih evropskih istraživanja i prilagođen i dopunjen u skladu sa temama koje su se pojavile tokom pregleda literature. Anketom su obuhvaćena demografska pitanja (pol, uzrast, tip redakcije, mesto, priznavanje nadležnosti Saveta za štampu), pitanja kojima se istražuje postojeće znanje novinara o medijskoj etici i samoregulaciji i Kodeksu novinara Srbije, etičke dileme sa kojima se novinari susreću u svakodnevnom radu i specifično etički izazovi koji proizlaze iz digitalizacije i pojave interneta. U upitniku su sadržana i pitanja o novim mogućnostima medija u digitalnom okruženju i mogućim izazovima u njihovom korišćenju. Upitnik je ukupno sadržao 33 pitanja.

Studije slučaja etičkih dilema: Za potrebe analize specifičnih studija slučaja etičkih dilema sa kojima se suočavaju medijske organizacije u Srbiji u onlajn okruženju korišćene su odluke i zapisnici Komisije za žalbe Saveta za štampu u 2021. i 2022. godini. Odluka o korišćenju oba izvora (odluka i zapisnika) doneta je jer su zapisnici često sadržavali bogatiju istraživačku građu i detaljnije ulazili u dokumentovanje različitih stavova članova Komisije o prirodi povreda Kodeksa i primeni digitalnih smernica. Obrađeni slučajevi ilustruju izazove balansiranja etičkih principa sa zahtevima onlajn novinarstva, omogućavaju uvid u procese donošenja odluka medijskih profesionalaca i medijskih saveta u ovim slučajevima, sagledavanje reakcija medijskih organizacija na ove izazove i razumevanje kako su ove reakcije oblikovane onlajn okruženjem.

Intervjui: Ukupno je sprovedeno je 15 dubinskih intervju sa medijskim stručnjacima, uključujući urednike, predstavnike Saveta za štampu i Komisije za žalbe, skupštinskih tela, akademske i donatorske zajednice. Pitanja su konstruisana tako da podstaknu učesnike da razgovaraju o svojim iskustvima i percepcijama kako društveni i kulturni faktori oblikuju etičke prakse kako u tradicionalnim tako i u onlajn medijima.

Intervjui su vođeni licem u lice i onlajn u periodu od 30. juna do 20. oktobra 2023. uz pomoć upitnika podeljenog u tri tematske celine: prva se odnosila na ispitivanje uzroka povrede Kodeksa, druga je bila posvećena internim i eksternim kapacitetima Saveta da se bavi povredama Kodeksa u digitalnoj sferi, a treća se bavila budućom ulogom Saveta u digitalnom okruženju. Inicijalni upitnik sadržao je 19 otvorenih pitanja i razvijen je po modelu pomenutih evropskih istraživanja.

Grupe intervjuisanih mapirane su i selektovane u skladu sa evropskim istraživanjima i korigovane i dopunjene u skladu sa strukturom aktera u srpskom medijskom miljeu, a na osnovu iskustva autora u istraživanju sličnih tema. Izbor aktera u Srbiji je dodatno verifikovan kroz pregled relevantne literature.

Upitnik je testiran organizovanjem probnih intervjuja, a potom i kroz diskusiju istraživača posle obavljenih intervjuja. Procenjivana je responsivnost aktera, mogućnost upitnika da na adekvatan način obuhvati teme koje su u fokusu istraživanja i bogatstvo i raznolikost istraživačkog materijala koji je prikupljen. Pitanja su prilagođavana i dopunjavana u skladu sa prirodom aktera i njihovom ulogom u lancu kreiranja medijskih politika i politika samoregulacije i opservacijama istraživača.

Komparativna analiza međunarodnih i domaćih praksi: Ovo je učinjeno upoređivanjem evropskih i srpskih praksi i iskustava u pristupu promenama kodeksa i sastavljanju smernica i priručnika za poštovanje profesionalnih etičkih standarda u onlajn okruženje prikazanih u već pomenutim evropskim studijama. Nalazi su korišćeni u predstavljanju konteksta, a potom i u diskusiji rezultata. Identifikovane su sličnosti i razlike između ovih praksi i sagledan uticaj globalnih trendova u oblikovanju medijske etike u digitalnom okruženju u srpskom kontekstu.

Pregledom literature obuhvaćene su sledeće publikacije iz serije pomenutih evropskih istraživanja: Harder, R., & Knapen, P. (2019). *Media Councils in the Digital Age An inquiry into the practices of media self-regulatory bodies in the media landscape of today*, Juntunen L, (2022) *Digital Challanges to Ethical Standards in Journalism – responses and needs of European media councils*, Masip P., Suau J. & Ruiz C (2022) *Media Councils in the Digital Age. Survey results: Research report*, Hanot M (2022), Puertas & Vural I (2023) *The Media Councils Debates Facing the Challenges of the Digital Age, Renew the Code of Ethics, self-regulation, or what else?*, Haapanen L, (2020) *Media Councils And Self-Regulation in the Emerging Era of News Automation* i Fidalgo, J., Thomass, B., Ruggiero, C., Bomba, M., Sallusti, S., & von Krogh, T. (2022). *Ethical codes of conduct in journalism: Demands for a digitalising mediascape*. Ovom serijom istraživanja, zbirno su obuhvaćene i prakse našeg Saveta za štampu. Takođe korišćene su publikacije Saveta za štampu „Analiza primene smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju u 70 medija“ (2018). i „Da li mediji u Srbiji imaju interne novinarske kodekse (2021), kao i dostupni sadržaji na sajtu Saveta za štampu. Detaljan spisak literature dat je u istoimenom odeljku.

REZULTATI

Rezultati ankete

U nastavku izveštaja biće predstavljeni rezultati ankete u kojoj su ispitivani stavovi novinara i novinarki o različitim aspektima etičkih dilema u digitalnom okruženju.

Anketa je po svojoj prirodi istraživačka ili eksplorativna, a prevashodno primenjenog karaktera, jer će njeni rezultati služiti za formulisanje preporuka ovog izveštaja i potrebe Saveta za štampu.

Fokus ankete bio je na samom novinarskom kadru, medijskim radnicima, a ne na medijima kao izdavačkim kućama. Ona donekle dotiče pitanja uređivačkih politika medija i internih pravila, mada ona nisu u fokusu istraživanja i indirektno utiču na poimanje etike u digitalnom okruženju.

Anketna pitanja obuhvataju nekoliko celina: demografske odlike ispitanika, razumevanje i primenu etičkih pravila u radu redakcija, odnos prema društvenim mrežama, privatnosti, autorstvu, korisničkom sadržaju, upotrebi veštačke inteligencije, položaju Saveta za štampu u medijskom sektoru i sl.

Anketa je obuhvatila ukupno 126 odgovora novinara i novinarki koje rade u onlajn medijima ili internet redakcijama mešovityh medija (portalima štampanih ili elektronskih medija) ili u tradicionalnim medijima. Kako

je zbog nedostatka centralizovanih i pouzdanih podataka o broju i statusu novinara i novinarki u Srbiji bilo nemoguće formirati reprezentativan uzorak, autori su se odlučili na jedinu moguću opciju, prigodan uzorak.

Zbog potrebe istraživača da se obezbedi široka zastupljenost i učešće novinara i novinarki koji rade u lokalnim i nacionalnim medijima, anketa je distribuirana putem mejling lista medijskih i novinarskih udruženja koja okupljaju najveći broj medijskih radnika.

Za tehniku ispitivanja odabrana je onlajn anketa, na osnovu posebno dizajniranog upitnika. Konceptija upitnika delimično je prilagođena i istraživanju *Media Councils in the Digital Age*. Pojedina pitanja su preuzeta iz ovog istraživanja, a poneka kasnije modifikovana kako bi odgovarala specifičnostima domaćeg medijskog sistema i lokalnog konteksta.

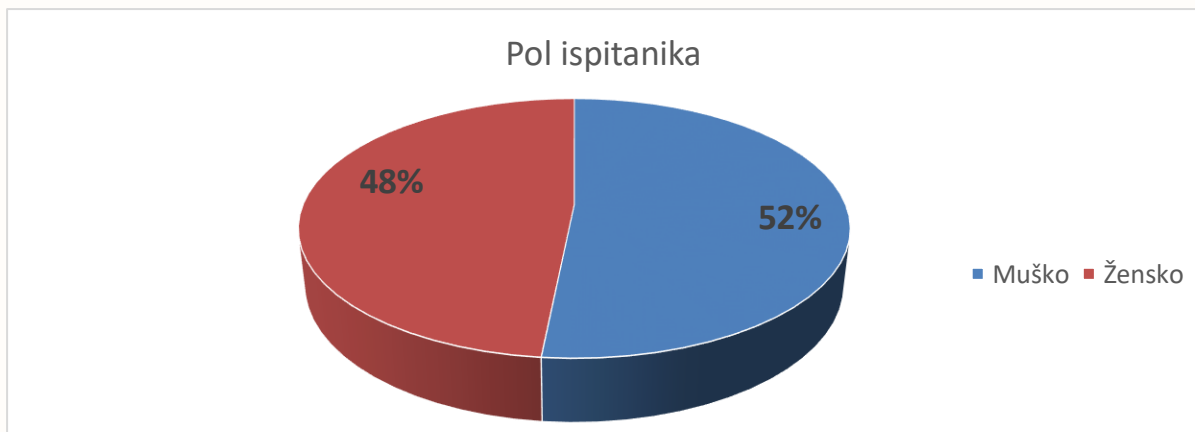
Anketa je formirana preko programa Google forms i postavljena na internet, uz javni poziv novinarima i novinarkama da učestvuju, garantujući im anonimnost. Istraživačice su poziv za popunjavanje ankete slale putem mejling lista sledećih udruženja: NUNS, UNS, SINOS, ASmedi, NDNV, Lokal Press, Prouns, koristeći dodatno i kontakte samog Saveta za štampu i lične kontakte.

Ispitivanje je obavljeno onlajn, slobodnim odzivom učesnika u periodu od juna do septembra 2023. godine.

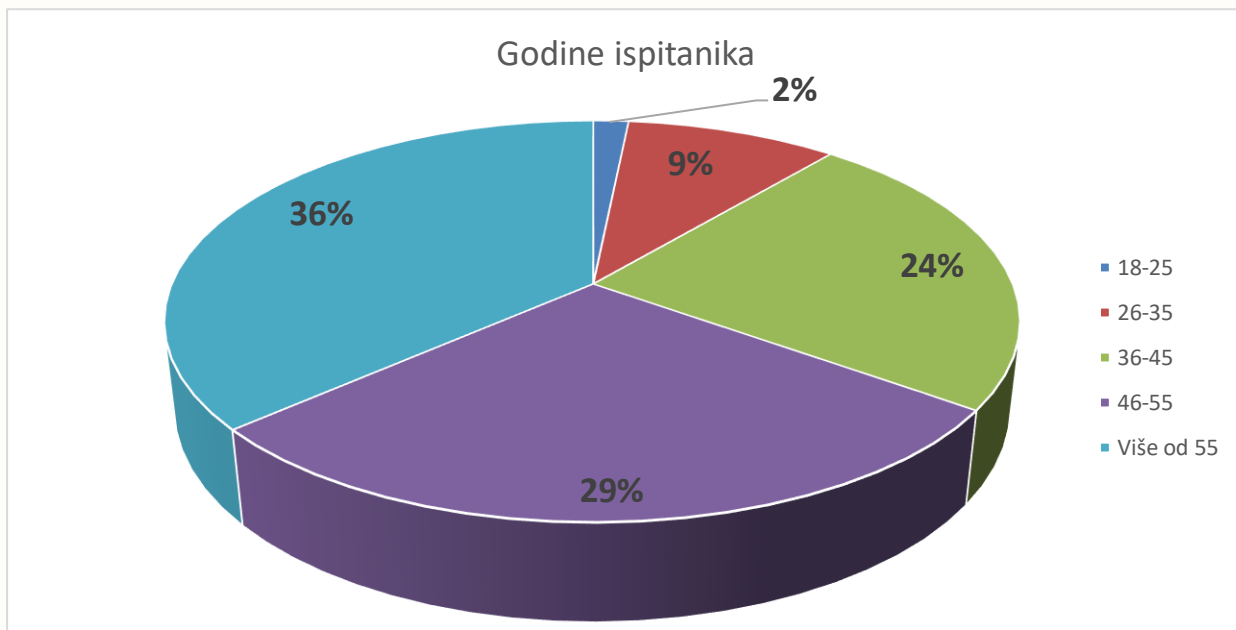
Celokupan upitnik dostupan je kao aneks ovog izveštaja.

Sociodemografske karakteristike ispitanika

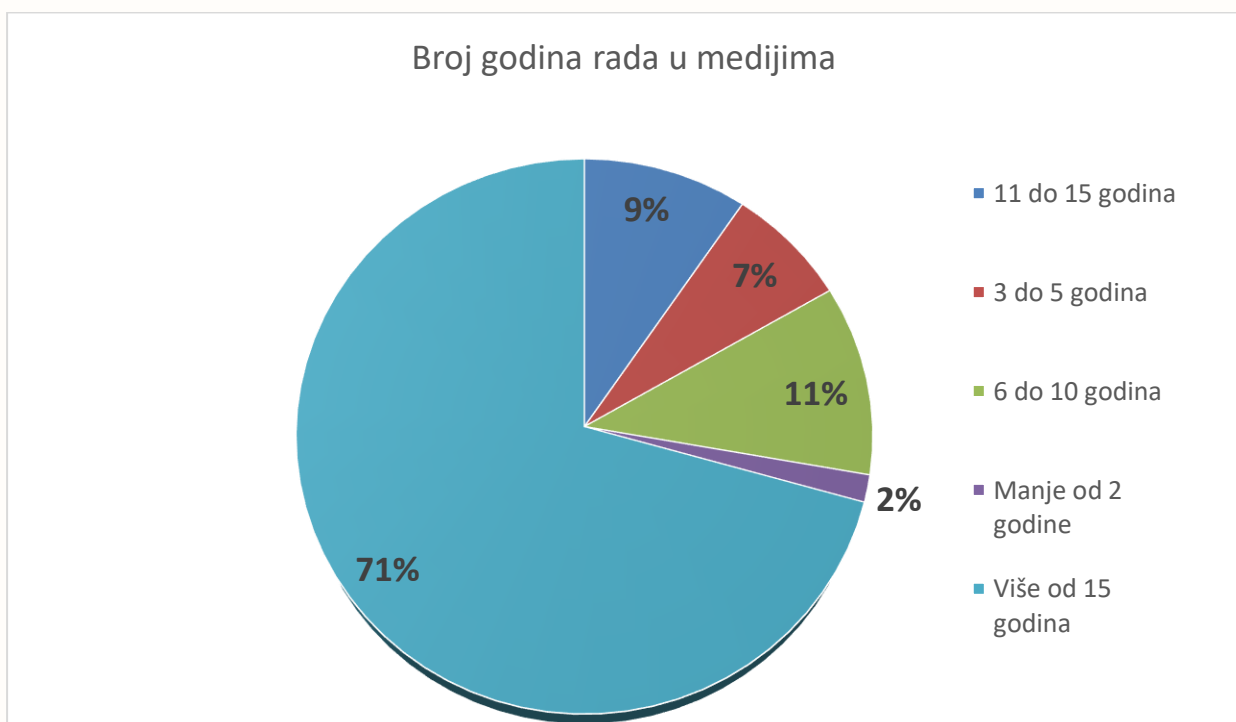
Ispitanici su gotovo ravnomerno podeljeni po polu (Grafikon 1). Većina pripada srednjoj i starijoj populaciji (po jedna trećina u starosnim grupama 36-45, 46-55 i 55 godina života i više), kao što je prikazano na Grafikonu 2. Ova činjenica je verovatno uticala i na godine radnog iskustva, pa su većina ispitanika (gotovo njih 89 od 127) iskusni medijski radnici sa više od 15 godina iskustva (Grafikon 3).



Grafikon 1. Pol ispitanika



Grafikon 2. Godine ispitanika

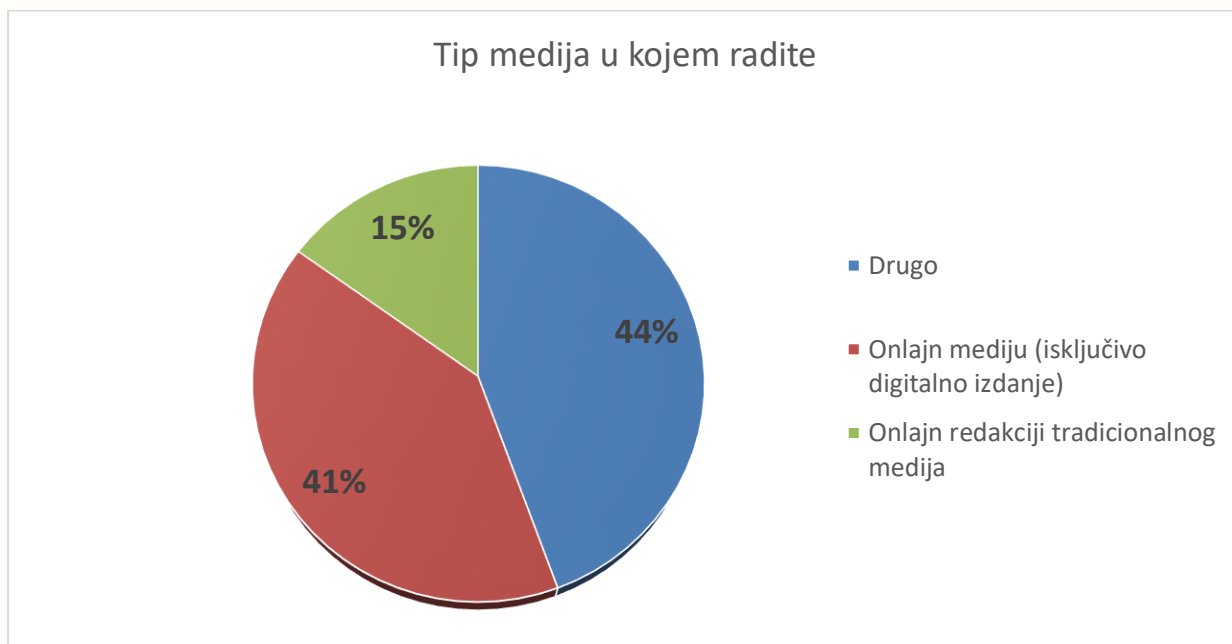


Grafikon 3. Broj godina rada u medijima

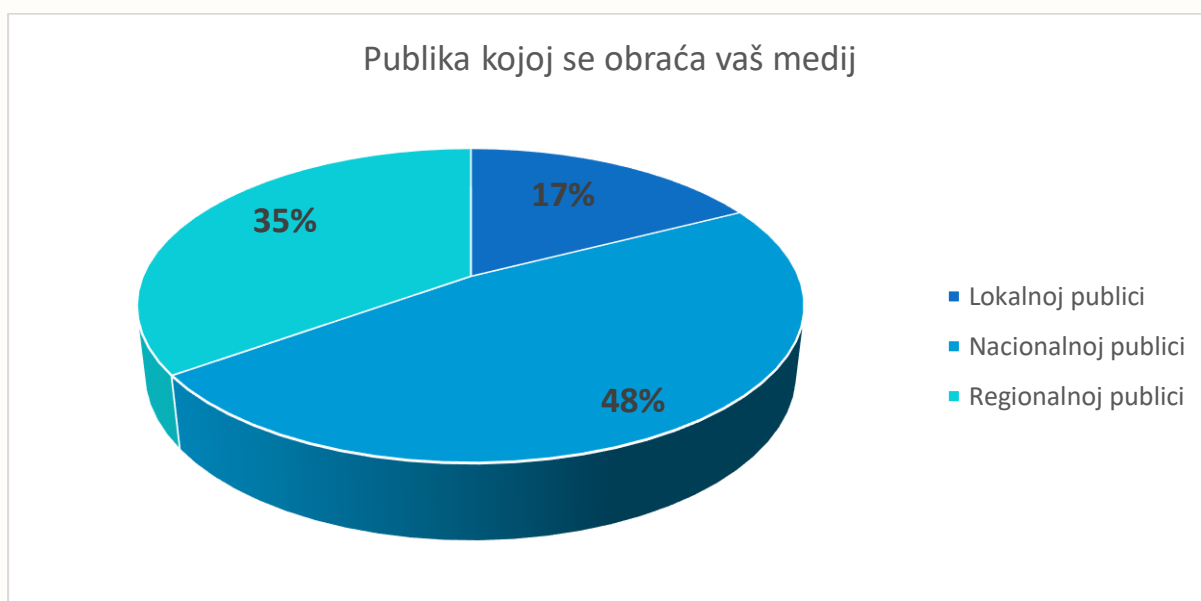
Veliki broj ispitanika radi u nekom obliku tradicionalnog izdanja medija („drugo“), ili u njegovom internet izdanju kao u Grafikonu 4. Polovina ispitanika dolazi iz nacionalnih medija, dok druga radi u lokalnim ili regionalnim medijima (Grafikon 5.).

U našem uzorku dominiraju ispitanici koji rade u medijima koji priznaju nadležnost Saveta za štampu (Grafikon 6.). Ova situacija, ipak, ne odgovara situaciji na terenu. Realnost je da većina štampanih i onlajn medija ne

priznaje nadležnost ovog samoregulatornog tela. Uzorak ispitanika upućuje na to da su u anketi učestvovali novinari novinarke koji su prevashodno zainteresovani za temu etike u digitalnom medijskom okruženju.

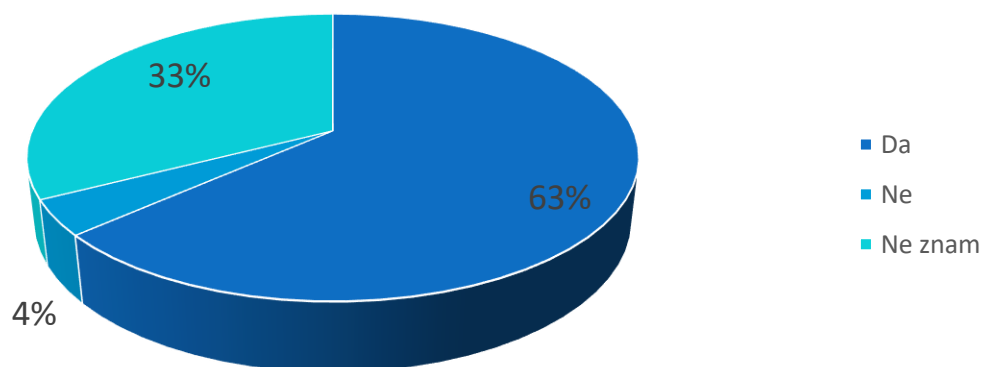


Grafikon 4. Tip medija



Grafikon 5. Publika kojoj se medij obraća

Da li vaš medij priznaje nadležnost Saveta za štampu?



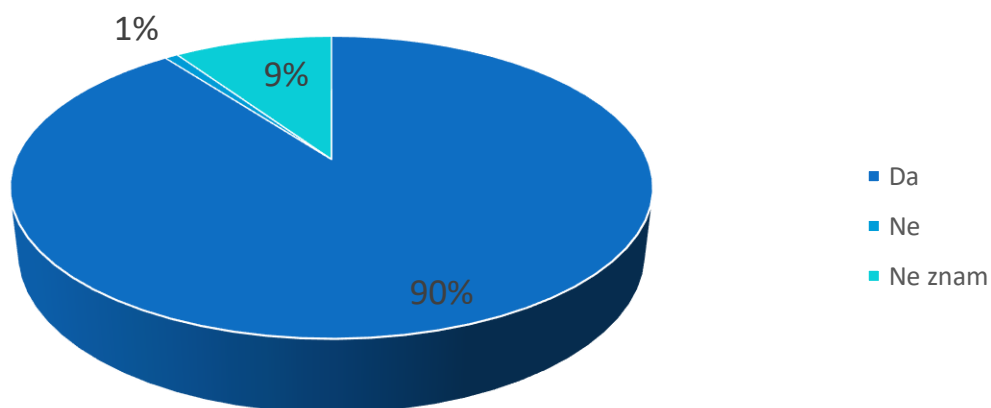
Grafikon 6. Priznavanje nadležnosti Saveta za štampu

Poznavanje uloge i rada Saveta za štampu

Većina ispitanika ove ankete zna da u Srbiji postoji Savet za štampu, dok oko 10% ispitanika ne zna da li takvo telo postoji (Grafikon 7.).

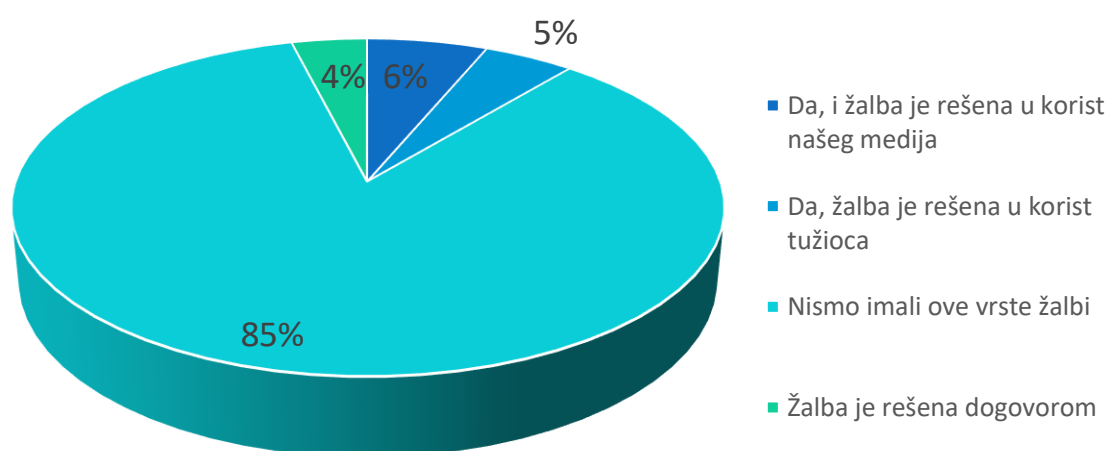
Zbog gore navedene specifičnosti uzorka, ispitanici ove ankete rade u medijima koji do sada nisu imali žalbe pred Savetom (Grafikon 8.). Ova situacija odgovara i realnosti – u odnosu na broj konstatovanih prekršaja Kodeksa, tek mali broj dospe pred samu Komisiju za žalbe ovo tela.

Da li u Srbiji postoji Savet za štampu?



Grafikon 7. Postojanje Saveta za štampu

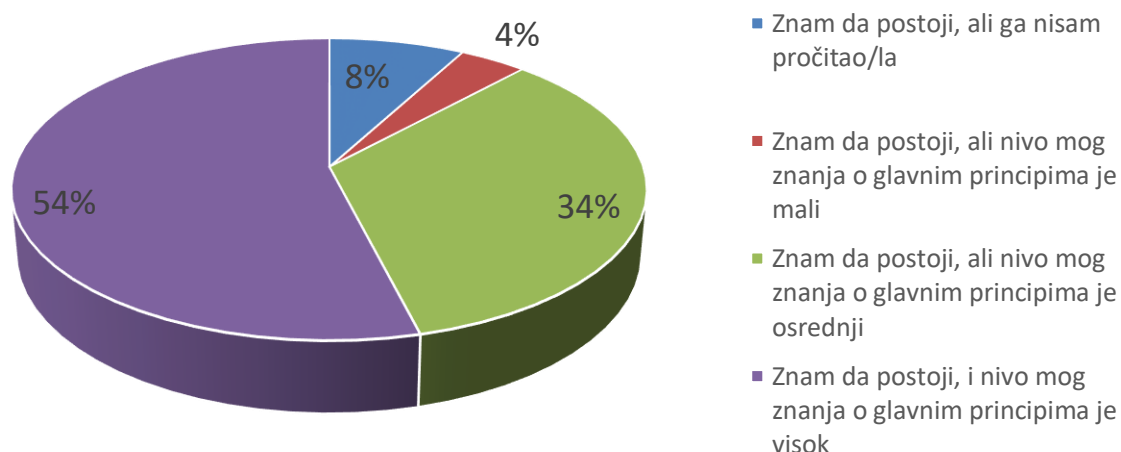
Da li je vaš medij imao žalbe pred Savetom za štampu?



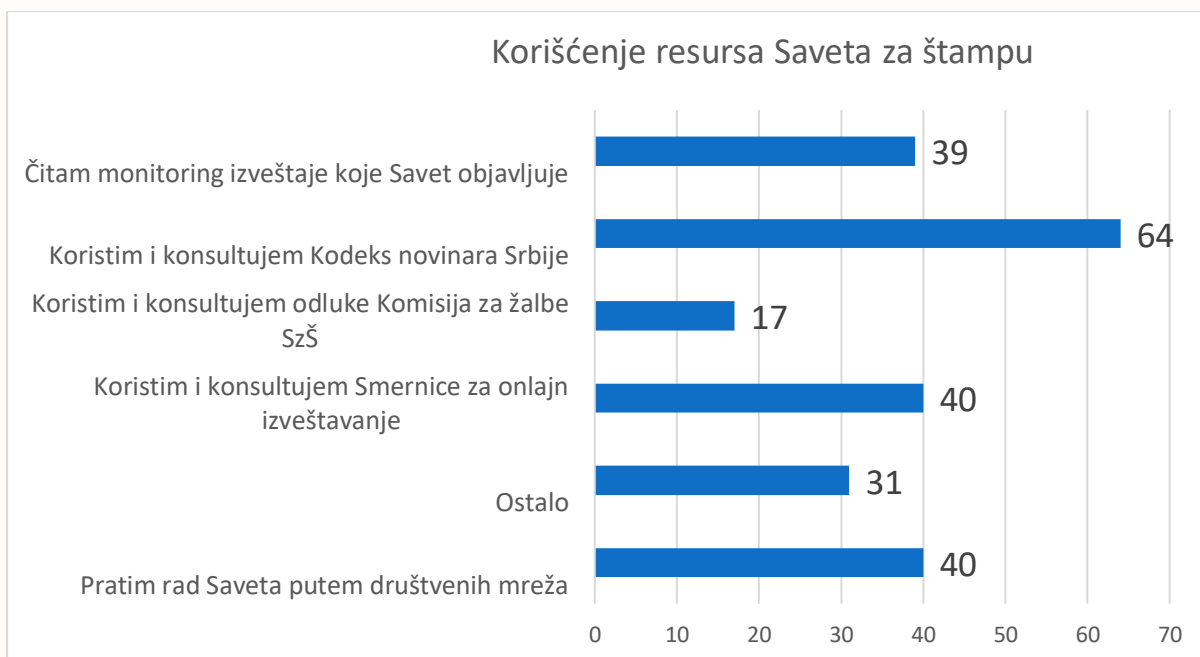
Grafikon 8. Status žalbi protiv medija pred Savetom za štampu

Ispitanici visoko ocenjuju svoje znanje o glavnim principima Kodeksa novinara Srbije (Grafikon 9.). Ovo je rezultat samoprocene i nivo znanja nije testiran nikakvim dodatnim alatima. Visoko poznavanje etičkih principa profesije može se pripisati i činjenici da sam Savet promoviše svoje glavne resurse i putem društvenih mreža, čineći ih tako lakše dostupnim širom krugu zainteresovanih (Grafikon 10.).

Koliko poznajete Kodeks novinara Srbije?

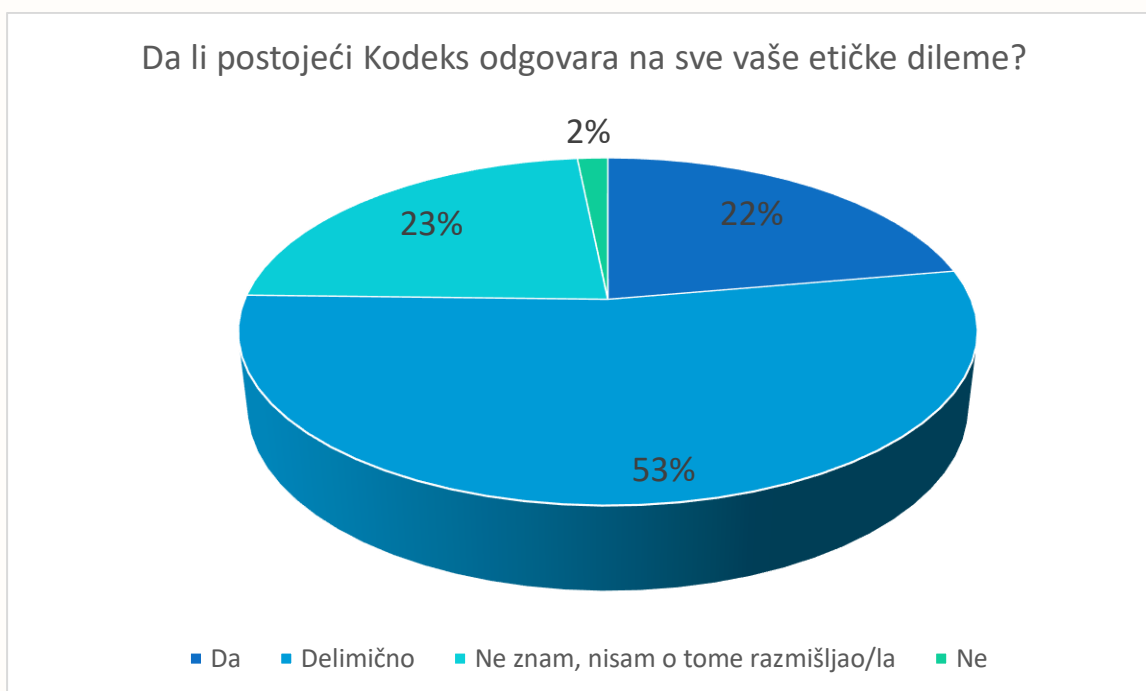


Grafikon 9. Poznavanje Etičkog kodeksa novinara Srbije

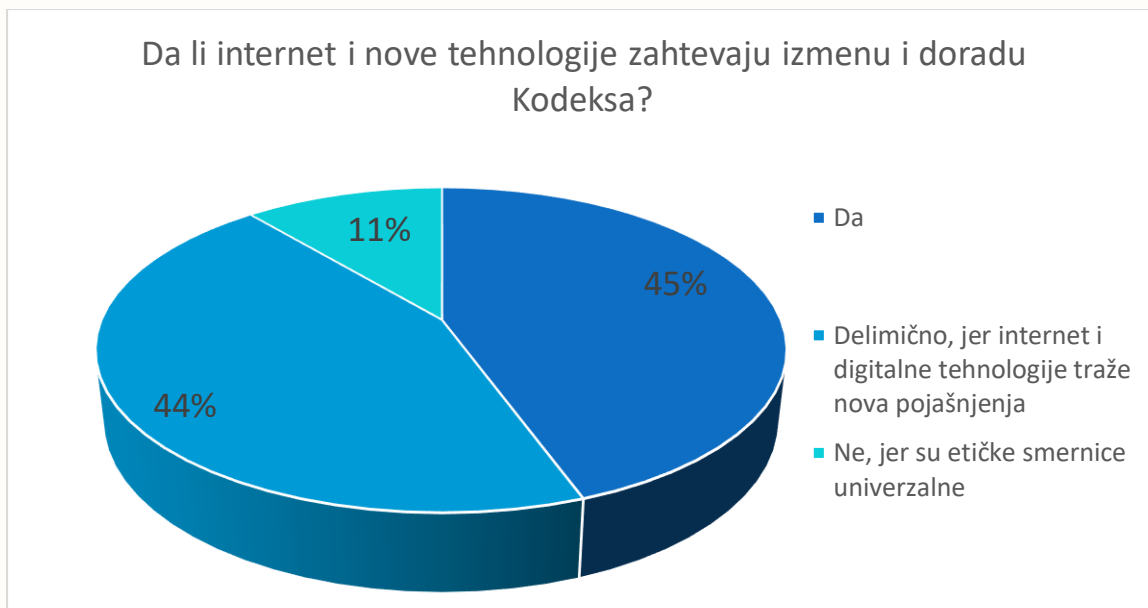


Grafikon 10. Korišćenje resursa Saveta za štampu (broj odgovora je veći od ukupnog broja ispitanika jer su ispitanici imali mogućnost da odaberu do 3 odgovora)

Ispitanici su istakli i potrebu za inoviranjem Kodeksa novinara i pratećih Smernica za primenu Kodeksa u onlajn okruženju. Gotovo polovina ispitanika je navela da Kodeks i Smernice tek delimično odgovaraju na dileme (Grafikon 11.) i isto toliko ih je istaklo potrebu za njegovom doradom (Grafikon 12.), imajući u vidu napredak i zahteve koje pred novinare stavlja tehnologija. Do sličnog zaključka došlo je i evropsko istraživanje *Media Councils in Digital Age*, jer je distribucija odgovora slična.



Grafikon 11. Odgovor Kodeksa na dileme novinara

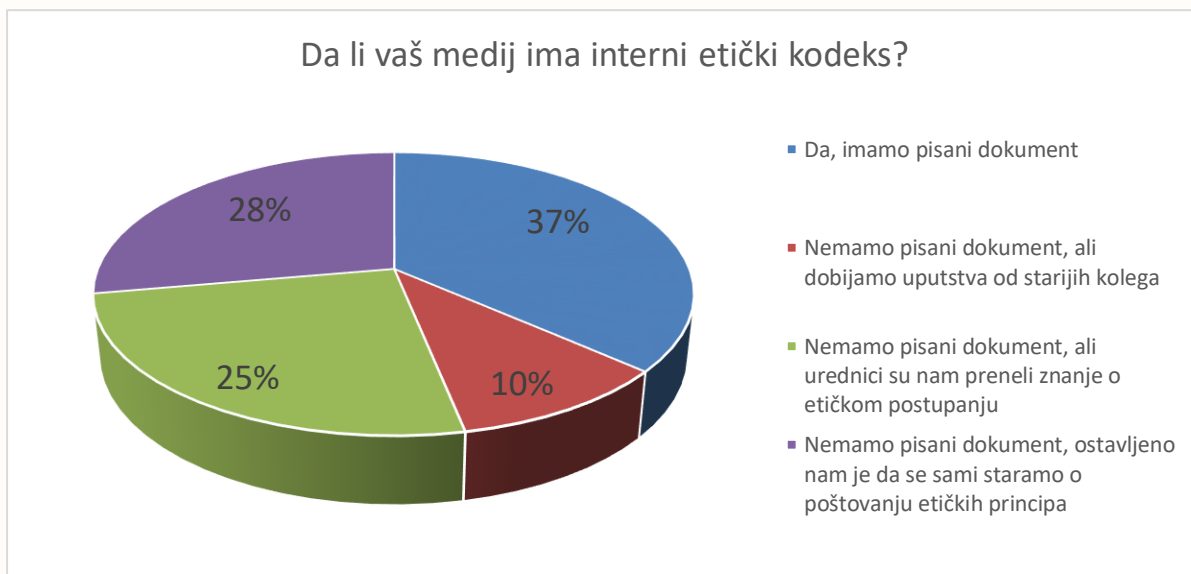


Grafikon 12. Potreba za izmenama Kodeksa

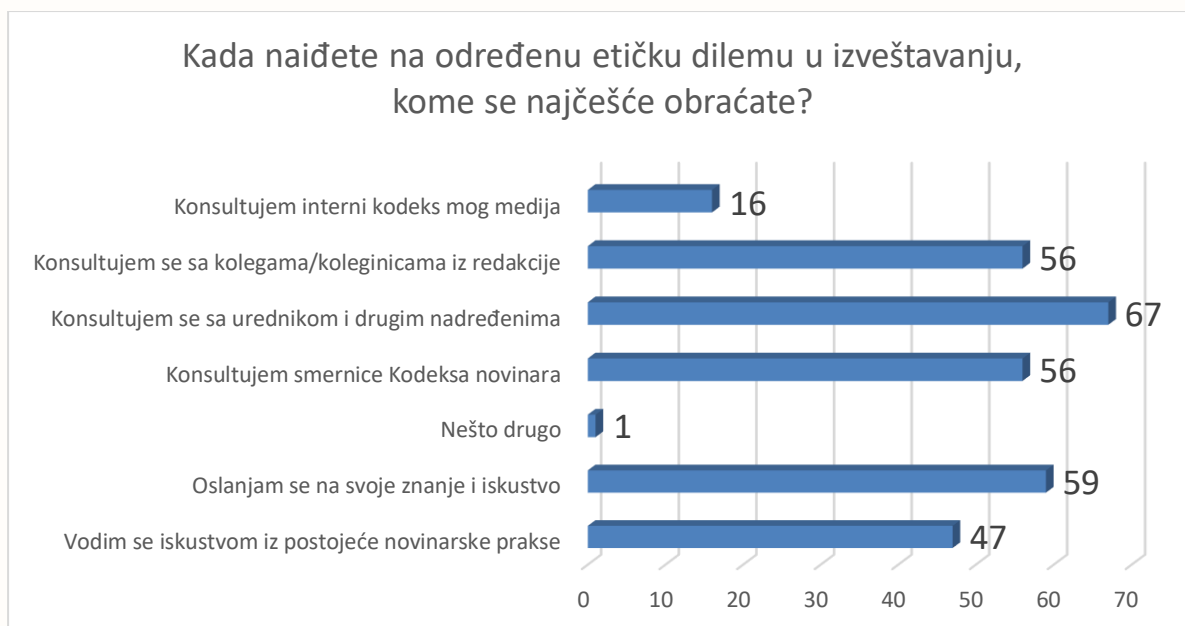
Etičke dileme i praksa u redakcijama

Oko 40% ispitanika radi u medijima koji imaju interni etički kodeks, kao poseban pisani dokument (Grafikon 13.). Oko jedne trećine se oslanja na kulturu u redakcijama i prenošenje standarda sa urednika na novinare, dok je jedna trećina ostavljena da se sama stara o primeni etičkih standarda.

Ispitanici ističu važnost urednika i kolega u redakciji i uspostavljanje određene interne kulture, te zajedničkog vrednosnog sistema u uspostavljanju etičkih standarda. Osim pisanih dokumenata, gde su kodifikovani etički principi medijske profesije, važno je da ih svaka redakcija dodatno prilagodi svom radu i funkcionisanju (Grafikon 14.).

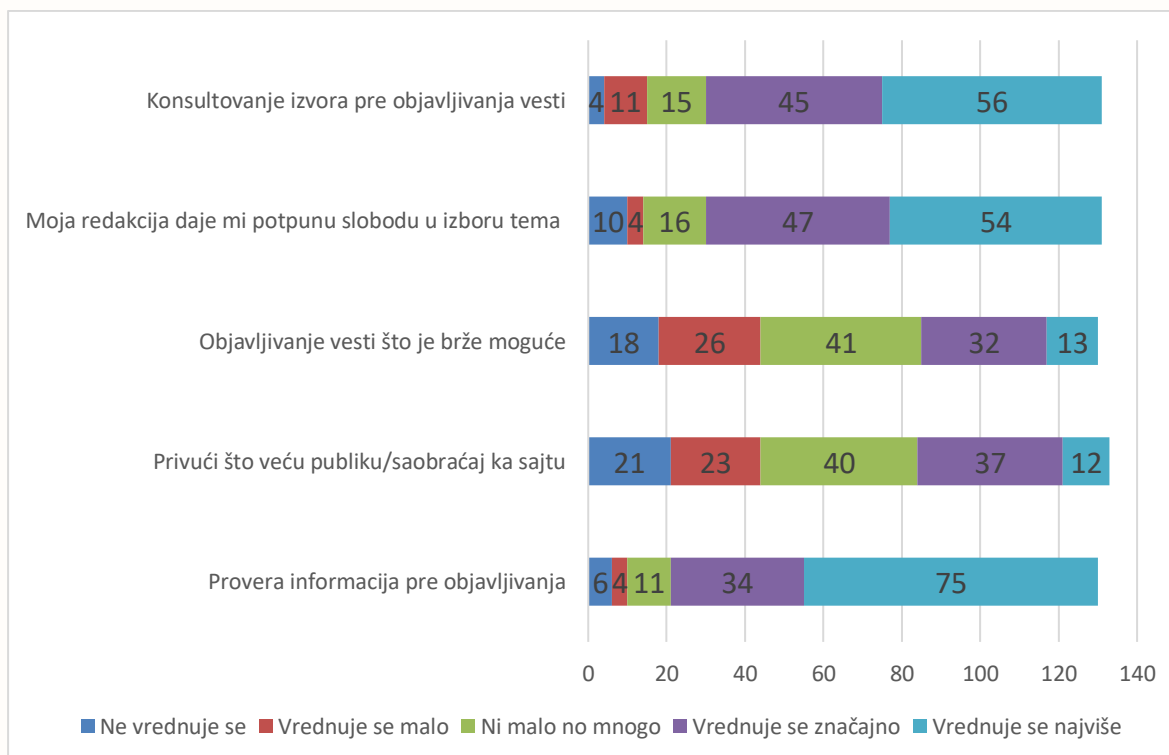


Grafikon 13. Postojanje internog etičkog kodeksa medija



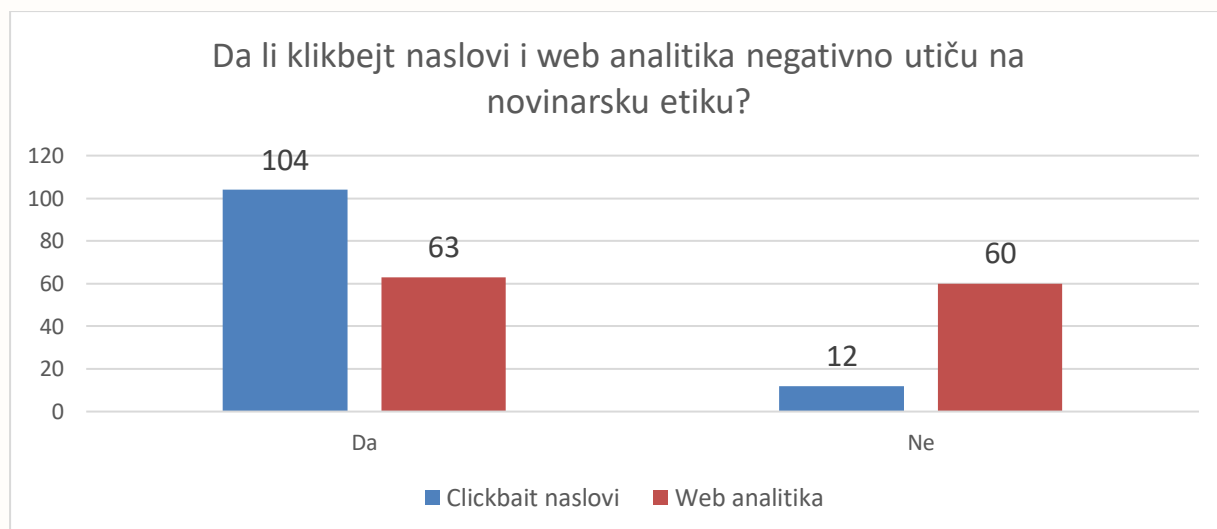
Grafikon 14. Konsultacije u vezi sa etičkim dilemama ((broj odgovora je veći od ukupnog broja ispitanika jer su ispitanici imali mogućnost da odaberu do 3 odgovora)

Ispitanici koji su učestvovali u anketi rade u redakcijama u kojima se provera informacija visoko vrednuje kao novinarski princip (Grafikon 15.). Iako digitalno okruženje pred novinare stavlja imperativ objavljivanja što brže i što više informacija, ispitanici u najvećem broju ipak smatraju da je provera činjenica, kao temelj istinitog izveštavanja, visoko kotirana na njihovoj vrednosnoj skali.



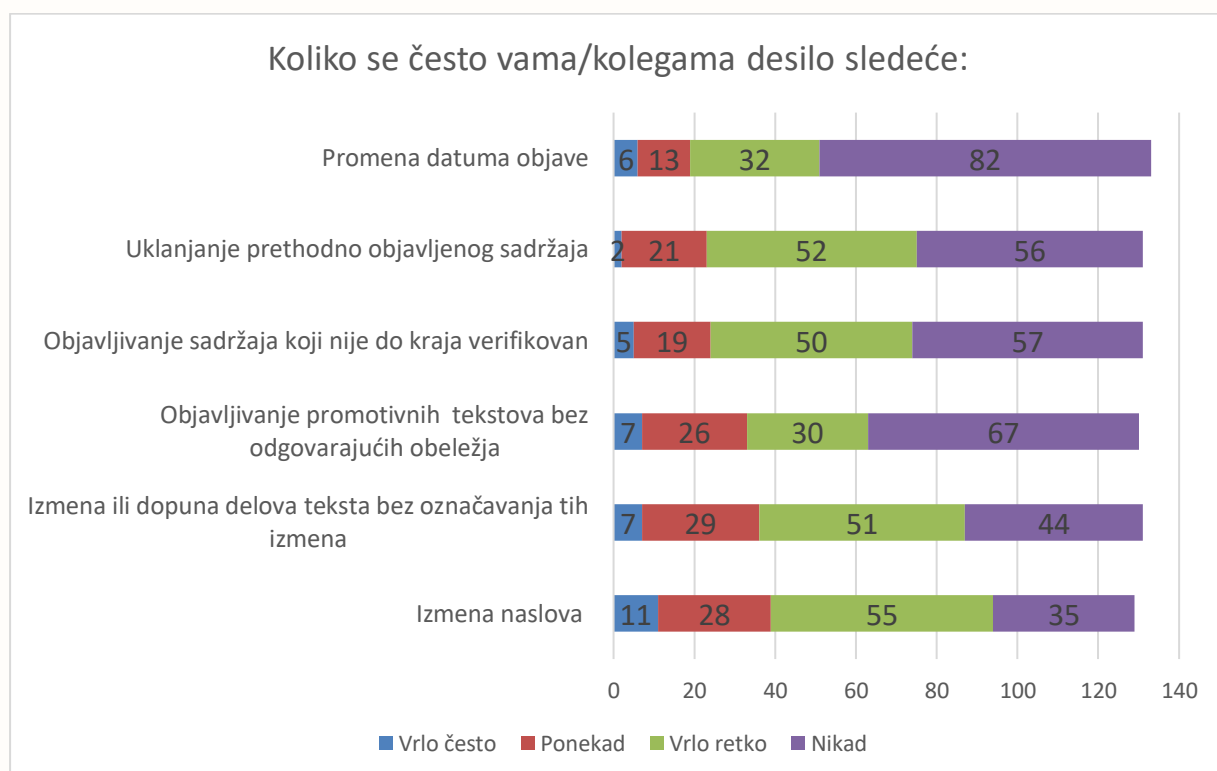
Grafikon 15. Vrednosna skala u redakcijama

Ispitanici su u velikoj meri složni da tzv. klikbejt naslovi negativno utiču na novinarsku etiku, iako je u praksi njihova upotreba masovna. Nisu složni po pitanju statistike i analitike kao vodilje uređivačkih odluka – polovina smatra da je to negativna pojava, polovina ne (Grafikon 16.).



Grafikon 16. Klikbejt i veb analitika

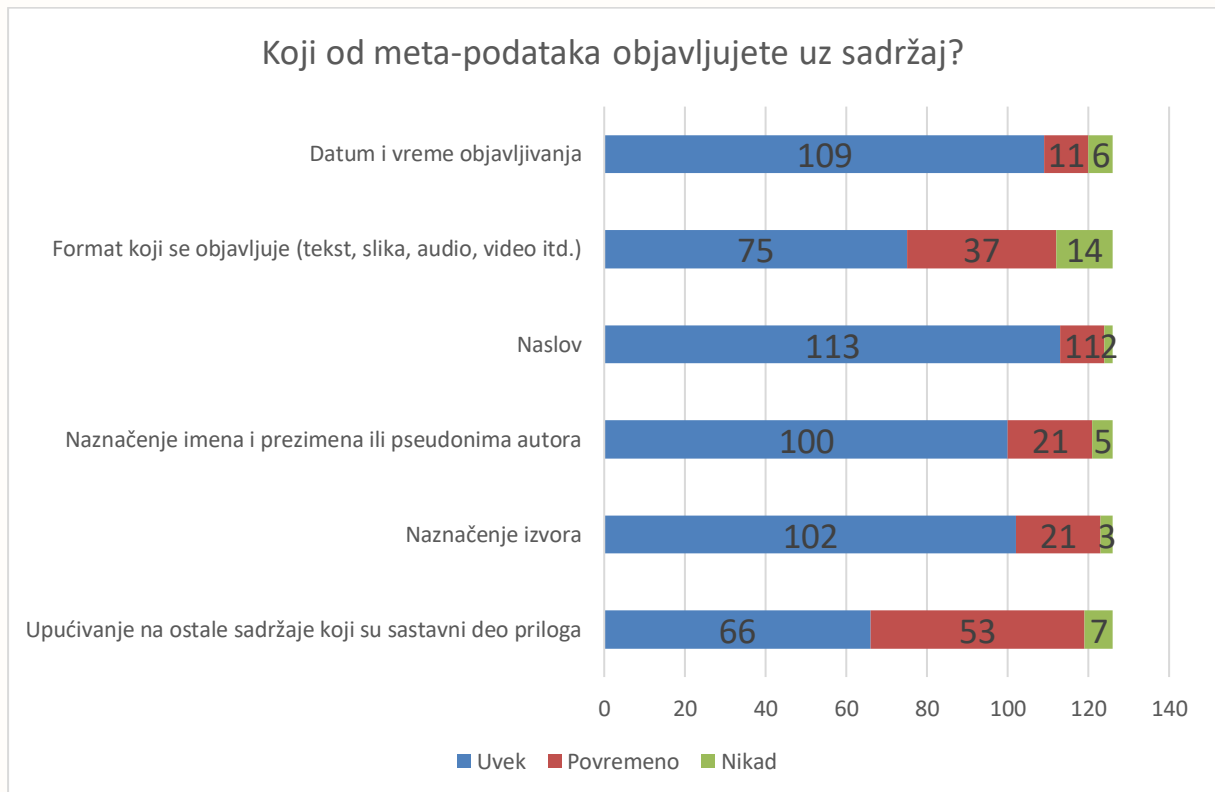
Digitalno okruženje omogućava velike manipulacije na tekstovima, njihovu brzu izmenu/uklanjanje/antidatiranje i sl. Ispitanici ove ankete su u manjoj meri bili izloženi ovim negativnim praksama (Grafikon 17). Posebna pažnja daje se objavljivanju neobeležnog promotivnog sadržaja, kao i neproverenog sadržaja, što je u skladu sa prethodnim odgovorima.



Grafikon 17. Učestalost negativnih novinarskih praksi

Jedna od normi preporučena Smernicama u onlajn okruženju odnosi se na i na objavljivanje određenih meta-podataka (podataka o samom tekstu i njegovoj opremi), jer ta praksa doprinosi odgovornosti prema čitaocima

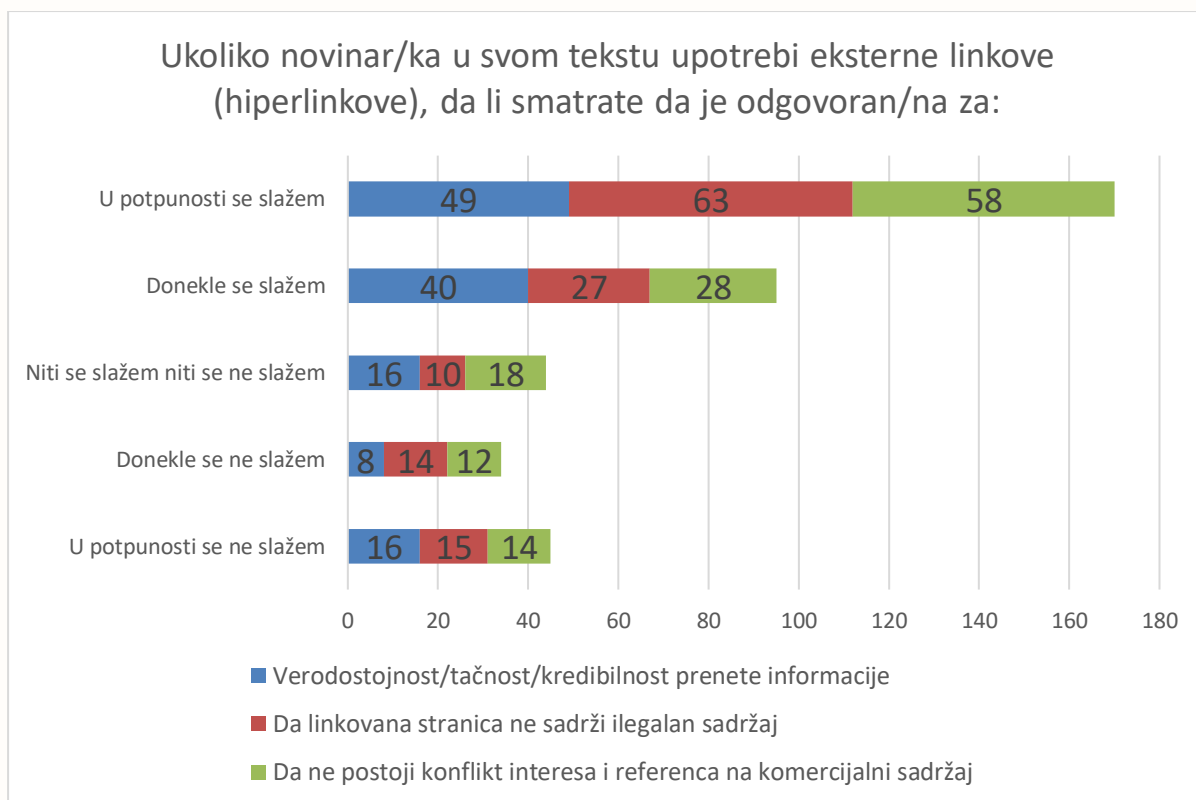
i pruža transparentan uvid u ono što se u samom tekstu nalazi. Ispitanici dolaze iz medija koji u velikoj meri poštuju preporuku iz Smernica (Grafikon 18.).



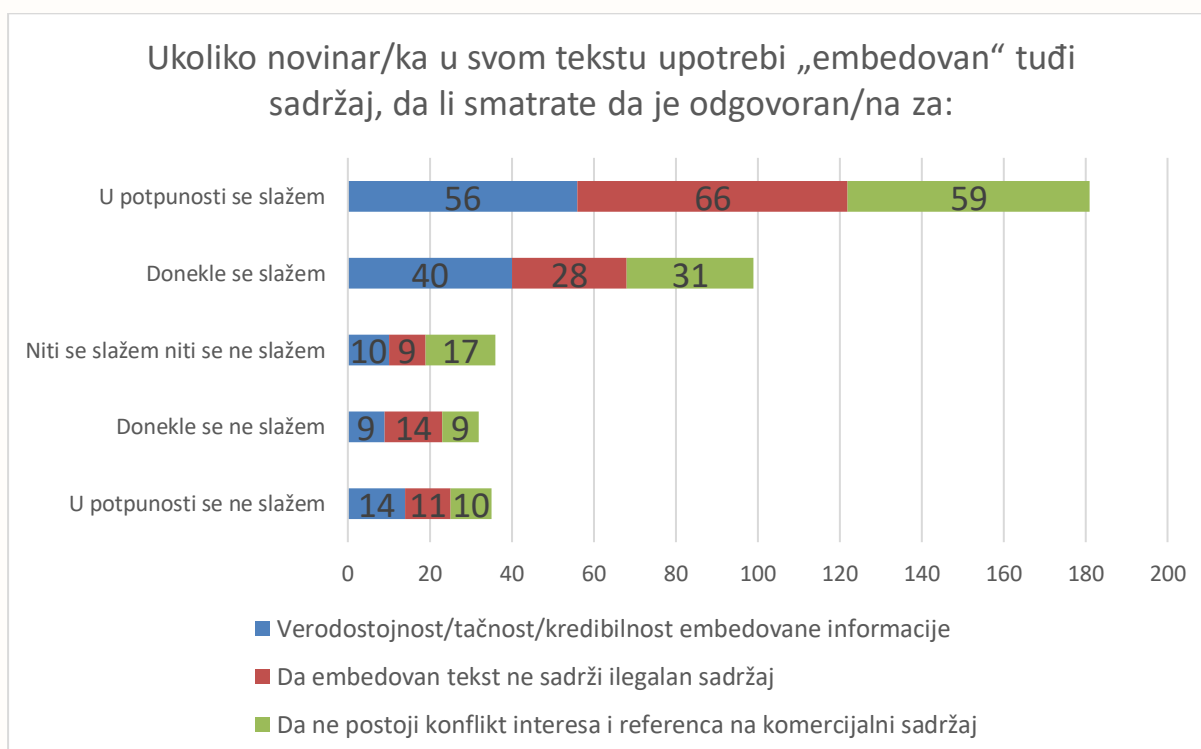
Grafikon 18. Obim meta-podataka

Odnos prema preuzetom, „tuđem“ sadržaju

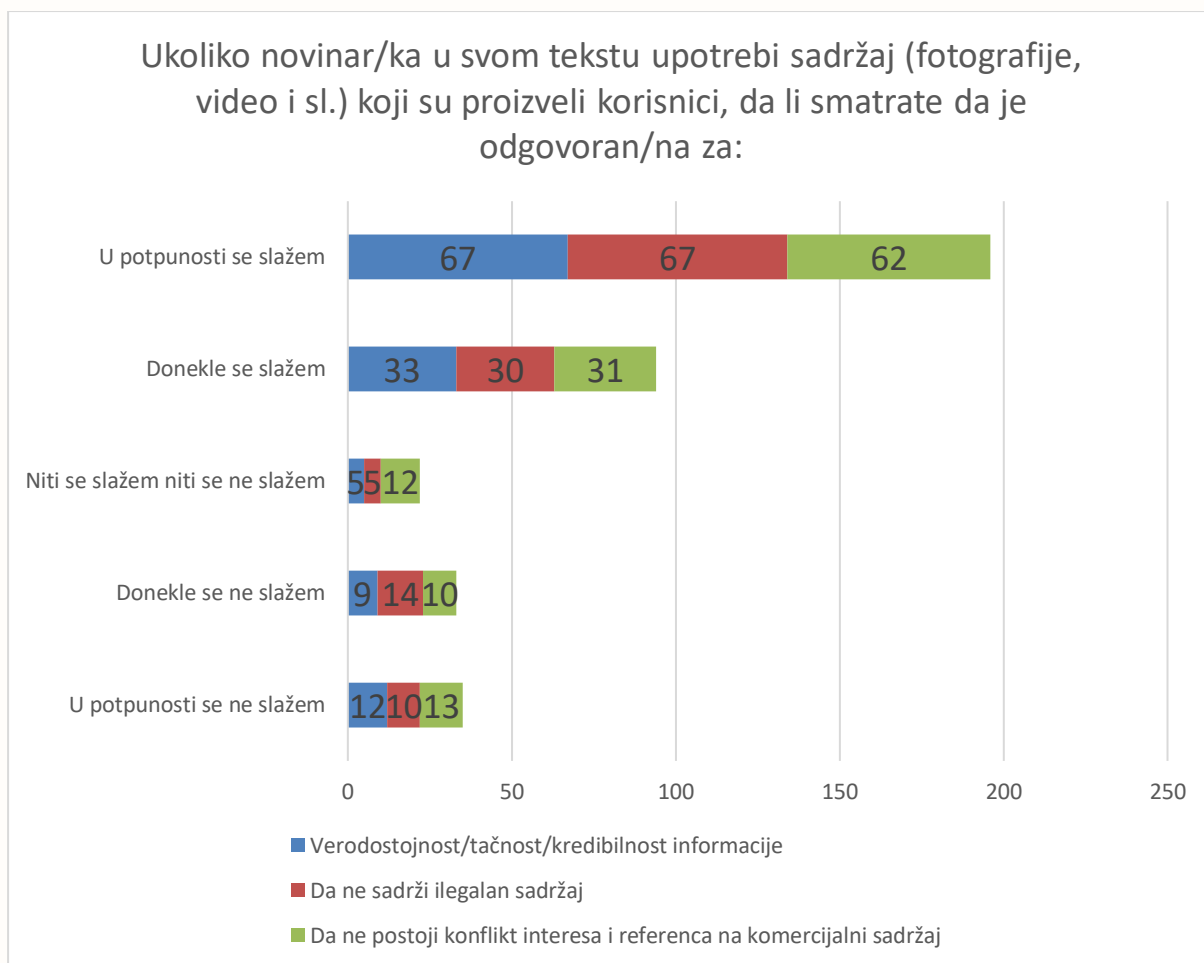
Ispitanici imaju osećaj povećane odgovornosti kad su u pitanju sadržaji koji su preuzeti od drugih medija ili korisnika (Grafikoni 19.-21.). Ovaj nalaz je u skladu sa prethodnim, jer ispitanici većinski, kroz nekoliko pitanja ove ankete, ponavljaju privrženost etičkim novinarskim praksama.



Grafikon 19. Odgovornost za preuzete hiper-linkove



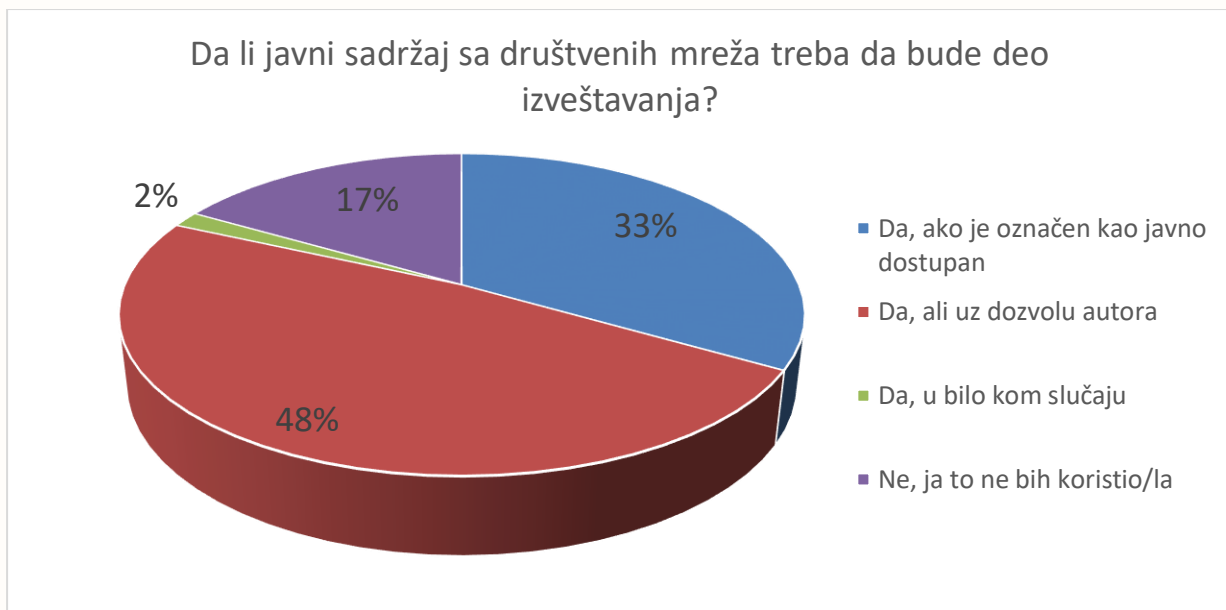
Grafikon 20. Odgovornost za embedovane informacije



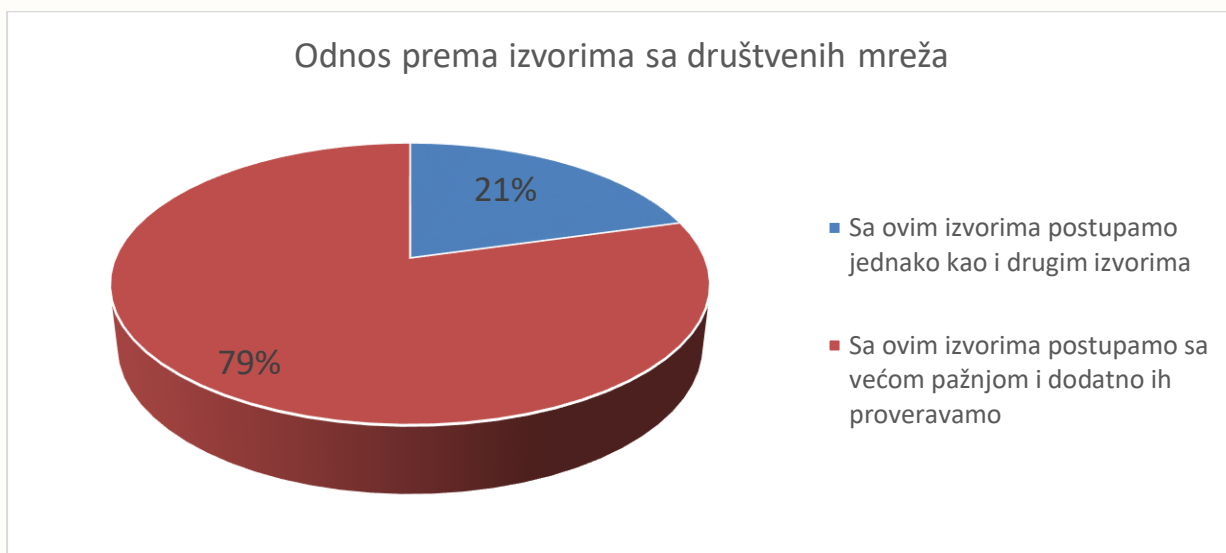
Grafikon 21. Odgovornost za korisnički sadržaj

Odnos prema društvenim mrežama

Nesumnjivo je da su društvene mreže promenile odnos medija prema izvorima i o tome svedoči podatak da je više od 70% ispitanika stava da javni sadržaj privatnih profila na društvenim mrežama može biti iskorišćen kao deo vesti i medijskog izveštavanja (Grafikon 22). Ipak, većina sa ovim izvorima postupa sa povećanom pažnjom, što je i jedna od preporuka Smernica za rad medija u onlajn okruženju (Grafikon 23.).

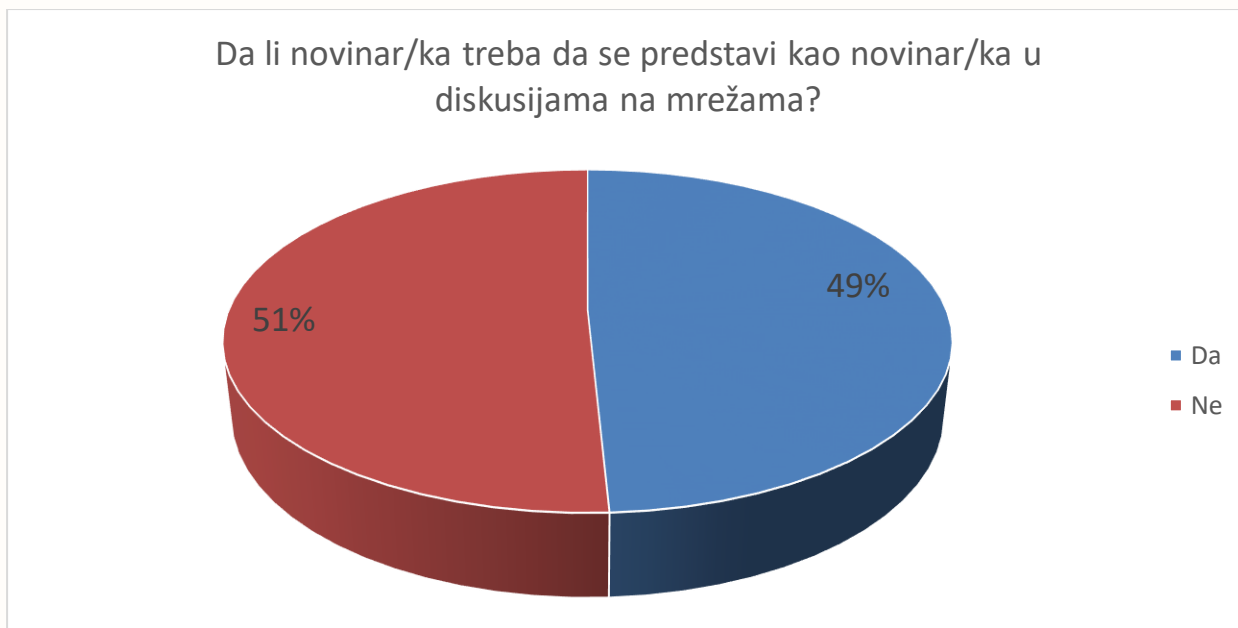


Grafikon 22. Odnos prema sadržajima sa društvenih mreža



Grafikon 23. Odnos prema izvorima sa društvenih mreža

Manja je, međutim, saglasnost među ispitanicima oko toga da li novinari na svojim profilima društvenih mreža treba da se identifikuju kao novinari (Grafikon 24.). Ispitanici su u odgovorima podeljeni pola-pola. I ovaj nalaz je u skladu sa podacima evropskog istraživanja.



Grafikon 24. Identifikacija novinara na društvenim mrežama

Ispitanici smatraju da novinar na svojim profilima ima pravo da iskaže stav o aktuelnim dešavanjima, ili svoj politički ili ideološki stav. Nema konsenzusa u vezi sa korišćenjem profila u profesionalne svrhe i upotrebom društvenih mreža kao resursa za pisanje priča – dok jedna trećina ispitanika smatra da novinari tada imaju pravo na izražavanje sopstvenog stava, isti broj smatra da taj stav ne treba da dele javno (Grafikon 25.).

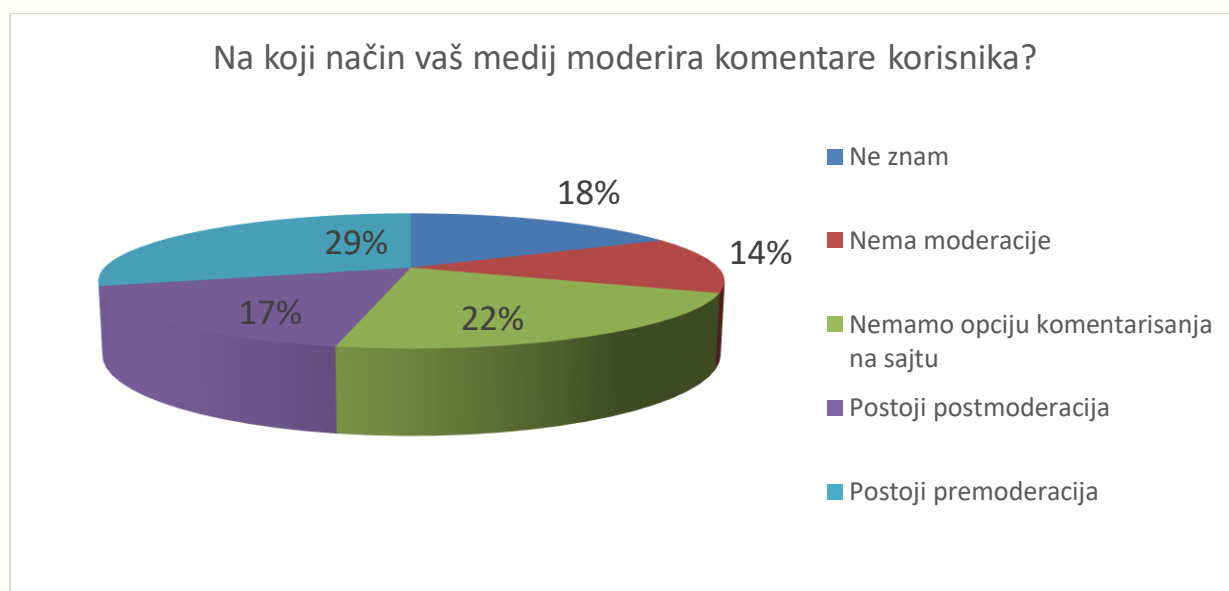
	U potpunosti se slažem	Donekle se slažem	Niti se slažem, niti ne slažem	Donekle se ne slažem	U potpunosti se ne slažem
Koristi taj profil da izrazi svoja lična ili politička uverenja	36	39	14	13	28
Koristi taj profil da bi istakao stav o aktuelnim dešavanjima	52	40	10	11	17
Koristiti taj profil u profesionalne svrhe, u vezi sa pričama na kojima radi i izrazi svoje mišljenje o njima	32	35	24	23	18

Koristiti taj profil u profesionalne svrhe u vezi sa pričama na kojima radi, ali bez izražavanja svog mišljenja o njima	32	29	31	17	22
---	----	----	----	----	----

Grafikon 25. Korišćenje društvenih mreža od strane novinara

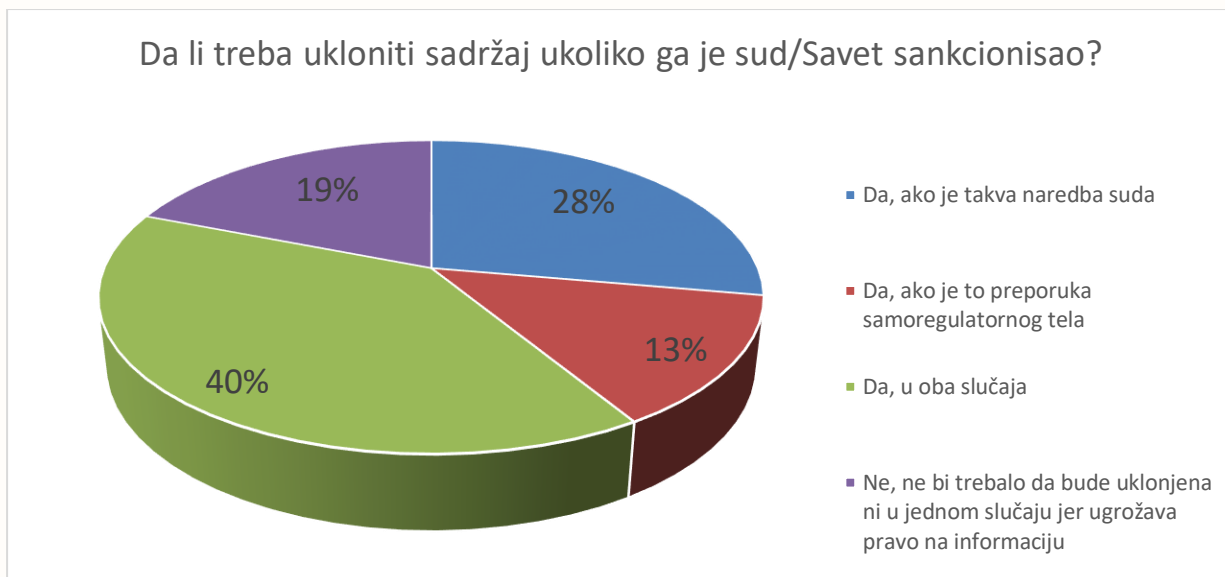
Upravljanje privatnim podacima korisnika i korisničkim sadržajem

Smernice za rad medija u onlajn okruženju preporučuju brižljivo upravljanje sadržajem koji kreiraju korisnici, a posebnu pažnju treba obratiti na komentare. Među ispitanicima, međutim, nema ujednačene prakse pri postupanju sa ovim sadržajem. Dok jedan broj medija radi pre/post moderaciju, neki se odlučuju da ukinu opciju komentarisanja, a njih oko 10% uopšte ne moderira komentare, suprotno preporuci Smernica (Grafikon 26.).



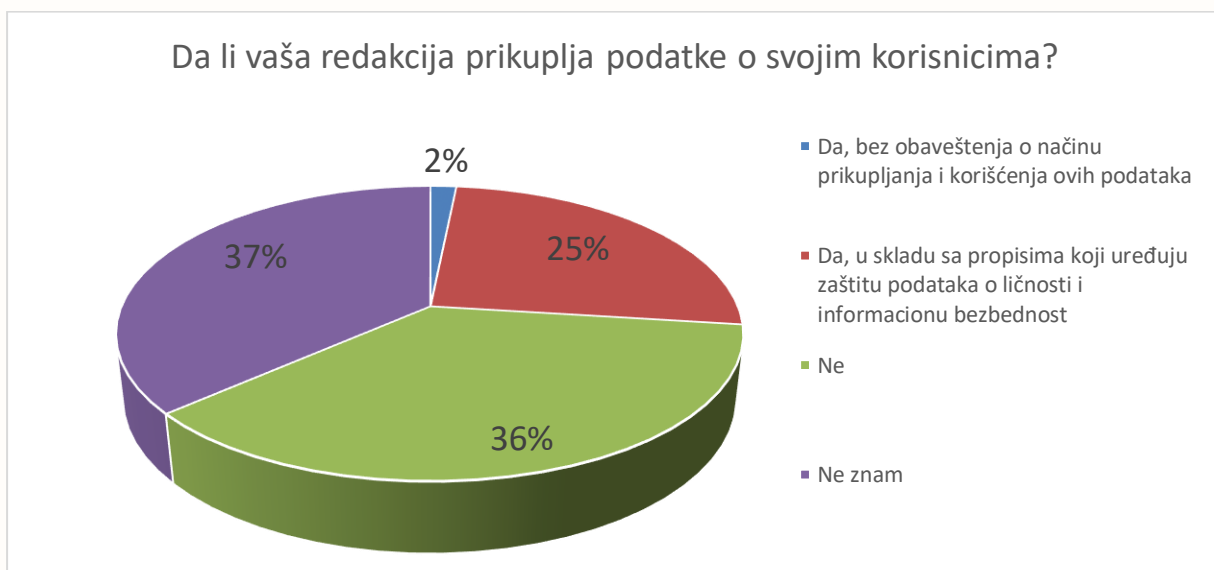
Grafikon 26. Moderacija komentara

„Pravo na zaborav“ i brisanje linkova i već objavljenog sadržaja je još jedno od pitanja u kojima novinarska zajednica nema u potpunosti ujednačen stav. Gotovo polovina ispitanika bi sačekala odluku suda i samoregulatornog tela pre uklanjanja sadržaja, dok njih skoro 20% ne bi uklonilo sadržaj ni u kom slučaju ako bi to ugrozilo pravo na informisanje (Grafikon 27.).



Grafikon 27. Brisanje sadržaja

Novinari koji su učestvovali u ovoj anketi ili „ne znaju“ da li medij za koji rade prikuplja podatke o čitaocima portala ili takva praksa ne postoji u medijima u kojima rade (Grafikon 28.). Tek nešto manje od trećine navodi da medij prikuplja podatke, poštujući odredbe zakona o zaštiti podataka o ličnosti. Imajući u vidu široko rasprostranjenu upotrebu posebnih programa tzv. „kolačića (cookies)“ koji prate ponašanje korisnika na sajtu, ali i omogućavaju funkcionisanje sajta, ovaj nalaz upućuje na potrebu dodatne edukacije novinara o načinu funkcionisanja ove i sličnih tehnologija, koji u nekim slučajevima mogu biti naročito intruzivni za korisnike.

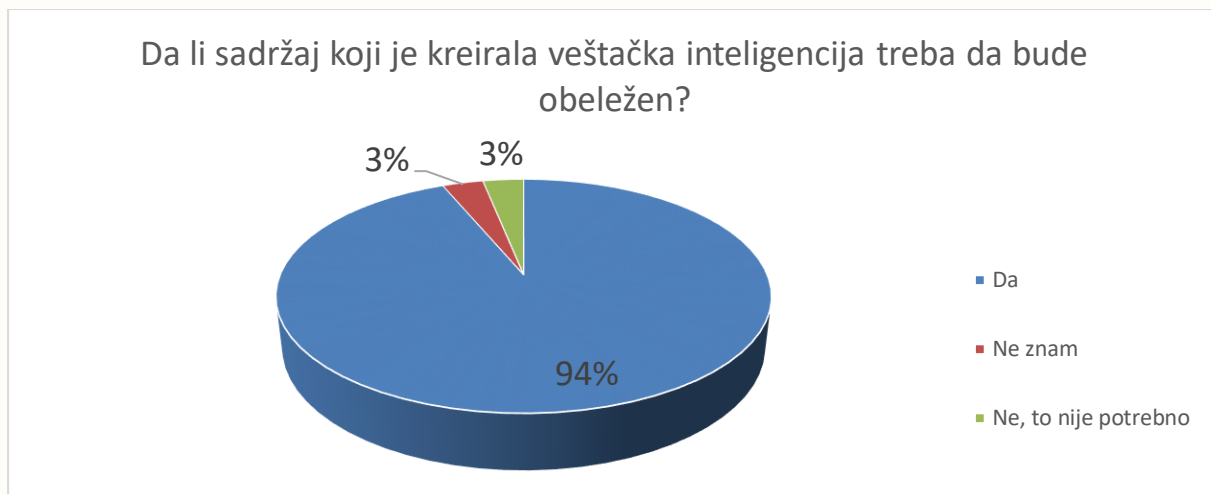


Grafikon 28. Prikupljanje podataka o korisnicima

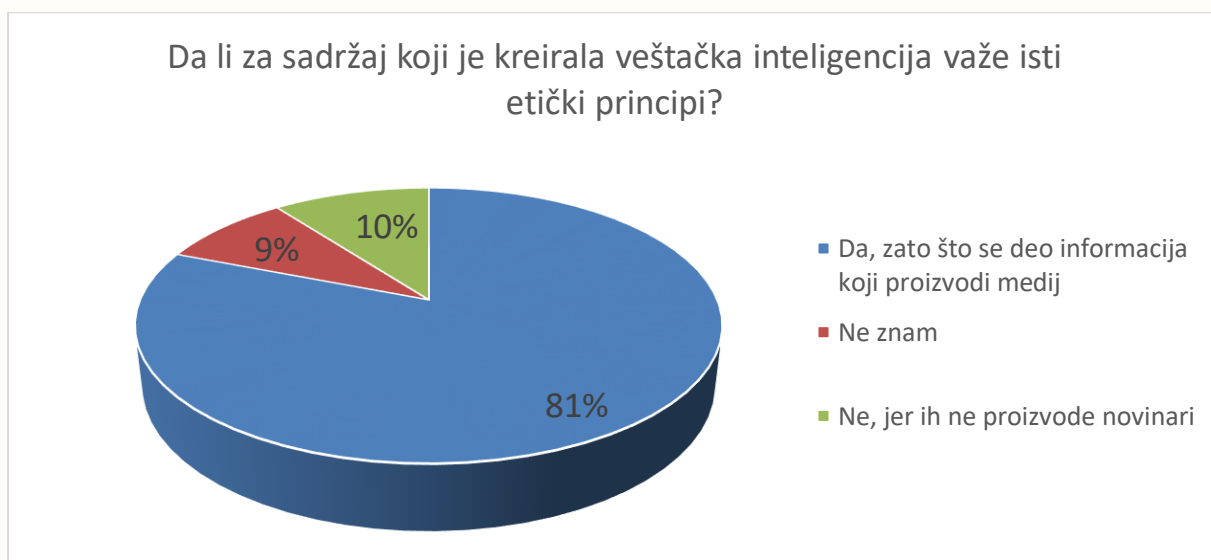
Etičke dileme i upotreba veštačke inteligencije

Upotreba veštačke inteligencije u kreiranju medijskog sadržaja jedna je od najaktuelnijih debata u medijskoj industriji. Ona otvara ne samo pitanja funkcionisanja redakcija već i brojna etička pitanja. Postoji visok nivo saglasnosti među ispitanicima da ovako kreiran sadržaj treba da bude posebno obeležen (Grafikon 29.).

Sličan nivo konsenzusa među ispitanicima, pokazalo se prema odgovorima na anketu, postoji u vezi sa pitanjem da li sadržaj koji je kreiran putem veštačke inteligencije treba da podleže istim etičkim principima kojima podleže ostali sadržaj jer se smatra integralnim delom medijske produkcije (Grafikon 30.).

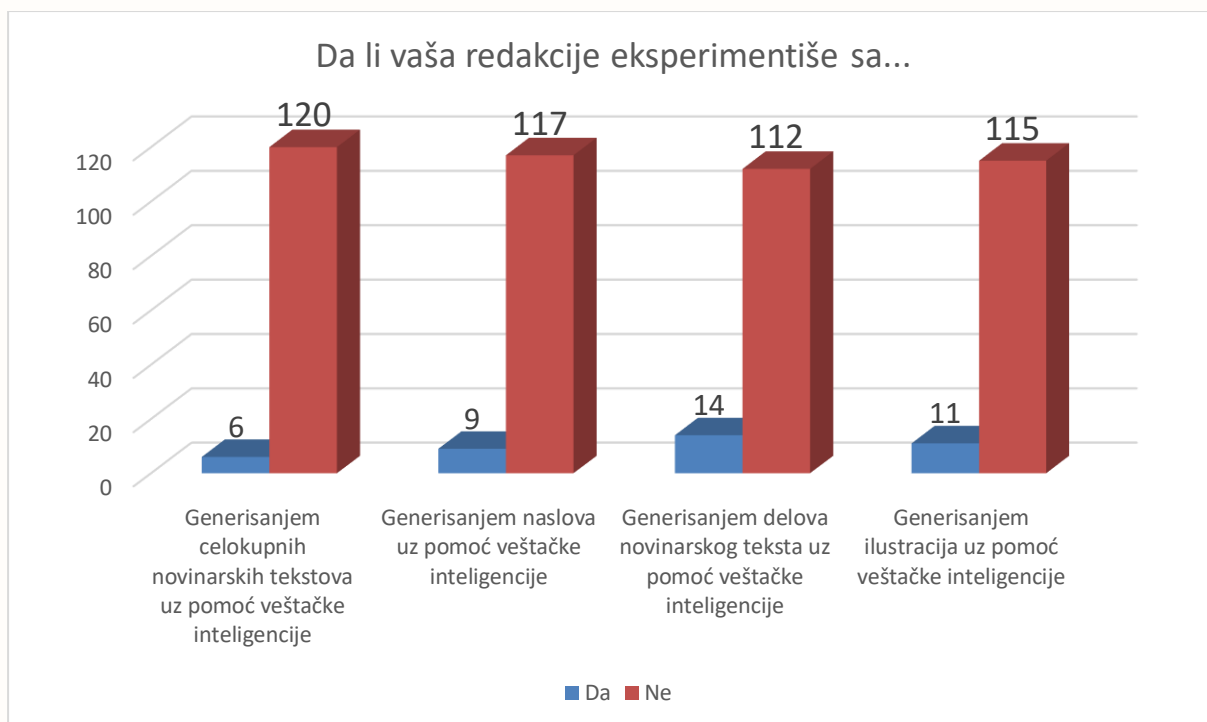


Grafikon 29. Obeležavanje sadržaja kreiranog putem VI



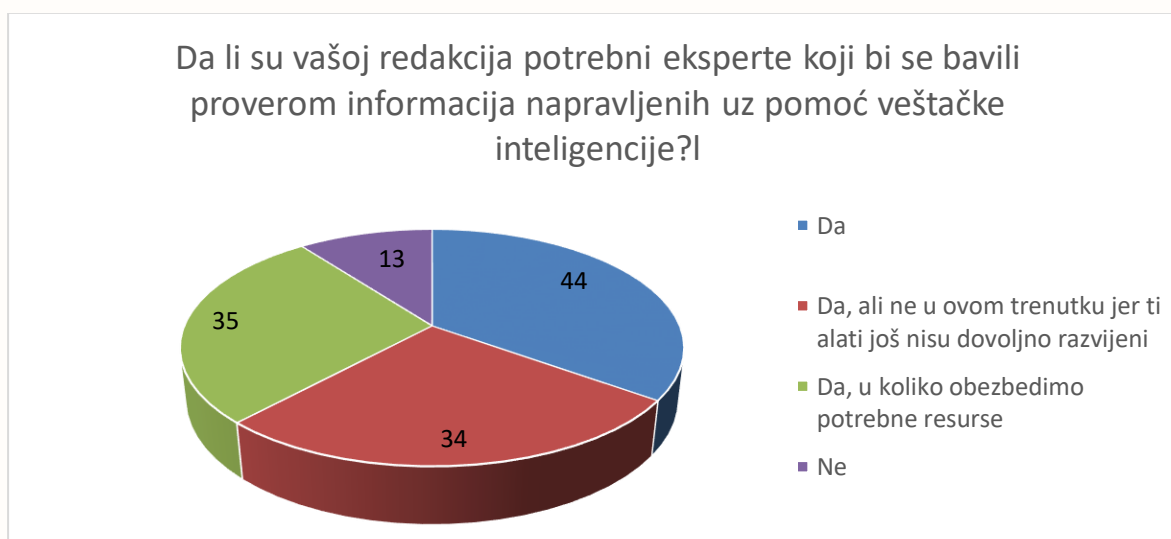
Grafikon 30. Primena etičkih principa za VI

I dok veliki, svetski mediji uveliko eksperimentišu sa upotrebom VI u kreiranju sadržaja, teksta, fotografija i sl., čini se da srpski mediji kasne. Zanimljivo malo ispitanika je navelo da njihov medij eksperimentiše sa upotrebom ove tehnologije (Grafikon 31.).



Grafikon 31. Upotreba VI u redakcijama

Širu upotrebu veštačke inteligencije, prema podacima iz ankete, sputava nerazumevanje same tehnologije, ali i nedostatak resursa (Grafikon 32.).

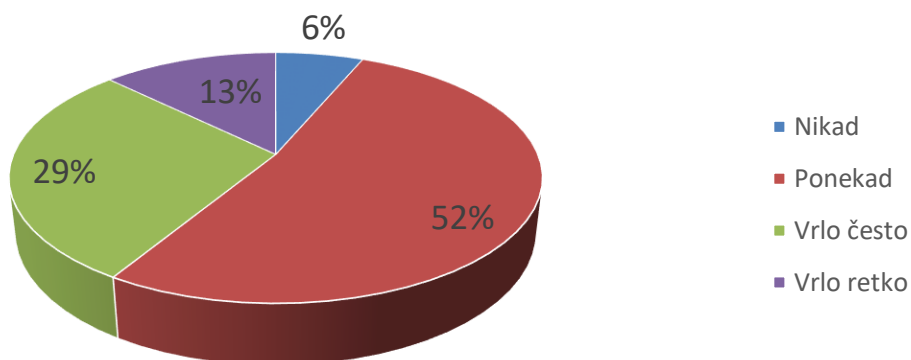


Grafikon 32. Eksperti za proveru informacija kreiranih putem VI

Autorsko pravo

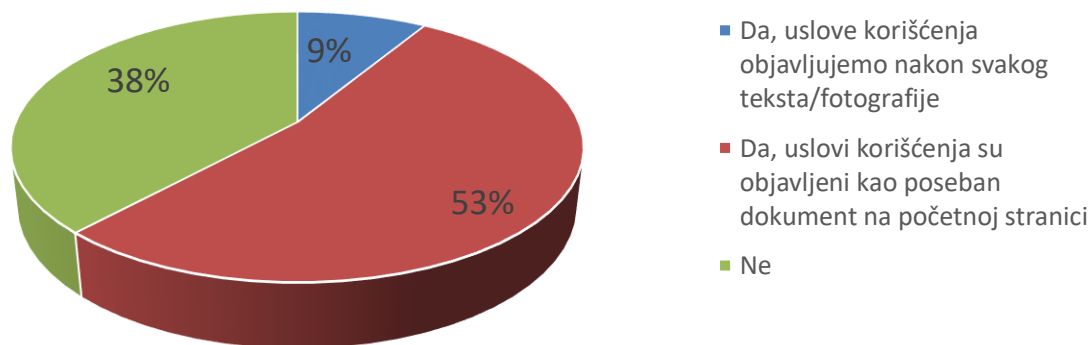
Preuzimanje tuđeg sadržaja bez navođenja autora česta je, negativna praksa domaćih medija. Gotovo 80% ispitanika se „ponekad“ ili „vrlo često“ susrela sa ovom vrstom neovlašćenog preuzimanja novinarskog rada (Grafikon 33.). Zato zabrinjava podatak da jedna trećina medija još uvek nije izradila pravila o preuzimanju tekstova ili fotografija sa portala (Grafikon 34.). Poštovanju autorstva doprinose i jasna, transparentna pravila preuzimanja sadržaja (teksta, fotografija) sa sajta. Ova pravila ima, prema podacima iz ankete, nešto više dve trećine ispitanika.

Koliko često vaš sadržaj preuzimaju drugi mediji, bez navođenja autorstva?



Grafikon 33. Preuzimanje autorskih tekstova

Da li vaš medij ima objavljena pravila korišćenja slika i fotografija?



Grafikon 34. Pravila korišćenja slika i fotografija

ODLUKE KOMISIJE ZA ŽALBE: ANALIZA

Komisija za žalbe je telo Saveta za štampu koje odlučuje o povredama Kodeksa novinara Srbije, a njeno delovanje usmereno je na pomoć građanima (ili grupama građana) i institucijama koji su direktno oštećeni pisanjem štampanih ili onlajn medija. Prigovor se može podneti na tekst, fotografiju i drugi sadržaj štampanih medija i portala. Komisiju čini ukupno 11 predstavnika - 8 predstavnika novinarskih i medijskih udruženja i 3 predstavnika koji dolaze iz redova civilnog društva. Rad Komisije je javan i besplatan, a sednice se održavaju jednom mesečno.

Rad Komisije vodi se principima demokratičnosti u odlučivanju (odluke se donose većinom glasova, o mogućim povredama Kodeksa vodi se debata, konsenzus različitih mišljenja utiče na konačnu odluku i sl.), participativnosti (učesće predstavnika medija i organizacija civilnog društva) i transparentnosti (javno objavljivanje odluka, sednice otvorene za javnost).

Odluke Komisije o žalbenim postupcima glavni su proizvod njenog rada. Oni su, ujedno, i glavni resurs i baza znanja, kako za medijske profesionalce, tako i za širu javnost. Za novinare i urednike one su sredstvo za tumačenje Kodeksa novinara (i oba seta Smernica za primenu Kodeksa u onlajn okruženju) i njegovu primenu u svakodnevnom radu. Građani se putem odluka informišu o tome šta se podrazumeva pod povredom Kodeksa, kako se piše i podnosi žalba, kako izgleda proces odlučivanja i sl.

Svi žalbeni postupci sa obrazloženim odlukama su javnosti dostupni i na specijalizovanom sajtu, ovde <http://zalbe.rs/>. Pohvalno je što je sav materijal dostupan u „otvorenom“, mašinski čitljivom formatu, što olakšava dalju obradu i analizu podataka.

Prema Statutu Saveta za štampu, Komisija može doneti nekoliko tipova odluka: odbacivanje žalbe ukoliko nema povrede Kodeksa, javnu opomenu ili javno objavljivanje odluke kojom se žalba prihvata. U nekoliko slučajeva Komisija nije imala konsenzus pa nije ni publikovala odluku, dok je u nekim slučajevima došlo do medijacije i dogovora između strana u žalbenom postupku.

Predstavnici Komisije za žalbe su svojevrsni „tumači“ odredbi Kodeksa novinara, a njihove odluke daju dobar uvid u sam kvalitet i nivo profesionalnosti izveštavanja štampanih i onlajn medija, utvrđujući postojanje (ili nepostojanje) povreda Kodeksa u tačno određenim njegovim poglavljima.

Digitalni medijski prostor je mahom neregulisan i kao takav ne podleže strogom zakonodavnom režimu poput elektronskih medija. Osim toga, digitalni prostor izvor je različitih negativnih pojava, poput širenja dezinformacija, zadiranja u privatnost, orkestriranih kampanja, „klikbejt“ novinarstva i drugih vidova manipulacije. Upravo zato, važno je promovisati modele samoregulacije i etičnog izveštavanja, a odluke Saveta za štampu jedan su od resursa za rešavanje nagomilanih problema.

Ovim istraživanjem obuhvaćeno je ukupno 125 Odluka Komisije za žalbe, koje su usvojene u toku 2021. i 2022. godine. Iako komisija odlučuje o svakoj pojedinačnoj žalbi, treba imati u vidu da je broj jedinstvenih tekstova u žalbenom postupku u realnosti ipak nešto manji, jer se u praksi dešava da se pojedinci ili institucije žale na izveštavanje više medija koji su preneli istu ili sličnu vest.

Analizom odluka Komisije ispitujemo koja se poglavlja Kodeksa najčešće krše i od strane kojih onlajn medija, koje od povreda imaju direktnu vezu sa Smernicama i koji su ishodi rada Komisije. Osim toga, predstavice pojedinačne slučajeve koji su zanimljivi sa stanovišta tumačenja novinarske prakse u digitalnom okruženju.

Uzorak ovog istraživanja odnosio se isključivo na onlajn medije, ne i na štampane koji su takođe u mandatu Komisije za žalbe. U tabeli 1. predstavljena je distribucija odluka po godinama, pri čemu se beleži trend pada u broju žalbi između dve uzastopne godine. Ovaj pad u izvesnoj meri govori i o padu u broju prekršaja Kodeksa novinara i on je zabeležen i redovnim, [godišnjim monitoringom Saveta](#).

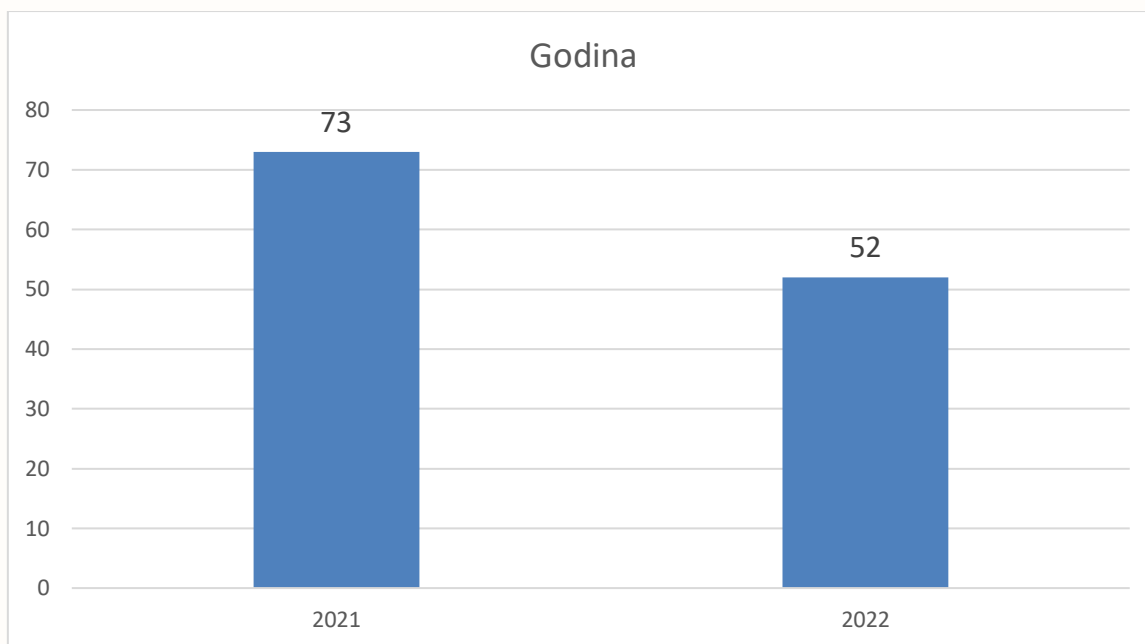


Tabela 1. Ukupan broj obrađenih žalbi protiv onlajn medija za 2021. i 2022.

Analiza ishoda rada Komisije

Najveći broj pritužbi dolazi od samih građana, takvih je gotovo četvrtina u našem uzorku. Ovaj podatak govori o tome da su građani direktno oštećeni medijskim izveštavanjem prepoznali Komisiju i Savet kao mesto na kom mogu dobiti posebnu vrstu obeštećenja.

Nemali broj podnosilaca žalbi dolazi iz sfere samih medija (nešto manje od jedne četvrtine obrađenih slučajeva). Ove pritužbe najčešće se odnose na povrede autorskih prava ili pak istinitost izveštavanja. Analizom žalbi uočena je i praksa međusobnih žalbi medija različitih uređivačkih orijentacija (na primer, Ozonpress i Glas zapadne Srbije, Sanapress i Snews), što je jedna od posledica polarizovanog medijskog sistema u kome se čak i etički standardi koriste za dodatne podele. U tabeli 2. su predstavljeni podnosioci žalbi.

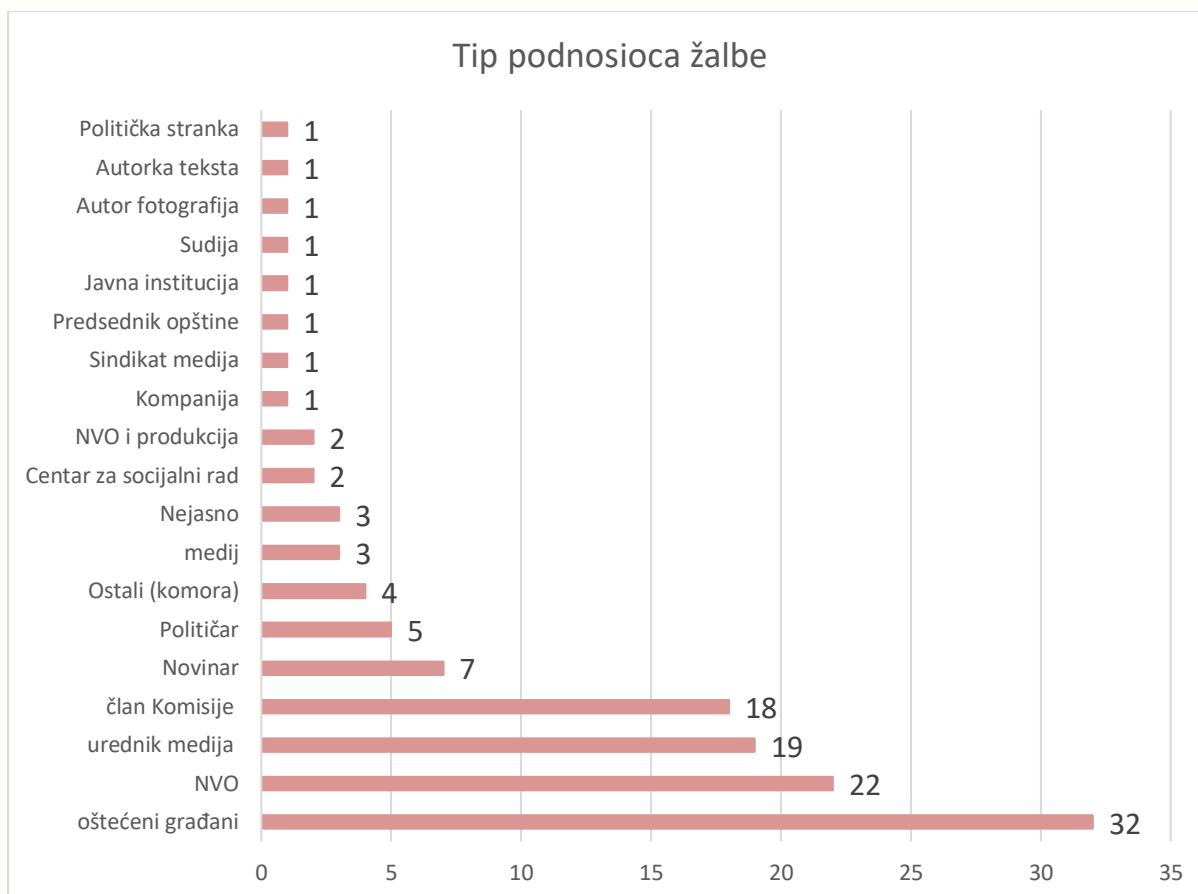


Tabela 2. Podnosioci žalbi razvrstani po tipu

Najveći broj pritužbi podnesen je, sasvim očekivano, protiv najvećih i najuticajnijih tabloidnih medija. Pritužbe se podnose i protiv nacionalnih i lokalnih medija, kao što pokazuje Tabela 3. U vrhu po broju žalbi su Informer.rs, Republika.rs (portal Srpskog telegrafa) i Blic.rs koji zajedno čine 30% ukupnih žalbi koje su obrađene uzorkom. Podaci korespondiraju i sa rezultatima [godišnjeg monitoringa](#) Saveta za štampu u kom su isti mediji označeni kao najveći kršioci Kodeksa.

Ovakav rezultat se dodatno može objasniti ne samo biznis modelom i uređivačkom orijentacijom ovih medija, nego i algoritamskim okruženjem u kom se [favorizuje „klikabilni“ sadržaj](#) koji je okosnica tabloidnog izveštavanja.

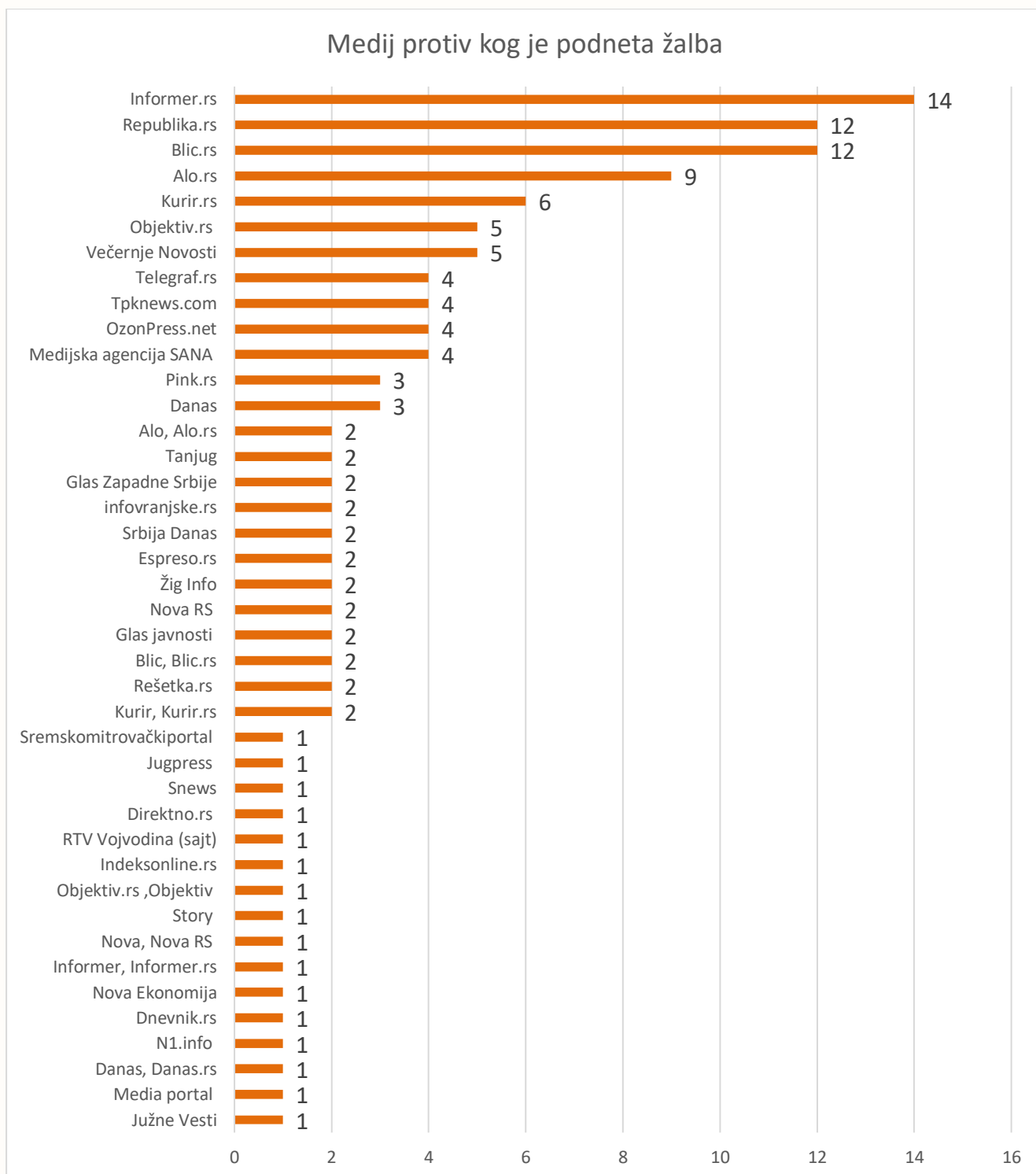
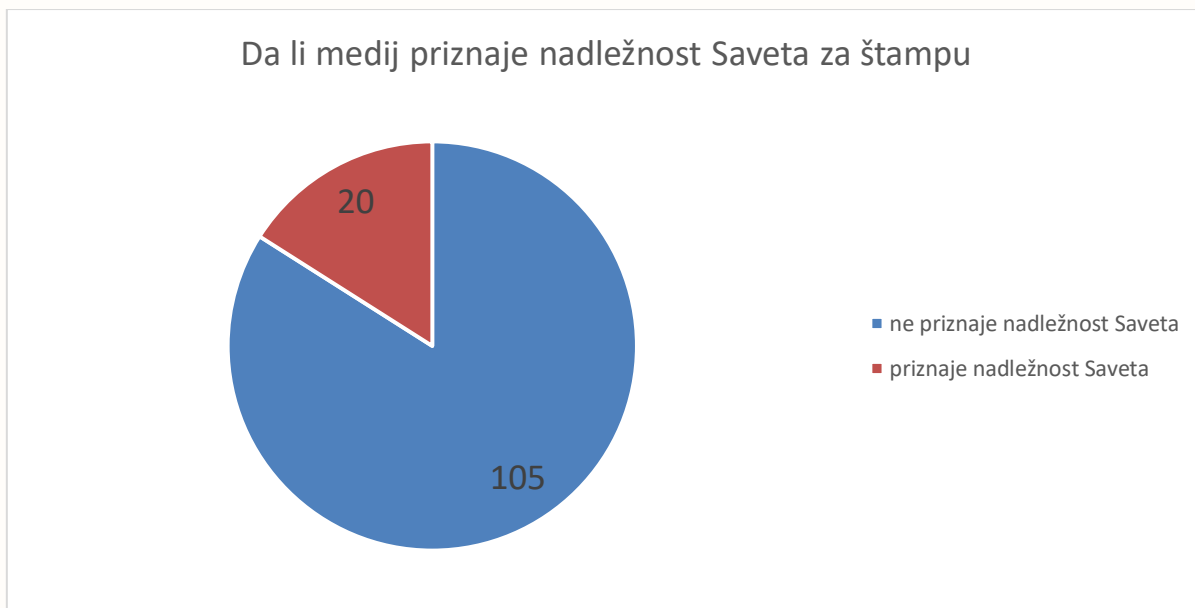


Tabela 3. Onlajn mediji protiv kojih je podneta žalba u toku 2021. i 2022. godine

Domet Odluka Komisije za žalbe ograničava činjenica da jedan deo medija ne priznaje nadležnost Saveta za štampu, a samim tim i nema obavezu objavljivanja njenih odluka. Najveći broj žalbi odnosi se upravo na takve medije, što pokazuje naredni grafikon.



Grafikon 4. Priznanje nadležnosti Saveta za štampu

Podnosioci žalbi u velikoj meri su upoznati sa odredbama Kodeksa i svojim pravom na žalbu, o čemu svedoči i veliki broj žalbi rešenih u korist tužilaca (Tabela 5.).

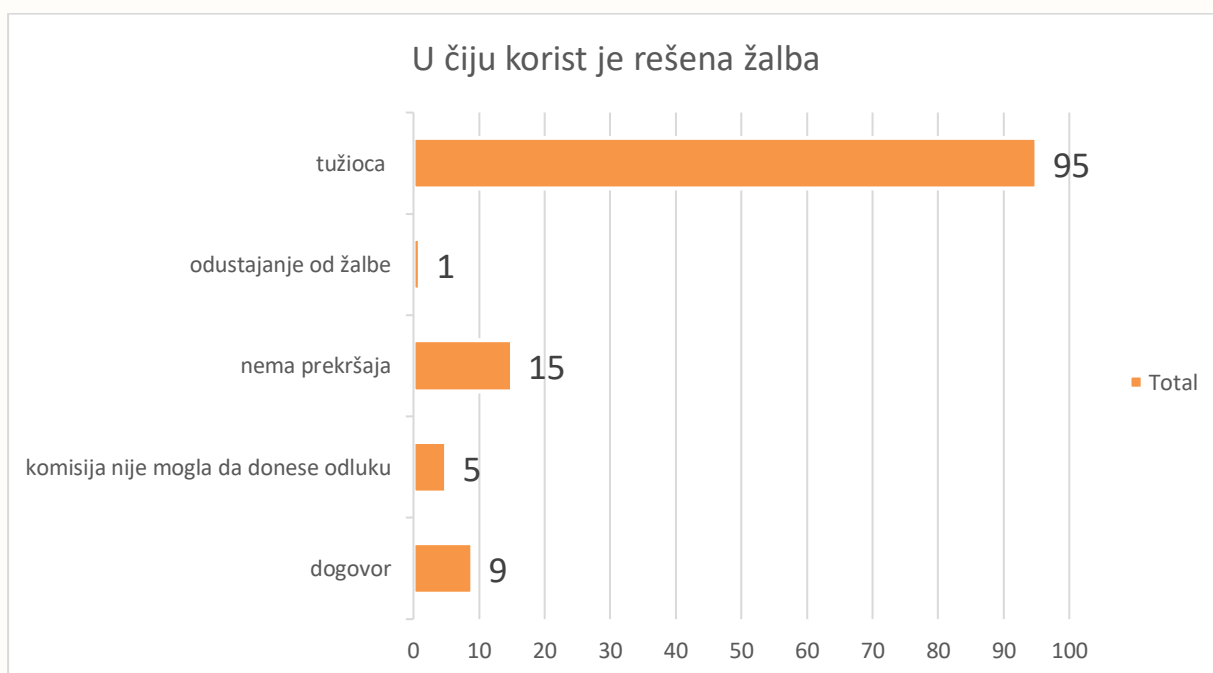


Tabela 5. Odluke Komisije prema statusu žalbi

Imajući u vidu da je više od dve trećine žalbi rešeno u korist tužioca te da je utvrđeno postojanje povrede Kodeksa, i najveći broj odluka odnosio se na izricanje „javnih opomena“ i „javno objavljivanje odluka“ Komisije, pre svega na veb sajtu samog Saveta za štampu. Javne opomene se izriču isključivo medijima ne koji priznaju nadležnost ovog tela. U Tabeli 6. je predstavljen ishod rada Komisije, obrađen prema odabranom uzorku.

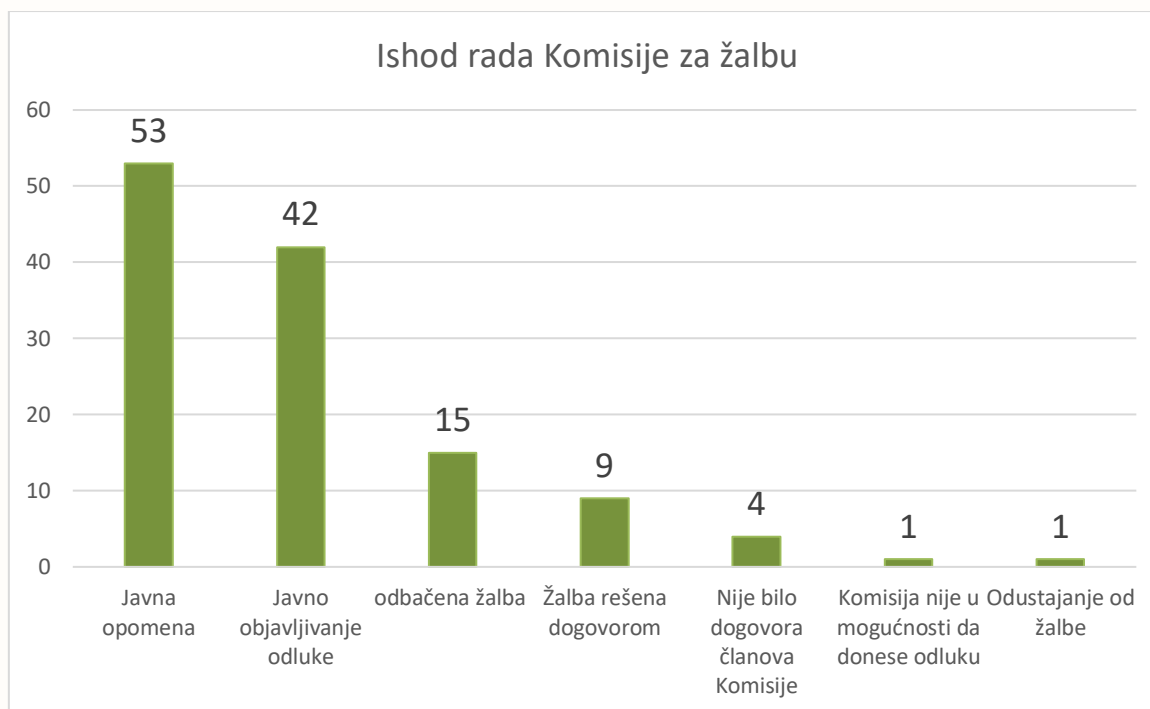


Tabela 6. Ishod rada Komisije

Istinitost, odgovornost i privatnost – najčešće povrede kodeksa

U 95 slučajeva (od ukupno 125 koliko je obrađeno uzorkom istraživanja) Komisija za žalbe je konstatovala povredu Kodeksa. Ove povrede su mahom višestruke i odnose se na više njegovih poglavlja, te u obrazloženju 95 odluka Komisija konstatuje ukupno 200 prekršaja pojedinih poglavlja kodeksa.

Tabela 7. pokazuje da tuženi mediji najčešće krše odredbe koje se odnose na odgovornost novinara (Poglavlje IV Kodeksa) i istinitost izveštavanja (poglavlje I Kodeksa) koje se odnosi na obavezu tačnog, objektivnog, potpunog i blagovremenog izveštavanja o događajima od interesa za javnost.

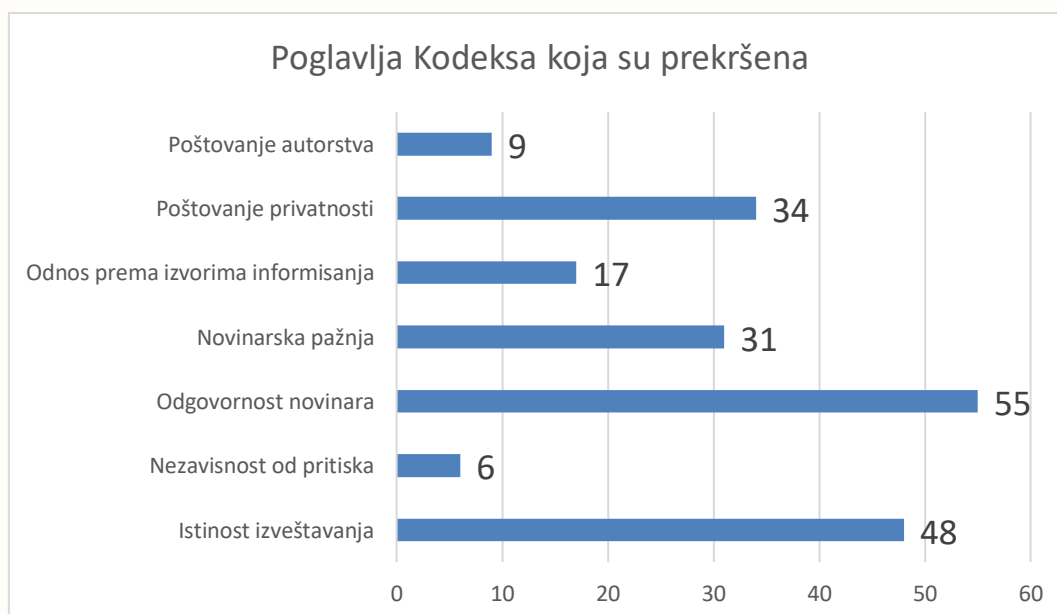


Tabela 7. Broj prekršaja razvrstan prema poglavljima Kodeksa novinara Srbije (ukupan prekršaja broj veći je od broja odluka jer su konstatovane višestruke povrede kodeksa po jednoj odluci)

Komisija se u obrazloženju odluka retko poziva na Smernice za primenu Kodeksa u onlajn okruženju, najčešće u slučajevima koje se tiču povrede autorskih prava.

Najteže povrede Kodeksa odnose se na povrede privatnosti, naročito maloletnih lica i izveštavanja u slučajevima ubistva, samoubistva, porodičnog nasilja i seksualnog zlostavljanja ili sudskih postupaka koji su u toku. Posebno se ističe loša praksa otkrivanja identiteta u kom mediji maloletnicima „zacrne“ oči, ali otkriju sve ostale detalje koji mogu da doprinesu identifikaciji, na primer, ime roditelja, adresu, školu i sl. Dodatno, pošto su vesti obrađene na krajnje senzacionalistički način, one dodatno doprinose uznemiravanju javnosti.

U vezi sa istinitošću izveštavanja, povrede Kodeksa odnose se na odsustvo druge strane i prava na odgovor, kao i provere izvora (tekst se zasniva na jednom, neproverenom ili anonimnom izvoru). Prenošnje sadržaja drugih medija, bez provere, kao i nerazlikovanje komentara od činjenica takođe su identifikovani od strane Komisije kao povreda Kodeksa.

Onlajn mediji imaju praksu da tekstove pišu na osnovu aktivnosti i interakcije naloga i profila na društvenim mrežama, a u uzorku ovog istraživanja identifikovano je nekoliko povreda Kodeksa koji se odnose upravo na neprovereno prenošenje sadržaja sa platforme X (nekadašnji Tviter), Fejsbuk naloga ili pak zatvorenih Vajber grupa. Smernice pravilno ukazuju da se sa ovom vrstom izvora postupa po pravilima dužne novinarske pažnje, te da ovi izvori traže dodatnu proveru i verifikaciju istinitosti.

Žalbeni postupci u vezi sa autorskim pravima rešavaju se u najvećem broju slučajeva u korist autora, a Komisija se u obrazloženju odluka poziva na deo Smernica u kojima se naglašava potreba prethodne saglasnosti za preuzimanje sadržaja, ili pak, poštovanje pravila korišćenja i preuzimanja sadržaja koji su istakli sami mediji.

Posebno interesantni slučajevi

U analizi odluka Komisije ističemo nekoliko za koje smatramo da mogu biti posebno korisni u tumačenju pojedinih novinarskih praksi u digitalnom okruženju.

Moderacija komentara i profila na društvenim mrežama: Komisija za žalbe staje na stanovište da se urednička odgovornost proteže ne samo na zvanične portale medija, već i komentare čitalaca (videti, na primer, slučajeve Gvozden Nikolić protiv Ozonpress-a iz 2021., Velimir Bulatović protiv Infovranjske.rs iz 2022, Centar za socijalni rad Leskovic protiv Glasa javnosti iz 2022., Pavle Jelisićević protiv Glasa zapadne Srbije iz 2022. godine) i njihove profile na društvenim mrežama. Komisija u svojim obrazloženjima navodi da mediji prilikom procene komentara čitalaca treba da odluče da li je komentar posebno uvredljiv. U jednom od obrazloženja navodi se da „Komisija uporno ukazuje da su redakcije odgovorne za komentare čitalaca, pa je i u ovom slučaju, odlukom redakcije da objavi i ne ukloni sporne komentare, prekršen Kodeks novinara u tačkama koje se odnose na objavljivanje neosnovanih optužbi, kleveta ili glasina“.

Smernice za primenu Kodeksa u onlajn okruženju, slično odlukama Komisije, prepoznaju premoderaciju i postmoderaciju komentara čitalaca. U slučaju naknadne, postmoderacije, preporučuje se „da se objavljeni korisnički generisani sadržaj periodično proveravaju radi uklanjanja sadržaja koji, na osnovu uredničke odluke, mogu dovesti do kršenja Kodeksa i pre obaveštenja zainteresovane strane, zbog zaštite ljudskih prava“.

Zaštita privatnosti maloletnog lica i pravo na zaborav: U okviru našeg istraživanja, identifikovano je minimum 14 povreda Kodeksa koji se odnose na nedozvoljeno objavljivanje privatnih podataka, a najozbiljnije povrede među njima odnose se na povredu privatnosti maloletnih lica, naročito u nesrećnim slučajevima. U jednom od obrazloženja se konstatuje da „Kodeks vrlo jasno propisuje da prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima, nije dozvoljeno objavljivanje imena i fotografija žrtava i počilaca koje ih jasno identifikuju. Takođe,

nije dozvoljeno ni objavljivanje bilo kakvih podataka koji bi indirektno mogli da otkriju identitet bilo žrtve, bilo počinioca, pre nego što nadležni organ to zvanično saopšti“.

Otkrivanje identiteta i privatnih podataka u onlajn sferi otvara dva nova pitanja – jedno je izveštavanje u kom se zloupotrebljavaju lični podaci i normalizuje senzacionalistički sadržaj i klikbejt naslovi, a drugo pitanje je tzv. „pravo na zaborav“ i uklanjanje spornog sadržaja.

Kodeks i Smernice za primenu za njegovu primenu u onlajn sferi nude vrlo ekstenzivna pravila u vezi sa zaštitom privatnosti, ali praksa, naročito u algoritamskom okruženju velikih tehnoloških platformi, po pravilu ne nagrađuje profesionalno uređen sadržaj, već onaj koji je klikabilan i viralan (proizvodi puno interakcija sa publikom).

U jednoj od odluka članovi Komisije su ovakvo obrazložili odluku: „izveštavanje“ je skandalozno, apsolutno neprimereno i senzacionalističko, usmereno isključivo na povećanje broja klikova, bez pokazivanja bilo kakvog pijeteta prema žrtvi...

U drugoj odluci, članovi Komisije za žalbe su posebno ukazali na moguće posledice po budućnost i ističu „da su sporni tekstovi objavljeni onlajn i da će trajno biti dostupni svima“, time otvarajući pitanje tzv. „prava na zaborav“. Smernice navode da je sadržaj moguće ukloniti, ukoliko „objavljivanje podataka o ličnosti ne predstavlja javni interes ili ako iz bilo kog razloga pravo javnosti da bude informisana o pitanjima od javnog značaja ne preteže nad zaštitom prava na privatnost“.

I ova i prethodno navedena praksa, međutim, zaslužuju dodatnu pažnju i elaboraciju i od strane Saveta i same Komisije, jer do sada nije pronađen dobar model njihove realne primene.

Pojedine odluke Komisije važne su i sa aspekta promišljanja prakse korišćenja izvora sa društvenih mreža i u smislu njihove provere i u smislu privatnih podataka koji se objavljuju na profilima, a koji kasnije mediji koriste za izveštavanje. Na primer, u odluci Komisije po žalbi članice Komisije Jelke Jovanović protiv Kurira.rs i portala Večernjih novosti (2022. godine), navodi se da je nedozvoljena praksa preuzimanja slike maloletne preminule žrtve sa Fejsbuk profila oca. Komisija je bila na stanovištu da mediji nisu pokazali pijetet prema žrtvi i porodici, da ovakav sadržaj služi samo povećanju čitanosti.

Provera izvora sa društvenih mreža: U nekoliko svojih odluka Komisija za žalbe upućuje na proveru izvora koje dolaze sa profila društvenih mreža. Smernice za primenu Kodeksa u onlajn okruženju navode da „novinari uvek treba, pre objavljivanja informacije do koje su došli od izvora sa društvenih mreža i interneta, da provere profil izvora i da jasno utvrde da je izvor zaista ona osoba za koju se predstavlja“.

U jednoj od svojih odluka (Valentina Arsić Arsenijević protiv Blic.rs, 2022. godina), članovi Komisije za žalbe zaključili su da „novinar nije postupio u skladu sa osnovnim pravilima profesije, odnosno da nije, pre objavljivanja teksta, proverio autentičnost navoda o kojima piše, ali ni da li profil sa kojeg je komentar navodno poslat zaista pripada dr Arsić Arsenijević. Umesto da proveri identitet osobe sa tog naloga, novinar se „ograđuje“ navodom „ona ili neko ko se predstavlja kao ona“.

U odluci po žalbi u vezi sa UG “Lekari i roditelji za nauku i etiku” protiv Blic.rs (2022. godina) Komisija upućuje na dodatni aspekt provere izvora i tajnosti komunikacije, razmatrajući izveštavanje medija o Vajber grupi u kojoj pojedini lekari promovišu upotrebu leka Ivermektin. Komisija nalazi da je došlo do povrede Kodeksa, ali dodatno obrazlaže da su novinari imali pravo da koriste sadržaj zatvorene Vajber grupe u izveštavanju zbog velikog interesa javnosti i mogućnosti ugrožavanja zdravlja ljudi. Izveštavanjem, po njihovoj oceni, nije narušena privatnost članova grupe, posebno s obzirom na veličinu grupe.

Poštovanje autorstva: U eri kada je primarna misija medija da objave što više, što ekskluzivnijih informacija, pitanje „ko je bio prvi“ i ko je originalni autor nekog medijskog izveštaja postaje pitanje od sve većeg značaja.

Inače, po ovom pitanju se Komisija za žalbe najeksplicitnije pozivala na Smernice za primenu Kodeksa novinara u onlajn okruženju.

Zanimljivo je da ove Smernice daju preporuke medijima za traženje prethodne saglasnosti nosioca autorskog prava ili samog autora ili pak obavezno naznačenje autora (glava IX Smernica) u slučaju preuzimanja tuđeg sadržaja, ali ostavljaju prostor medijima da interno uredi pravila za preuzimanje sadržaja. Smernice navode „Preporučuje se medijima da izrade sopstvena pravila u kojima će navesti način i obim korišćenja svojih medijskih sadržaja. Ova pravila najčešće sadrže: način naznačenja izvora odakle je sadržaj prenet (po pravilu, linkovanje i naznačenje naziva medija i njegove internetske stranice), format u kome se takvi sadržaji prenose, naznaku o tome da li se mogu prenositi celokupni sadržaji ili njihovi delovi, eventualnu naknadu za prenošenje sadržaja i pravila o višestrukom prenosu sadržaja“.

U našem istraživanju je 7 odluka u vezi sa autorskim pravom, i sve odluke idu u pravcu zaštite autora. Komisija smatra da se autor i izvor moraju veoma jasno naznačiti te da mediji moraju da osiguraju tehničke uslove u kojima se sadržaj adekvatno preuzima i naznačuje autor.

INTERVJUI - PREDSTAVNICI SAVETA ZA ŠTAMPU

U ovom poglavlju izveštaja izloženi su stavovi predstavnika Saveta za štampu, odnosno dva člana sekretarijata Saveta i pet članova Komisije za žalbe Saveta za štampu (u daljem tekstu: *članovi Komisije*). Ovakav izbor napravljen je da bi se rad Saveta sagledao iz ugla onih koji se operativno staraju o programskim i finansijskim aspektima funkcionisanja Saveta (predstavnicima Sekretarijata),²⁴ i članova Komisije koji se neposredno bave ostvarivanjem misije Saveta – promocijom poštovanja Kodeksa Imajući u vidu da Komisiju čini ukupno 11 predstavnika od toga 8 predstavnika novinarskih i medijskih udruženja, osnivača Saveta i 3 predstavnika koji dolaze iz redova civilnog društva, izbor intervjuisanih izvršen je tako da budu zastupljeni predstavnici svih aktera. Korišćen je neproporcionalni tip stratifikovanog uzorkovanja. Iz svake podgrupe (osnivača i predstavnika građana) uzorkovan je jedan predstavnik koji je bio dostupan.

Povrede Kodeksa

Praksa Saveta pokazuje da se krše sve odredbe Kodeksa. Česte su povrede pretpostavke nevinosti, nepoštovanja privatnosti, dostojanstva i integriteta, povreda etike javne reči, prava na odgovor i ispravku, prećutkivanje činjenica koje bitno utiču na stav javnosti, diskriminacija zasnovana na polu, seksualnom opredeljenju, veri, političkom i drugom mišljenju.

Povrede Kodeksa najčešće se događaju iz dva razloga: jedan jeste namerna odluka medija da ne poštuju Kodeks, a drugi nepoznavanje profesionalnih etičkih normi. Namerno kršenje Kodeksa je složena pojava i predstavlja rezultat više međusobno zavisnih faktora: jedan je interes vlasnika medija da obezbede čitanost štampanog ili onlajn izdanja odnosno posećenost portala, a koja se može postići obezbeđivanjem velikog broja „klikova“ (klikeit) na određeni medijski sadržaj (vest, video ili audio sadržaj).

„Vi imate senzaciju kao vid poslovanja jer to jeste interes vlasnika medija klikbajtovi detaljsanje o zločinima saobraćajnim nesrećama tragedijama ubistvima (...) Imamo niz situacija gde su mediji posebno u digitalnom okruženju potpuno uništili budućnost te dece koja kada god i u kojem god delu svog života budu pretraživala nešto moći da pronađu to što nose kroz život kao pečat i kao trag kroz godine odrastanja, a što su zapravo učinili mediji“ (Intervju 4, član Saveta).

²⁴ Generalni sekretar Saveta za štampu ima specifična zaduženja, jer pruža savetodavnu podršku novinarima u tumačenju nedoumica oko Kodeksa, kao i potencijalnim podnosiocima žalbi, priprema materijal i selektuje žalbe kojima se bavi Komisija i učestvuje u procesu medijacije između podnosilaca žalbe i medija. Istovremeno drugi član Sekretarijata bavi se projektnom podrškom aktivnostima Saveta, koje su izuzetno važne u kontekstu procenjivanja finansijske održivosti Saveta za štampu.

Druga je pritisak državnih odnosno političkih struktura na medije da objavljuju različite tvrdnje (najčešće o njihovim političkim oponentima, ili u skladu sa njihovim interesima) bez provera tako dobijenih informacija. U tom kontekstu „Sve što se objavljuje u tabloidima ima jasnu političku dimenziju“ (Intervju 7, član Saveta).

„Uticao politike na povrede Kodeksa ogleda se u uređivačkoj politici medija da se politički neistomišljenik za kojeg je procenjeno da svojom aktivnošću ugrožava režim, napadne svim sredstvima i na svaki način, bez obzira na moralne, etičke, pravne norme. .Da se plasiraju izmišljene, lažne vesti i neprovereni podaci u vezi te osobe ili osoba, ne mareći za posledice“ (Intervju 2, član Saveta).

Ovde se može govoriti ne samo o pritisku državnih, odnosno političkih, struktura već i o otvorenosti izdavača da takvim zahtevima izađu u susret jer dobri odnosi sa političkim strukturama igraju značajnu, ako ne i najvažniju, ulogu u pribavljanju sredstava za funkcionisanje medija.

„Kada govorimo o političkom delu to je ostrašćeno političko navijanje, to je opet interes vlasnika jer novac dolazi od vlasti, novac zavisi od vlasti i onda je apsolutno interes vlasnika podređen i interesu profesije i prava javnosti da zna“ (Intervju 4. član Saveta).

O tome, na primer, govore i rezultati konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja na lokalnom nivou, na kojem novac najčešće dobijaju mediji koji su u bliskim odnosima sa vladajućim političkim strukturama i istovremeno su česti prekršioci Kodeksa.

„Javna je tajna da mediji koji najviše krše Kodeks novinara Srbije, i protiv kojih se vodi najveći broj postupaka pred sudom, imaju stavke u budžetima isključivo za plaćanje kazni, kao i da upravo te medije na različite načine finansira režim iz budžeta, bilo državnog ili lokalnih, opštinskih budžeta (Intervju 2. član Saveta).

Posebno su apostrofirani „GONGO“²⁵ mediji odnosno oni, najčešće onlajn mediji, koji su prikryveno finansirani od državnog novca i koji se iznenada pojavljuju i nestaju u skladu sa političkim potrebama..

Treći faktor jeste nemogućnost odnosno nedostatak volje urednika i novinara da vode uređivačku politiku koja će biti nezavisna od ekonomskih i političkih interesa izdavača. Novinari su često uslovljeni interesima vlasnika, koji zavise od finansiranja i političkih uticaja. Ovo dovodi do senzacionalizma, manipulacije, i izraženih političkih navijačkih stavova u izveštavanju.

Ovakvi mediji stavljaju sopstveni ekonomski interes iznad javnog interesa i smatraju poštovanje Kodeksa smetnjom za ostvarivanje tih interesa ili smatraju da bi primena Kodeksa bila akt „ograničavanja njihove slobode i kreativnosti“ (Intervju 3, član Saveta). Istovremeno, izostaju i drugi korektivni faktori koji bi mogli imati uticaja na promenu stavova medija.

„(...)sudovi izriču minimalne, simbolične kazne u postupcima koji se vode protiv tih medija, dalje neujednačena je sudska praksa pa ima slučajeve u kojima sud ne uvažava, čak i nipošta odluku Komisije za žalbe Saveta za štampu kao svojevrstu profesionalnu ekspertizu i vid strukovnog veštačenja, jasna je sveobuhvatna podrška političkog režima i državnog aparata kršenju Kodeksa.“ (Intervju 2, član Saveta)

Mediji koji najređe krše Kodeks staraju se o poštovanju etičkih pravila jer je njihovo poštovanje povezano sa njihovom reputacijom i ugledom kod čitalaca. „I kada bi hteli, oni ne bi mogli da postanu tabloidni, jer njihova publika ne bi za to imala razumevanja“ (Intervju 3, član Saveta). Neki mediji poput „Kurira“ i „Alo“ predstavljaju primere medija koji su učinili izvesne napore da smanje broj kršenja Kodeksa (imenovali su menadžera za etiku, smanjio se broj žalbi na njih) iz razloga koji intervjuisanim članovima Saveta i Komisije nisu jasni. Kao razloge navode brigu za reputaciju, ali i sumnjaju u iskrenost takvih namera.

²⁵ GONGO je skraćenica od Government-organized non governmental organization, odnosno vladine-nevladine organizacije čiji cilj je da u prostoru namenjenom organizacijama civilnog društva/medija nametnu uticaj države, odnosno vlasti. GONGO mediji su medijske organizacije putem kojih vladajuće strukture u državi nastoje da uruše alternativni medijski prostor (Drašković, 2020, str 103).

„Ohrabrujuća je činjenica da su mediji koji prednjače u kršenju Kodeksa počeli u poslednje vreme da odgovaraju na žalbe koje se podnose Komisiji (...) to je primer lista Alo (...). Mislim da je razlog što su oni počeli da menjaju tu politiku zbog kritike javnosti da je zaista nedopustivo takvo informisanje javnosti kršenjem Kodeksa. Sličan dobar potez je uveo Kurir koji je postavio menadžera za etiku. Čini mi se da je sada manje žalbi na Kurir i u nekoliko slučajeva je medijacijom rešen problem“ (Intervju 2, član Saveta).

Iako se od novinara očekuje da poznaju Kodeks, mnogi od njih ga slabo razumeju ili ignorišu, ili smatraju da poštovanje Kodeksa nije bitno. Nepoštovanje Kodeksa dešava se i iz neznanja i iz svesnog nepoštovanja, posebno zbog pritiska da se postigne veći broj klikova i brzine u izveštavanju, pogotovo u digitalnom okruženju.

„U mnogim srpskim medijima, posebno digitalnim, i dalje ne shvataju, bilo nesvesno ili neće to da shvate namerno, da kada je jednom nešto objavljeno na internetu, to ostaje stalno. Bez obzira da li je tu objavu uklonio onaj ko ju je inicijalno postavio“, (Intervju 3, član Saveta).

Nepoznavanje Kodeksa češće je u medijima koji postoje samo u onlajn formatu, relativno skoro su osnovani i čiji su urednici i novinari mlađi i nisu imali od koga da dobiju informaciju o tome šta se smatra profesionalnim postupanjem. Intervjuisani članovi Saveta i Komisije primećuju da mediji sa dužom tradicijom rada, na primer „Politika“ i „Danas“ znatno ređe krše Kodeks između ostalog i zato što u samom mediju postoji prenos znanja o profesionalnim standardima sa jedne na drugu novinarsku generaciju. Kada je reč o tradicionalnim medijima koji imaju i portal, većina intervjuisanih smatra da je kršenje Kodeksa zastupljenije na portalima ovih medija, kao što je na primer slučaj sa onlajn izdanjem „Politike“, „Novosti“ i „Nove“. U slučaju prva dva medija opaženo je da ovakva polarizacija štampano/digitalno nije nužno povezana sa samim formatom već sa promenom vlasničke strukture, koja je najčešće zainteresovana da poveća rezultate merene sa „klikebits“.

Povrede Kodeksa se dešavaju i zbog brzine sa kojom se vesti proizvode i postavljaju onlajn. To su nenamerne greške koje su redakcije, kada im se na to ukaže, spremne da u hodu koriguju. *„Povedu se za kolegama, i kad im objasniš, spremni su da odu tri koraka u nazad“ (Intervju 7, član Saveta).*

Neposredna komunikacija između medija i Saveta je ograničena. Naime, mediji se veoma retko obraćaju generalnoj sekretarki Saveta ili članovima Komisije sa molbom da dobiju uputstvo kako da tretiraju određeni sadržaj a da ne povrede Kodeks.²⁶ Neki intervjuisani članovi Saveta smatraju da Savet ovde nije iskoristio mogućnost da razvije svoju savetodavnu ulogu i postane mesto kojem se mediji obraćaju u urgentnim situacijama, kao što su to bila pitanja izveštavanja o silovanju i maltretiranju dece, masovnom ubistvu u osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ i sličnim, gde Kodeks ili Smernice nisu bile dovoljne ili su bile nedorečene.

Zabeležen je relativno mali broj slučajeva medijacija, odnosno prilika da mediji koriguju sadržaj koji predstavlja kršenje nekog od principa Kodeksa, pre nego što se ovom žalbom pozabavi Komisija. Razlozi za to su višestruki: podnosioci žalbe retko se odlučuju da pristanu na medijaciju ili iz razloga što nemaju poverenja da će medij to i učiniti, ili zato što smatraju ispravku, odnosno objavu odluke Komisije u štampanom izdanju/na portalu medija satisfakcijom za povredu ugleda koja im je učinjena, ili zato što odluku Komisije kasnije koriste u sudskom postupku protiv istog medija.

Vrlo često se događa da jedan medij ponavlja istu grešku, odnosno, vrlo je malo slučajeva u kojima članovi Saveta/Komisije uočavaju da je jedan medij iz odluka Komisije naučio da takvu grešku ne ponavlja. Ovo se objašnjava, kao što je već navedeno, namernom odlukom vlasnika medija da ne poštuju Kodeks. Drugi razlog za ponavljanje grešaka jeste odsustvo prenosa znanja u redakcijama: među urednicima ili od urednika ka novinarima. Zanimljiv je slučaj medija u kojem je godinama ponavljan jedan isti tip povrede (u naslovu je apostrofirana nacionalna pripadnost počinioca iako je ona irelevantna za sam zločin).

²⁶ Pojedini članovi Komisije dobijaju više upita medija, ali je ovde reč pre svega o tome da novinari poznaju određenog člana Komisije i posebno uvažavaju njegovo ili njeno znanje, a ne o prepoznavanju Saveta i Komisije kao resursa znanja kojima se novinari obraćaju.

„Mi smo stalno u odlukama (Komisije) govorili da, ako nije direktno vezano za zločin, ne može da se pominje nacionalna pripadnost, ali se videlo da oni (urednici) uopšte nisu obratili pažnju na to, dok jednom nismo direktno iskomunicirali sa urednicima da više to ne rade.“ (Intervju 3, član Saveta)

Ukratko, mediji pod direktnom kontrolom vlasti u Srbiji podložni su političkom uticaju, što dodatno otežava poštovanje Kodeksa i profesionalno izveštavanje. Pogrešno korišćenje onlajn medija, gde po prirodi stvari medijski sadržaji ostaju trajno dostupni i neizbrisivi su, može ozbiljno ugroziti prava pojedinaca, posebno dece i maloletnika. Ovo se često dešava zbog senzacionalizma i nedovoljne pažnje prema zaštiti privatnosti osoba o kojima se izveštava.²⁷

Iskustvo članova Saveta govori da su razlozi koji medije navode da namerno krše pravila Kodeksa duboko ukorenjeni u načinu funkcionisanja medijske scene na kojoj se mediji stvaraju i održavaju vođeni prvenstveno političkim interesima, ili mešavinom političkih i ekonomskih interesa osnivača medija. U takvoj situaciji, javnost koja bi mogla biti korektor takvih politika, na primer odbijajući da čita medij koji krši pravila Kodeksa, suštinski ima malu pregovaračku moć, jer opstanak medija ne zavisi od njihovog ugleda i promovisanja javnog interesa. Istovremeno, urednici i novinari koji bi mogli odbiti da se povinuju ekonomskim i političkim interesima osnivača medija, ako oni ulaze u konflikt sa etičkim standardima profesije, takođe imaju sužen prostor za delovanje bilo usled sopstvenog neznanja, slabe ekonomske moći ili nedostatka profesionalnog integriteta.

Istovremeno članovi Saveta smatraju da bi Savet svojim delovanjem mogao imati značajniji uticaj na ispravljanje onih povreda Kodeksa koje se događaju usled neznanja novinara. O prostoru za delovanje Saveta biće reči u daljem prikazu rezultata istraživanja.

Kapaciteti Saveta

U ovom istraživanju kapaciteti Saveta i Komisije ispitivani su pre svega iz ugla njihovih mogućnosti da se bave povredama Kodeksa u digitalnom okruženju, kako iz ugla broja žalbi tako i iz ugla specifičnosti samih povreda Kodeksa u digitalnom okruženju, a koji su u značajnoj meri posredovane novim tehnologijama.

Savet je proširio svoju nadležnost na onlajn medije u 2015. godini a uporedo sa takvom promenom pojavila se i potreba za izradom prvog priručnika odnosno Smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju. Priručnik je nastao kao odgovor na rastuću potrebu za jasnim uputstvima u vezi sa regulacijom digitalnih medija, kako u medijskoj zajednici, tako i u samoj Komisiji.

Savet je inicirao izradu prvog priručnika 2016. godine. Ovaj priručnik nastao je kao rezultat rada velike radne grupe koja je obuhvatila profesionalce u ovoj oblasti (predstavnike medija, eksperte u oblasti digitala, stručnjake za medijsko pravo) i javne rasprave na kojoj su predložena rešenja diskutovana. Nova verzija priručnika iz 2021. godine takođe je inicirana „iz baze“ odnosno na osnovu praktičnih nedoumica sa kojima su se suočavali mediji i Komisija, usled sveobuhvatnih promena u digitalnom medijima. Umesto velike radne grupe, posao inoviranja smernica poveren je dvojici eksperata koji su vodili prethodnu radnu grupu. Pored retroaktivnog delovanja, odnosno kreiranja pravila za uočene izazove u prošlosti, nova verzija priručnika sadržavala je i smernice u vezi sa pravom na zaborav i upotrebom veštačke inteligencije odnosno sa izazovima koji su očekivani u budućnosti. „Savet za štampu je bio pionir među evropskim savetima za štampu u uvodjenju ova poslednja dva pravila“ (Intervju 6, član Saveta).

²⁷ Nekom vrstom vododelnice u otvaranju prostora za kršenje privatnosti osoba o kojima se izveštava smatra se slučaj iz 2015. godine kada su zdravstveni podaci jednog pacijenta objavljeni u javnosti zbog propusta u radu i javnog objavljivanja medicinske dokumentacije, zbog čega je Poverenik za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti podneo prekršajnu prijavu protiv psihijatrijske klinike "Laza Lazarević", direktorke te ustanove Slavice Đukić Dejanović, kao i ministra zdravlja Zlatibora Lončara. Objavljeno 23.decembra 2015. <https://tinyurl.com/225ksfkh> pristupljeno 3.11.2023.

Ukratko, iniciranje izrade i promena smernica nastalo je kao rezultat reaktivnog delovanja na uočene promene u digitalnom okruženju.

Većina članova Komisije smatra da postojeće smernice uglavnom odgovaraju na izazove sa kojim se oni susreću u praksi. Ipak kroz nekoliko intervjuja izdvojile su se teme koje bi trebalo da budu dodatno razrađene ili da se nađu u novim smernicama. Među ovim prvim je, na primer, dodatna razrada smernica kod (1) upotrebe sadržaja koje građani postavljaju na društvene mreže, a učestalo se koriste kao izvor informacija i drugo (2) tretman sadržaja koje mediji postavljaju na društvene mreže. Ovo prvo se pre svega odnosi na slobodu interpretacije podataka građana postavljenih na „otvorenim profilima“, a ovo drugo na nedovoljno detaljne odredbe o tretiranju sadržaja medija na društvenim mrežama kao medija. Takođe iskustvo masovnog ubistva dece u osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ pokazalo je da je u Kodeksu (i Smernicama) nedovoljno detaljno obrađeno pitanje kršenje prava na dostojanstvo žrtava. „Tu se kao posebna tema otvorilo pitanje zloupotrebe emotivnog i mentalnog statusa ljudi sa kojima se razgovara“ (Intervju 6, član Saveta). Ova tema nametnula se Savetu kroz reagovanje zajednice na društvenim mrežama koja je imala oprečne stavove o tome o kojim detaljima treba izveštavati, a o kojim ne.

„To su kompleksne teme. Ja smatram da je pojavljivanje roditelja jedne od žrtava u emisiji „Utisak nedelje“ bilo drastično kršenje Kodeksa, ali istovremeno i katarzično, jer je to bio primer davanja prilike roditelja žrtava da se obrate javnosti. To su nove pojave, to je nešto sa čim se ranije nismo suočavali i gde se postavlja pitanje kako povući granicu?“ (Intervju 7, član Saveta).

Isto važi i za potrebu detaljnijeg regulisanja pitanja postavljanja uznemiravajućih sadržaja, sada na primer iz rata u Izraelu, gde se vidi mučenje dece, ili preuzimanja sadržaja sa društvenih mreža, kao na primer u slučaju direktnog prenosa ubistva žene u Gradačcu, koje je njen muž uživo emitovao na Instagramu.²⁸ Ovaj sadržaj je obrisala kompanija Meta, vlasnik ove društvene mreže, tek posle upozorenja korisnika Instagrama i reagovanja nacionalnih policijskih vlasti.²⁹

Primer novih tema koje treba obraditi jeste namerno targetiranje ljudi u digitalnim sadržajima i vođenje kampanja protiv njih, često kombinovano sa „botovanjem“.³⁰ Naime, u sadašnjoj praksi Komisije, žalbe se podnose na pojedinačne slučajeve kršenja Kodeksa i na takav način se o njima raspravlja, dok nema uputstva kako žalilac i Komisija mogu da postupe u slučaju kada se Kodeks uzastopno krši i konstantno povređuju prava jedne osobe.

„Imamo najnovije trendove poput botovanja gde mediji moraju biti spremni na takve pojave koje dolaze sa digitalnim okruženjem, izmišljanje anonimnih izvora, lažnih mejl adresa, lažnih društvenih naloga zbog čega mediji moraju da budu oprezni. U tom kontekstu i smernice treba da upućuju na konkretne probleme i imaju zadatak da olakšaju novinarima kako da postupe u takvim slučajevima. (Intervju 4, član Saveta)

Druga nova tema jeste uvođenje „Amber alert“ u Srbiji³¹ kojim je uvedeno hitno obaveštavanje javnosti putem slanja poruke o nestanku deteta/odraslog sa svim relevantnim informacijama i to prekidom TV i radio programa, u onlajn medijima, na društvenim mrežama, slanjem „sms“ poruke svim građanima preko njihovih

²⁸ Ubistva u Gradačcu u prenosu uživo – patologija ubice i surovost društva, RTS 17.08.2023, <https://www.rts.rs/lat/vesti/region/5255967/ubistva-u-gradaccu-u-prenosu-uzivo--patologija-ubice-i-surovost-drustva.html>

²⁹ Femicide Case in BiH Points to the Ineffectiveness of Content Moderation, The South East European Network for Professionalization of Media (SEENPM), 6. 09. 2023 <https://seenpm.org/femicide-case-in-gradacac-points-to-the-ineffectiveness-of-content-moderation/>

³⁰ Pod „botom“ se podrazumeva softverski program koji imitira komunikacionu interakciju, međutim, kod nas se ovaj naziv koristi da označi naručene, plaćene komentare koje postavljaju ljudi nastale sa ciljem da se dezavuiše javno mnjenje i kreira lažna podrška političarima (Kleut, 2020, str 11).

³¹ Amber Alert predstavlja model širenja i objavljivanja informacija javnosti u specifičnim slučajevima nestale dece u Srbiji je dobio ime „Pronađi me“ u oktobru ove godine <https://rb.gy/a15amx>

mobilnih operatora, prikazima na ekranima na auto-putu, aerodromima, železničkim i autobuskim stanicama. „Postavlja se pitanje šta kada to dete bude nađeno, šta onda uraditi sa tom informacijom koja je objavljena u medijima? Da li treba omogućiti da ona bude izbrisana “ (Intervju 7, član Saveta).

Savet nema institucionalno ustanovljene procedure o načinu komunikacije sa medijima o potrebi za promenama, niti razvijenu metodologiju rada na (budućim) smernicama. Unutar Komisije postoji uspostavljena praksa da se primeri nedoumica beleže u zapisnicima o radu Komisije i da se potreba za eventualnim novim smernicama komunicira sa Savetom koji potom odlučuje o potrebi za inoviranjem smernica i načinu na koji će se tome pristupiti. Primeri koji su gore navedeni, poput targetiranja, imaju ishodište u toj praksi. Sami članovi Komisije/Saveta nisu u prilici da imaju redovnije i neposrednije kontakte sa medijima, već je ova komunikacija posredovana i najčešće ide preko osnivača Saveta odnosno medijskih udruženja koja ga čine i sekretarijata Saveta i dešava se ad hoc. O ovome će biti reči nešto kasnije.

Smernice su razvijene i prikazane tako da prate poglavlja u Kodeksu. Ovakav pristup reflektuje i način na koji članovi Komisije tretiraju same smernice. Naime, njihova pažnja usmerena je pre svega na povrede Kodeksa, dok je pitanje poštovanja smernica od sekundarnog značaja. Neki od intervjuisanih članova Komisije smatraju da je ovo nedostatak u radu Komisije i da se poštovanju smernica pridaje nedovoljan značaj, što se reflektuje i tekstu odluka Komisije u kojima se retko diskutuje o digitalnoj dimenziji povrede Kodeksa per se. Ovo se pak može povezati i sa činjenicom da su članovi Komisije dominantno profesionalci sa dugogodišnjim iskustvom u radu štampanih medija.

Intervjuisani članovi Saveta smatraju da se u medijima vidi napredak u vezi sa poštovanjem određenih smernica, pre svega kada je reč o razumevanju da su komentari na tekstove u onlajn izdanjima medija odgovornost samih redakcija i u tretiranju autorskih prava sa više pažnje. Ovo se naročito odnosi na autorska prava na fotografije. Ovakvi pomoci mogu se jasno povezati i sa delovanjem Saveta, odnosno sa činjenicom da je Savet naručio zasebno istraživanje o izazovima sa kojima se mediji suočavaju u moderiranju komentara i priredio dodatno uputstvo o mogućnostima moderiranja komentara koje je prilagođeno mogućnostima kako velikih tako i malih redakcija koje nemaju dovoljno ljudskih resursa za premoderiranje komentara, ali imaju mogućnost postmoderacije koja zahteva manje vremena. Uspeh u vezi sa većim poštovanjem autorskih prava autora fotografija se pre svega može objasniti činjenicom da su se mediji suočili sa velikim brojem tužbi zbog bespravnog korišćenja tuđih fotografija.

Kada govorimo o budućem prilagođavanju smernica, postoje dve grupe pristupa. Jedan je proaktivan, a drugi retroaktivan. Dilema oko proaktivnog/retroaktivnog delovanja uglavnom proizilazi iz uverenja intervjuisanih da su promene u digitalnoj sferi sve brže i da ih je, i pored takve namere, gotovo nemoguće unapred predvideti i regulisati.

„Bilo bi idealno da možemo da predvidimo šta će biti problem pa da to unapred regulišemo ali bojim se da to nije baš slučaj jer čak i kod nekih standardnih odredbi Kodeksa, dok se ne sretnemo u praksi sa nečim, nismo svesni da nešto nije najbolje formulisano ili da je ostao neki prazan prostor. S druge strane, nisam ja lično pristalica preteranog normiranja“ (Intervju 5. član Saveta).

Takođe, imajući u vidu da se većina medija u Srbiji pre svega suočava sa pitanjem finansijskog opstanka i političkih pritisaka, neki članovi Saveta bavljenje smernicama stavljaju među sekundarne prioritete.

Uprkos tome što smatraju da su domaći mediji većinom siromašni i nemaju dovoljno znanja i resursa da koriste veštačku inteligenciju, mogućnost masovne primene veštačke inteligencije u medijima, posebno u oblasti digitalnih sadržaja (fotografija, videa i slično) za članove Saveta predstavlja izuzetno važnu temu. Komisija se već suočila sa primerom fotografije oko koje je imala nedoumice da li je generisana uz pomoć veštačke inteligencije. Otuda većina intervjuisanih smatra da bi Komisiji bilo od velike koristi da ima institucionalno ustanovljenu mogućnost da se obraća ekspertskom telu ili pojedinačnim ekspertima kada je reč o nedoumicama ovakve prirode.

Naime, među intervjuisanimima nema nedoumice da članovi Komisije poseduju visoko profesionalno znanje i lični integritet, ali je uočena potreba za dodatnom obukom članova Komisije o promenama u digitalnom okruženju. Pritom, članovi Komisije ne smatraju da treba da postanu eksperti za pojedine tehnologije, već da bolje razumeju prirodu mogućih aplikacija novih tehnologija u medijskom okruženju, ili da u svojim redovima imaju bar jednog eksperta za ova pitanja, što je bio slučaj u nekim od ranijih saziva Komisije. U ovom trenutku, Savet se, u slučaju nedoumice, kada oceni da to prilike zahtevaju, pre svega obraća Fondaciji Share kao resursnom centru za pitanja digitalnih izazova, ali ova saradnja nije formalizovana niti je operacionalizovana na takvom nivou koji bi podrazumevao mogućnost stalne komunikacije članova Komisije i Share Fondacije u slučaju razmatranja pojedinačnih žalbi.

Imajući u vidu različito trajanje mandata intervjuisanih, neki od njih su imali prilike da prođu obuku o Smernicama, a drugi ne.

Uopšteno rečeno, Savet nema praksu istraživanja potreba članova Komisije za usavršavanjem. Takođe, u ovom trenutku ne postoji institucionalno rešenje za stručno usavršavanje članova Saveta/Komisije nego je ono prepušteno individualnoj inicijativi članova Komisije. Članovi Saveta/Komisije se prvenstveno oslanjaju na dostupne izvore znanja, kodekse i prakse evropskih saveta za štampu i saveta za štampu u regionu, povremene posete pojedinim evropskim savetima i samostalno izabranu literaturu.

Članovi Komisije imaju dovoljno kapaciteta da u zadatim rokovima razmotre i donesu odluke o svim žalbama koje pristignu bez obzira na činjenicu da u pojedinim trenucima Komisija razmatra veliki broj žalbi. Takvih žalbi ima prosečno više od 50 godišnje i one su rezultat kako obraćanja oštećenih građana, tako i nevladinih organizacija i samih članova Komisije.

Intervjuisani članovi Saveta smatraju da se broj žalbi koje Komisija godišnje obradi ne može uzimati kao samostalan pokazatelj uspeha Saveta jer se njihov broj može istovremeno tumačiti i kao uspeh Saveta i kao njegov neuspeh. Ovo pitanje je veoma važno, jer suštinski ukazuje na različite mogućnosti za delovanje Saveta u budućnosti i njegovo pozicioniranje u društvu uopšte, a ne samo u vezi sa promenama u digitalnoj sferi.

Podimo prvo od pitanja broja žalbi. S jedne strane, porast žalbi mogao bi se tumačiti uspehom Saveta da stekne veću vidljivost među građanima i bude prihvaćen kao važan akter u smanjivanju nasilja u društvu koje svoj izraz ima u kršenju Kodeksa. Tako, više članova Saveta smatra da bi trebalo „*raditi na tome da se više sazna za rad Saveta, automatski proizvod bi bio da bude i više žalbi*“ (Intervju 4, član Saveta). Takođe, intervjuisani ukazuju na razliku između broja podnetih žalbi i broja medija koji krše odredbe Kodeksa, a koje Savet prati kroz monitoring medija. „*Neočekivano je mali broj žalbi u odnosu na ono što vidimo u medijima*“ (Intervju 7, član Saveta). Takođe postoje i razlike u strukturi povreda kršenja Kodeksa. Prema podacima iz monitoringa, u najvećem broju slučajeva krši se pravo na pretpostavku nevinosti i kršenje prava na privatnost, dok su takvi slučajevi pred Komisijom retki.

Istovremeno, relativno mali broj žalbi mogao bi sugerisati neuspeh Saveta kao samoregulatornog tela da ga građani, nevladine organizacije i javnost prepoznaju kao važnog aktera u zagovaranju i nametanju etičkih standarda u profesiji.

Da bismo osvetlili ovu dilemu u vezi sa brojem žalbi, i uspešnosti Saveta uopšte, ovde ćemo dobiti odgovore analizirati s obzirom na četiri segmenta: odnos Saveta sa (1) nevladinim sektorom, (2) građanima (3) državom i (4) Upravnim odborom i osnivačima.

Savet i NVO. Prema odredbama Statuta, građani se mogu žaliti Savetu ako su njihova prava direktno ugrožena pisanjem određenog medija, dok se nevladine organizacije mogu žaliti Savetu ukoliko su povređena prava grupe građana koje određena nevladina organizacija zastupa. To praktično znači da nevladine organizacije imaju veoma širok prostor za delovanje i obraćanje Savetu, ukoliko žele da ga iskoriste.

Kako pokazuje deo istraživanja posvećen analizi odluka Komisije i intervjui sa članovima Saveta, nevladine organizacije sve češće koriste priliku da se obrate Savetu. Posebno je kao dobra apostrofirana saradnja sa Komorom socijalne zaštite koja je ponela više žalbi iz svoje oblasti rada i sa organizacijama koje se bave pravima žena i nacionalnih manjina. Ipak, uopšteno gledano saradnja Saveta i nevladinih organizacija bi mogla biti bolja.

Savet odnosno Komisija morala je u pojedinim slučajevima da zamoli određene NVO da podnesu žalbu, da bi izraziti slučajevi kršenja Kodeksa dobili veći društveni značaj.

„U trenucima nezamislivog bola roditelji žrtava (misli se na zločin u osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“) nemaju vremena i snage da podnose žalbe Savetu za štampu a opet takvi mediji ne bi trebalo da mogu da ostanu nekažnjeni u tako dramatičnim okolnostima...onda smo mi tražili saveznike sami tako što smo zvali određene NVO ... u ovakvim situacijama koje su bitne za celo društvo i poražavajuće za društvo trebalo je nevladin sektor da ima veći fokus ka Savetu“ (Intervju 4, član Saveta)

Istovremeno, postoji i određena napetost u odnosima Saveta i NVO, jer Savet ne doživljava sebe kao mehanizam za kažnjavanje medija, već kao telo koje će snagom autoriteta delovati na promenu njihovog ponašanja. Intervjuisani smatraju da su NVO ponekad frustrirane time što Savet nije u mogućnosti da propisuje novčane kazne i da zaključuju da podnošenjem žalbi Savetu ne mogu da ostvare cilj da medije koji su drastično prekršili Kodeks srazmerno izlože finansijskoj kazni i osudi društva.

Savet i građani. Jednako tako je kompleksno i pitanje odnosa građana i Saveta. Žalbe koje građani podnose Savetu su sve bolje napisane odnosno odnose se na jasno uočene povrede prava građana koje su u direktnoj vezi sa principima Kodeksa. Ove žalbe se najčešće odnose na povrede Kodeksa uopšte, ali i povrede Kodeksa koje su specifično vezane za digitalnu sferu odnosno na žalbe na odsustvo moderiranja komentara i pravo na zaborav. I dalje žalbe u ime građana podnose advokati, što se može smatrati neuspehom Saveta da edukuje građane da je podnošenje žalbi besplatno i da u ovom procesu građani mogu da se obrate sekretarijatu Saveta ukoliko im je potrebna pomoć u popunjavanju žalbe.

„Moje mišljenje je da Savet nije dovoljno prepoznat, da treba više da izađe iz zone komfora i da se više obraća javnosti, jer mislim da ogroman broj građana izvan medijske zajednice uopšte i ne zna da Savet postoji, koja je njegova uloga, čemu služi, kakvi su efekti njegovog rada“ (Intervju 4, član Saveta)

Među članovima Saveta provejavaju različiti stavovi o tome kako treba da izgleda njihova komunikacija sa građanima. Neki smatraju da mediji retko izveštavaju o pojedinačnim građanima, pa postoje male šanse da njihova prava budu povređena. Otuda izvode zaključak da Savet nikad neće postati institucija koja se prepoznaje u najširoj javnosti, te da nema smisla ulagati u kampanje za široko obrazovanje građana o Savetu i mogućnostima da podnesu žalbu u slučaju da su im prava povređena. Drugi, pak, smatraju da je okretanje medija ka društvenim mrežama u potrazi za vestima učinilo da faktički svaki građanin koji ima nalog na društvenim mrežama, a reč je o gotovo celoj populaciji, može postati predmet novinarskog priloga. *„Treba imati u vidu da građanin preko noći može da postane javna ličnost ni kriv ni dužan“ (Intervju 4, član Saveta)*

Ukratko, intervjuisani bi želeli da se Savet percipira kao telo koje građanima može da pomogne u slučaju kada su njihova prava povređena, ali među njima ne postoji konsenzus kako to postići i na koji način meriti da li su u tome uspeali.

Savet i država. Odnos države i Saveta razmatrali smo u kontekstu domena regulacije i samoregulacije. On je veoma kompleksan jer činjenje ili nečinjenje države može imati dalekosežne posledice po status samoregulatornih tela.

U vreme kada je Savet osnovan³² u Srbiji je bio u toku rad na donošenju prve medijske strategije³³, a pitanje samoregulacije je načelno ušlo u strategiju kao aktivnost medijske zajednice „*koju će država podržavati, ali se u nju neće mešati*“ (Intervju 3, član Saveta). Rezultat tako uspostavljenog odnosa bilo je i donošenje Pravilnika o sufinansiranju medija 2016. godine³⁴ u kojem je navedeno da će konkursne komisije, prilikom dodele sredstava za sufinansiranje medija, tražiti od Saveta za štampu podatke o tome da li je određeni medij prekršio Kodeks, a što bi potom predstavljalo jedan od kriterijuma koji su komisije za dodelu sredstava kasnije uzimale u razmatranje pri donošenju konačne odluke.

*Imali smo početnu blagu podršku države. Kasnije se to pretvorilo u prećutni akt o nenapadanju oni se nisu mešali u ono što mi radimo, mi se nismo mešali u ono što oni rade i nisu pokušavali da utiču na rad Saveta za štampu...
..(Intervju 3, Savet)*

Ovo istraživanje vođeno je u trenutku kada je vođena živa debata o medijskim zakonima,³⁵ a mišljenja članova Saveta reflektuju dileme, sumnje i nade koje su se pojavljivale uporedo sa različitim verzijama Zakona u kojima je uloga Saveta jačana ili smanjivana, na inicijativu države³⁶.

Naime neki od modaliteta predlagani na početku rasprave o novim medijskim zakonima podrazumevali su i da država osnuje regulatorno telo koje bi se bavilo poštovanjem Kodeksa, što bi inače bio izuzetak u evropskoj praksi, ili da se osnuje više saveta za štampu, imajući u vidu da je u međuvremeno stvoreno još medijskih udruženja koji nisu osnivači Saveta za štampu a koje članovi Saveta smatraju GONGO organizacijama, odnosno organizacijama koje je osnovala država da bi preko njih vodila politiku pritisaka na nezavisne medije koji nisu pod njenom kontrolom.

„Naoko nema pritisaka, ali postoje povremeni pokušaji države da napravi upliv i razvodni ulogu Saveta bilo kroz ideju o stvaranju državnog tela koje bi se bavilo pritužbama što bi dovelo do stvaranja novog Regulatornog tela za elektronske medije ili da se napravi više mehanizama samoregulacije što bi stvorilo haos“ (Intervju 5. član Saveta).

Istovremeno ideja da jedan od kriterijuma za odlučivanje o raspodeli novca za projektno sufinansiranje medija budu i prekršaji Kodeksa novinara Srbije i da se ovo rešenje nađe i u testu Zakona. a ne samo Pravilnika, ocenjuje se kao bitna za jačanje uloge Saveta. *„Ideja da Savet za štampu uđe u zakon bi bila odlična (...) ne bismo napustili nivo samoregulacije, a opet kada uđete u zakon na jedan način država priznaje vašu ulogu i pomaže vam da tu ulogu ostvarite“ (Intervju 4, član Saveta)*

Naime, imajući u vidu da veliki broj medija finansijski zavisi od sufinansiranja iz sredstava države, uvođenje uslova da samo oni mediji koji poštuju Kodeks mogu imati pristup ovim sredstvima moglo bi imati dalekosežan značaj na smanjenje obima kršenja Kodeksa kako u štampanim izdanjima tako i u digitalnom prostoru. Suprotno tome, dodatno umanjivanje uloge Saveta tako što bi ovaj kriterijum važio samo za one medije koji prihvataju nadležnost Saveta za štampu. što je u jednom trenutku tokom rasprave takođe bilo opcija, moglo bi navesti i one medije koji priznaju nadležnost Saveta da preispitaju tu odluku iz praktičnih razloga.

³² Savet je osnovan 2009. godine a počeo je sa radom 2011. godine

³³ Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine „Sl. glasnik RS“ br 75/2011.

³⁴ Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja "Sl. glasnik RS", br. 16/2016, 8/2017 i 6/2023

³⁵ Zakon o elektronskim medijima „Sl.glasnik RS“ br. 92/2023 i Zakon o javnom informisanju i medijima „Sl.glasnik RS“ br. 92/2023

³⁶ U toku pregovora medijskih i novinarskih udruženja, okupljenih oko Koalicije za slobodu medija, i nadležnog Ministarstva za telekomunikacije i informisanje, postojalo je nekoliko verzija Zakona o javnom informisanju i medijima, o kojima su se udruženja javno oglašavala.

Ovakvi potezi države doveli su do toga da njen odnos sa Savetom evoluirao od ranije prećutne podrške i nenapadanja ka prećutnom napadu. „Tako da je u tom smislu odnos države i Saveta za štampu nazadovao“ (Intervju 3, član Saveta).

Neki intervjuisani članovi Saveta smatraju ipak da rešenje koje je ušlo u konačnu verziju Zakona o javnom informisanju i medijima i po kojem će kriterijum kršenja Kodeksa važiti za sve medije, može biti rizično po Savet jer će pojačati već uočene pokušaje samih medija i političara da instrumentalizuju Savet.

Kao što je već uočeno u analizi žalbi u prethodnom odeljku, mediji podnose žalbe Savetu žaleći se na svoje kolege iz suparničkih medija. Ovo je posebno učestalo kad se raspisuju konkursi za sufinansiranje medija iz sredstava lokalnih samouprava, kada broj i ishod žalbi Savetu, na jedan medij, može imati na odluke komisija o dodeli sredstava. „To su izuzetno učestale pojave u poslednje vreme u kojima se čine pokušaji da se Savet zloupotrebi...tako Savet postaje sredstvo osvete...mi na to ne možemo da utičemo izuzev da se suzdržimo od glasanja“ (Intervju 7, član Saveta). Takođe, lokalni političari sve češće koriste mogućnost da ponose žalbe na nezavisne medije, a koji nisu imuni na kršenja Kodeksa. Kada Komisija donese odluku da je takav medij kršio Kodeks, „imamo komentare, ono što Srpska napredna stranka nije pogasila, ubiće Savez za štampu...“ (Intervju 7, član Saveta).

Pitanje odnosa regulacije i samoregulacije, odnosno države i Saveta se, međutim, ne završava samo na ovoj temi. Intervjuisani članovi Saveta smatraju da će u budućnosti u domenu korišćenja veštačke inteligencije u medijima biti potrebna koordinirana aktivnost države i Saveta za štampu, jer su smernice koje donosi Savet neobavezujuće moralne prirode.

„Mere Saveta za štampu su moralne prirode gde mediji mogu da ih ne poštuju, onda je neophodno reagovanje države. Drugo je pitanje u ovakvim društvenim okolnostima da li je država sposobna i voljna da reaguje na pravi način i kako će da reaguje.“ (Intervju, član Saveta).

U Srbiji su početkom godine usvojene neobavezujuće Etičke smernice za razvoj, primenu i upotrebu pouzdane i odgovorne veštačke inteligencije,³⁷ ali nema regulatornih napora u ovom domenu. Imajući u vidu da, do pojave velikih jezičkih modela³⁸, pitanje rizika upotrebe VI³⁹ u medijskoj sferi nije bilo posebno apostrofirano kao rizično,⁴⁰ ovo je siva zona koja tek treba da bude adresirana u zakonodavstvima mnogih država.

Imajući u vidu nivo kršenja Kodeksa, članovi Saveta izražavaju strah da bi u ovakvim okolnostima primena veštačke inteligencije u medijima mogla predstavljati veliki problem za očuvanje profesionalne etike.

Budućnost Saveta

Pitanje kako će izgledati budućnost Saveta u digitalnom dobu zavisi kako od promena u sferi medija i razvoja tehnologija tako i od odluke Saveta i samih osnivača o tome kakvu ulogu Savet treba da ima u budućnosti.

Intervjuisani članovi Saveta, na primer, imaju veoma jasan stav o tome da smatraju neprimerenim širenje njegove pažnje na sadržaje koje medijski akteri (urednici, novinari) objavljuju na društvenim mrežama, a što je praksa nekih evropskih saveta. Razlozi koji se za to iznose su različite prirode: smatra se da je poštovanje

³⁷ <https://www.ai.gov.rs/vest/sr/518/usvojene-eticke-smernice-za-bezbednu-i-pouzdanu-upotrebu-vi.php>

³⁸ Commission gathers views on G7 Guiding Principles on generative Artificial Intelligence objavljeno 13.10. 2023, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-gathers-views-g7-guiding-principles-generative-artificial-intelligence> posećeno 16.10.2023.

³⁹ A European approach to artificial intelligence, objavljeno u aprilu 2021, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-approach-artificial-intelligence> posećeno 16.10.2023

⁴⁰ Governing artificial intelligence in the media and communications sector objavljeno 21.02. 2023 <https://policyreview.info/articles/governing-artificial-intelligence-media-and-communications-sector> posećen 16.10.2023.

etičkih smernica na društvenim mrežama pitanje samih društvenih mreža koje imaju svoja etička pravila. Takođe, članovi Saveta smatraju da bi ovakva odluka značila zadiranje u slobodu govora pojedinaca i da to ne bi bilo u skladu sa samim domenom rada Saveta koji se bavi medijima. Iz istog razloga Savet smatra da u domen njegovog rada ne ulaze sadržaji koje postavljaju influenseri, vlogeri i blogeri. „*Naš kriterijum da je nešto onlajn medij koji priznaje Savet jeste da ima redakciju, odgovornog urednika, 3 novinara i impresum, što blogovi i slični sadržaji ne podrazumevaju*“ (Intervju 6, član Saveta).

Članovi Saveta međutim smatraju da bi pitanje ponašanja urednika i novinara u društvenim medijima moglo biti regulisano internim kodeksima medija. Međutim, ranija istraživanja Saveta i podrška Saveta medijima da takve kodekse razviju pokazala je da za to postoje i slabo zanimanje i mali kapaciteti, pogotovo manjih medija.

Imajući u vidu različitu prirodu osnivača, pojedini ispitanici smatraju da bi nadležnost Saveta trebalo proširiti tako da se bave i etičkim standardima u elektronskim medijima uopšte, a ne samo na veb-sajtovima tih medija, jer smatraju da ovaj domen nije pokriven radom Regulatornog tela za elektronske medije (REM). „*Neka regulacija radi svoj posao (REM) ali nas kao samoregulaciju to ne sprečava da proširimo..Kodeks je naše sveto pismo i niko nas ne sprečava ...jer niko ne prati na radiju i TV poštovanje Kodeksa*“ (Intervju 4, član Saveta).

Ovo pitanje, koje ima svoje pristalice i oponente, diskutovano je prethodnih godina na sastancima osnivača i Saveta ali ta tema nije sistemski razmatrana, između ostalog i zbog toga što Savet nema kapaciteta da toliko proširi svoje delovanje.

Uopšteno gledano, odnos osnivača i Upravnog odbora Saveta i Saveta je dobar, ali između ove tri strane nije bilo diskusija o strateškom položaju Saveta, o domenu njegovog rada, postavljanju ciljeva rada i metodologiji merenja ostvarivanja tih ciljeva, niti u vezi sa odnosom Saveta i šire javnosti, bilo da je reč o odnosima sa nevladinim sektorom, državom ili komunikacijom sa građanima uopšte.

Razlozi za ovakav odnos osnivača i Saveta se mogu podeliti u tri grupe. Pre svega, postoji zadovoljstvo Upravnog odbora i osnivača radom Saveta, njegovim ugledom u medijskoj zajednici, profesionalnim i moralnim integritetom članova Komisije i aktivnostima samog Saveta na podizanju njegove vidljivosti i ugleda u javnosti kroz niz različitih komunikacionih aktivnosti i kampanja, kao što su na primer podizanje digitalne pismenosti građana, razvoj aplikacije za studente koji omogućava lak pristup principima Kodeksa, organizovanje javnih sednica Saveta po gradovima u Srbiji i izlazak Saveta na društvene mreže. Ovo poslednje smatra se posebno važnim za dalje unapređenje transparentnosti rada Saveta, budući da svako ko želi može imati uvid u tok sednica Komisije na you tube kanalu Saveta ili se na sajtu Saveta na transparentan način može obavestiti o radu Saveta budući da je sve dokumente, uključujući zapisnike sa zasedanja Komisije za žalbe i odluke Komisije moguće pronaći na sajtu Saveta.

Na posletku, mada ne i manje važno jeste da je Savet primer uspešne saradnje osnivača, koji se po drugim pitanjima vezanim za razvoj medijskog sektora povremeno veoma razlikuju, što se pre svega odnosi na dva najveća novinarska udruženja, UNS i NUNS.

Za razliku od drugih Saveta koji se finansiraju iz državnih sredstava ili sredstava članarine članova osnivača, Savet za štampu se finansira iz donatorskih sredstava. Ovakav način finansiranja, sa jedne strane, skida teret finansiranja Saveta sa osnivača, ali istovremeno ima i druge efekte. Zahvaljujući donatorskoj podršci, Savet može da omogući gotovo nesmetan rad Komisije, iako se događalo da članovi Komisije obavljaju svoj posao i kad finansiranje njihovog rada nije bilo obezbeđeno. Takođe, donatorska podrška omogućava Savetu da razvija i širi modalitete komunikacije sa javnošću i tako širi prostor delovanja u okviru svog cilja – promocije Kodeksa i etičkog ponašanja u medijima. S druge strane, projektno finansiranje ima uticaja i na načine postavljanja ciljeva u radu Saveta koji su vremenski ograničeni trajanjem određenih projekata i njihovom tematskom sadržinom.

INTERVJUI – ZAINTERESOVANE JAVNOSTI

U ovom delu izveštaja biće predstavljeni rezultati ispitivanja stavova medija i različitih zainteresovanih javnosti, onih koji svojim delovanjem (ekspertskim, javnim zagovaranjem) utiču na medijski sistem, a time i indirektno na rad Saveta. Za potrebe ovog istraživanja obavljeni su dubinski intervjui sa po jednim predstavnikom/predstavnicom civilnog društva, međunarodne zajednice koja pomaže medijski sektor Srbije, akademske zajednice, organizacijom za zaštitu digitalnih prava, institucija, kao i sa predstavnicima medijske zajednice, kako onim koji priznaju nadležnost Saveta, tako i sa onima koji tu nadležnost ne priznaju. Poput izbora članova Saveta i Komisije za žalbe, i ovaj uzorak je koncipiran kao neproporcionalni tip stratifikovanog uzorkovanja kombinovan sa slučajnim uzorkovanjem, odnosno iz svake podgrupe uzorkovan je jedan predstavnik bez obzira na veličinu te podgrupe, koji je bio dostupan. Rezultati koji slede nastali su na osnovu ispitivanja putem osam dubinskih intervjua.

Povrede Kodeksa

Dva dominantna razloga za učestale povrede Kodeksa novinara Srbije sagovornici vide u 1) društvenom i političkom okruženju i 2) strukturalnim problemima koji izviru iz same onlajn sfere.

Pad medijskih sloboda, opšte društveno okruženje koje ne vrednuje profesionalne, etične medije, otvoreni pritisci vlasti (kroz javne kampanje, najčešće) izvor su negativnih pojava koje pogoduju kršenju etičkih standarda. Takvo okruženje ne pogoduje razvoju nezavisnih i profesionalnih medija, čak suprotno, čini se da profesionalizam u medijskom izveštavanju konstantno opada. „*Nikad nemaš dobro političko okruženje, uvek se znalo ko je za vlast, a ko protiv. Ali je očito da profesionalizam pada*“ (Intervju 10, predstavnik javnosti).

Među negativnim pojavama ističu se dodatno i polarizacija (sagovornici prepoznaju „loše“ medije koji najčešće krše Kodeks i uživaju podršku vlasti za razliku od „dobrih“ medija koji izveštavaju na profesionalan način, ali su i najčešće napadani od strane vlasti). „*Nema nezavisnog novinarstva. Ima samo novinara profesionalaca koji se trude da obavljaju posao u skladu sa etikom*“ (Intervju 8, predstavnik javnosti).

Postoje dve linije uticaja: govor mržnje, ad personam napadi i propaganda, širenje dezinformacija, glorifikacija vladara i minimizovanje neuspeha. Mediji onda služe da amplificiraju poruku, a informacije se šire poput koncentričnih krugova... Društvene mreže su još jedan od uzroka kršenja Kodeksa. One su i izvor i diseminator dezinformacija, tu je zamagljena linija. Dezinformacije se šire tendenciozno i one su deo biznis modela. (intervju, 9 predstavnik javnosti)

Još jedna uočena negativna pojava je i osnivanje (i od strane aktuelne vlasti podržanih) GONGO organizacija/medija koje služe „izvrtanju“ javne debate.

„Crna rupa“, „nekontrolisan i nepouzdan prostor“, „u brzini se lakše prave greške“, „komplikovano“ neki su od navoda kojima sagovornici opisuju digitalno okruženje.

„Prema našoj skali pouzdanosti mi smo zaključile da je to jedan vrlo nepouzdan onlajn prostor koji ne podleže nikakvoj kontroli. Mi smo na fakultetu radili jedno malo istraživanje ... o pouzdanosti onlajn medija koji su registrovani u Agenciji za privredne registre i došli smo o zaista neverovatnih podataka. Postoji gomila copy - paste opcija, preuzimaju se sadržaji sa stranih sajtova i tekstovi i fotografije često ne navodeći izvore, dakle jedno veliko ugrožavanje autorskih prava. Tu ne mislim samo na velike medije... nego i nekih preko 500 – 600 lokalnih portala koji imaju impresum, imaju navodne informacije oko toga kada su osnovani, ko je urednik, ali tu nema ni imena novinara ni potpisanih fotografija. (Intervju 12, predstavnik javnosti).

Predstavnici medija naročito ističu oštru (često i neloyalnu) konkurenciju kao jedan od ključnih problema onlajn sfere. Osim na konkurenciju, predstavnici medija se žale i na imperativ brzine u izveštavanju, česte promene u tehnologiji i vreme potrebno da se etičke norme razumeju i primene u novom tehnološkom okruženju.

Pojedini sagovornici ocenjuju da u nedostatku održivog finansijskog modela mediji posežu za povredama Kodeksa (klikbejt naslovi su jedan od takvih primera, kao i gore opisana praksa preuzimanja tekstova i fotografija bez navoda i poštovanja autorskih prava).

Sagovornici su jedinstveni u oceni da mediji imaju interne kapacitete da prate i primenjuju Kodeks novinara i prateće Smernice za rad medija o onlajn okruženju. To što je kršenje Kodeksa tako učestala pojava, isključiva je uređivačka odluka samih medija. „*Tabloidi imaju želju za senzacionalizmom i klikovima. To oni rade svesno. Ozbiljni mediji prave greške najčešće zbog nepažnje ili neznanja*“ (Intervju 15, predstavnik medija).

Iz prethodnog proizilazi i činjenica da sagovornici prepoznaju medije koji povrede Kodeksa i profesionalnih pravila čine zbog nepažnje, brzine ili nepoznavanja određenih pojava i koji su spremni da reaguju i isprave greške. Za razliku od njih, sagovornici prepoznaju i medije koji svesno krše pravila, a sve zbog ciljeva koji nisu u javnom interesu – ili su to uređivačke smernice, ili namerno širenje propagande, dezinformacija, manipulacije koje vode povećanom broju klikova, isplativost ovakvog biznis modela i sl.

Mediji u digitalu jure targete i prave greške. Ako napravimo grešku, moramo brzo i da popravimo (na primer, live prenos nekog događaja ili nemontirani materijal). Za razliku od njih, u tradicionalnim medijima, puno ljudi vidi tekst i ima šanse da uoče grešku (Intervju 14, predstavnik medija).

Dodatno, jedan od razloga nepoštovanja Kodeksa je i to što u samoj profesiji nema transfera znanja o etici i profesionalnim pravilima, sa urednika i novinara koji rade u tradicionalnim medijima i od kojih se, po prirodi stvari, očekuje veća baza znanja i prenos ka novinarima koji rade u novoformiranim, digitalnim redakcijama. „*Redakcije koje rade u digitalu kreiraju svoja pravila, a stare redakcije ne transferišu znanje u redakciju digitala*“ (Intervju 10, predstavnik javnosti), a te razlike počinju da bivaju vidljive već u trenutku formiranja digitalnih redakcija svojevremeno tradicionalnih medija.

Stari, etablirani mediji znaju sebe bolje da čuvaju, manipulacija koju plasiraju vrlo je perfidna: ona se ogleda u pažljivom selektovanju vesti, plasiranju, koliko je kojoj vesti vremena dato... Stariji, etablirani mediji zapravo su perfidniji u zloupotrebi digitala. (Intervju 8, predstavnik javnosti)

Osim toga, prepoznato je da su štampani mediji, mnogi od njih šampioni u kršenju etičkih pravila profesije, kako pokazuje monitoring Saveta za štampu, zapravo propagandisti vlasti i kao takvi nisu primer svojevrsnih čuvara Kodeksa i medijskih standarda. „*Negativan trend je da su „veliki“ štampani mediji, koji evidentno imaju kapaciteta, na „lošoj“ strani i njihovo izveštavanje je lošije od pojedinih digitalnih medija*“ (Intervju 1, predstavnik javnosti).

Povrede u digitalu dešavaju se mnogo češće i zbog prirode samih medija i tehnologije proizvodnje. Dok su tradicionalni mediji prilično „formatirani“ i tu „nema iskakanja“, mediji koji rade onlajn imaju neuporedivo veću produkciju sadržaja, a obrada i prezentacija informacija (kombinacija multimedijalnog materijala, teksta, fotografija, vizuelizacija i sl.) je značajno drugačija.

Sumirano, učestalo kršenje Kodeksa i različite distorzije i negativne prakse u izveštavanju rezultat su ugrađenih sistemskih grešaka celokupnog medijskog ekosistema. Vodeći se interesima političkih struktura, vlasnika ili pak biznis modelom koji favorizuje manipulativno, viralno, izveštavanje niskog kvaliteta, vodeći onlajn mediji su promotori kršenja Kodeksa, umesto njegovog poštovanja. Mediji koji poštuju Kodeks i izveštavaju u skladu sa standardima profesije, imaju sužen javni prostor i mali uticaj na javno mnjenje, skloniji su da prepoznaju i isprave greške.

Medijska scena je ustrojena tako da bude „zarobljena“ različitim političkim i ekonomskim interesima, a ne stimulisanjem nezavisnih, etičnih i medija odgovornih javnosti.

Mi smo propustili da imamo digitalno novinarstvo u Srbiji jer naše digitalno novinarstvo se svodi na „copy - paste“ , ovoga što već objavljujemo u tradicionalnoj formi. Sami smo za to krivi jer smo od 2000-tih na ovamo propustili

svaku šansu da restrukturiramo naše novinarstvo kada smo se bavili slobodom medija i time se i danas bavimo, a ne tehnologijama i ulaganjem u nove sadržaje i promenom strukture tržišta u odnosu na ono koje sada imamo (Intervju 12, predstavnik javnosti).

Kapaciteti Saveta

Intervjuisani sagovornici nisu direktno učestvovali u izradi Smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju. Kako je već opisano u prethodnom delu izveštaja, grupa stručnjaka, uz predstavnike medija i Saveta izradila je prvu verziju Smernica, a dopunjenu verziju 2.0 izradila su dva stručnjaka samostalno.

Bez obzira na način njihovog usvajanja, sagovornici se slažu da su Smernice dobre i ocenjene su kao vrlo koristan materijal koji pomaže medijima da se snađu u onlajn okruženju. Naročito je istaknuto da su Smernice 2.0 već u tom trenutku (2021. godine) ponudile okvirna rešenja u vezi sa upotrebom veštačke inteligencije u medijima, iako ova tehnologija dobija na popularnosti i masovnosti tek u ovoj i prethodnoj godini.

Smernice su ocenjene visoko i od strane samih medija – pojedini navode da ih „drže na stolu“ i stalno konsultuju ili su pak organizovali obuke u okviru redakcije, na osnovu njih kreirali svoje interne pravilnike i praksu i sl.

Mediji inače imaju ograničenu komunikaciju sa Savetom kada je u pitanju savetovanje u vezi sa etičkim dilemama u vezi sa digitalom. Uobičajena praksa je da ili sami rešavaju probleme unutar redakcije ili se pak obraćaju pojedinim članovima Komisije za žalbe, koristeći lične kontakte. „*Lično sam zvao sve članove komisije, kad god imam dilemu*“. (Intervju 11, predstavnik medija)

Ukoliko bi pak imali potrebe za dodatnim objašnjenjima ili odgovorima na dileme, pre bi se obratili novinarskim udruženjima koji im obezbeđuju besplatnu pravnu pomoć (poput NUNS-a) ili Share fondaciji koja vodi nacionalni CERT (centar za reagovanje u slučajevima kompjuterskih i digitalnih napada), jer je ocenjeno da Savetu fali tehnički aspekt ili „stručnjak tog tipa“.

Sa aspekta odnosa Kodeksa i Smernica, zanimljiv aspekt je motivacija medijima da na osnovu ova dva dokumenta donesu svoja interna pravila.

Ispostavlja se da medijska praksa i problemi sa kojima se novinari i mediji susreću pokazuje da dva navedena dokumenta traže dalju eksplikaciju u internim dokumentima samih medija. Od Saveta se očekuje okvir, a od medija dalja razrada. „*Savet treba da ima glavnu reč i da pruži smernice. Dobro je da mediji imaju svoja pravila, naročito jer nema sankcija u odlukama Saveta. Naš medij ima kodeks na nivou zajedničke kulture i vrednosti*“ (Intervju 14, predstavnik medija).

Takav je slučaj sa, na primer, moderacijom komentara na sajtovima i društvenim mrežama, pravilima preuzimanja sadržaja, nastupom novinara na društvenim mrežama i sl. Razlike u kapacitetima medija da razviju i pridržavaju se ovih internih pravila je evidentna – velike medijske kuće imaju resurse da razviju takve smernice, lokalni mediji mahom ne.

Najbolje bi bilo ako bi se dao okvir za postupanje, a ostalo da redakcije razrade same (primer, smernice za veštačku inteligenciju). Korisno bi nam bilo da se dalje razrade smernice u vezi sa autorskim pravima, pretpostavkom nevinosti i sl. Mi, na primer, imamo vrlo detaljno razvijena pravila o preuzimanju sadržaja drugih medija, to smo razvili interno. Koliko teksta se preuzima, link se uvek stavlja u drugoj rečenici, i sl. (Intervju 13, predstavnik medija)

Pitanje nastupa novinara i urednika na društvenim mrežama i korišćenje ličnih profila za ličnu promociju, promociju svog posla, priča ili pak, iskazivanje stava o pojedinim političkim ili društvenim odlukama, jedno je

od pitanja granice odnosa između Kodeksa i internih pravila medija. Sagovornici su jedinstveni u oceni da Savet ne treba da proširuje svoje delovanje i ocenjuje etičnost ličnih naloga, ali da bi mediji tu materiju mogli da uredi internim pravilima. Od Saveta se očekuju neke vrste smernica ili mišljenja.

Savet može da prati naloge medija, a naloge urednika i novinara mediji treba sami da uredi svojim pravilima. Savet bi mogao da izradi mišljenje. Svaka društvena mreža je drugačija i svaka publika je drugačija (nije ista publika na TW/X ili na IG). Mi na tim mrežama vrlo jasno iskazujemo svoj stav, pa bi sa etičke strane moglo da se postavi pitanje jel to profesionalno ili ne, ali nama je dalo rezultate...Valjalo bi da se o ovom pitanju oglase i medijski profesionalci i marketinški stručnjaci. (intervju 13, predstavnik medija)

Treba razlikovati influensera od naloga novinara ili urednika. Mi stalno posmatramo „tvrdu“ informaciju, a to nije jedini tip informacija koji utiče na javno informisanje. Govorimo o velikom komadu javnog prostora koji nisu samo te „tvrde“ informacije, a naročito ako u tom prostoru ima informacija od javnog značaja. Bilo bi dobro pokrenuti neku vrstu rasprave kroz autorske tekstove, uzeti neki mekši pristup, pa onda odlučiti da li je za Smernice. (Intervju 15, predstavnik javnosti)

S obzirom na brz razvoj tehnologije i česte promene i digitalnoj sferi, sa sagovornicima smo ispitivali i potrebe i motivacije za doradu, izmene ili promene samog Kodeksa novinara ili Smernica.

Kroz razgovor smo identifikovali nekoliko mogućih pristupa.

Jedan od pristupa bi bilo redovno ažuriranje ovih dokumenata.

Promene Kodeksa ne treba da budu vođene nekim pojavama. One treba da se iniciraju svake, recimo, 2 godine. Pre toga uraditi reviziju, da li bi nešto trebalo dodati, izbaciti... Savet bi trebalo to da radi i inicira, jer nema drugog tela koje bi to moglo. Nisam sigurna da je to njegova primarna uloga, ali bi trebalo to da rade. (Intervju 10, predstavnik javnosti)

Drugi pristup je učenje kroz prethodnu praksu, praksu drugih medija u razvijenim medijskim sistemima, iniciranje promene na osnovu prethodne analize i naučenih lekcija.

Nekoliko koraka treba preduzeti: analizirati učestalost negativnih pojava, zatim inicirati strukovne razgovore, a kasnije uključiti i širu javnost (naročito, na primer, IT zajednicu, ekonomiste i sl.), nakon toga pogledati iskustva iz inostranstva i onda pristupiti izmenama Kodeksa ili Smernica. Treba razmotriti i mogućnost za dalje – kako se prati primena novih pravila i kako reaguje u slučaju kršenja. (Intervju 15, predstavnik javnosti)

Sagovornici nemaju jasno opredeljenje da li izmene Kodeksa/Smernica treba da idu „unapred“ (jer tehnološki napredak nije moguće u potpunosti predvideti) ili pak „unazad“ (prateći praksu u redakcijama), ali je opšti zaključak da ne treba mnogo čekati. „Ne treba čekati da se u medijima ustali neka loša praksa, pa tek onda reagovati, treba reagovati na vreme. Oni koji žele da zloupotrebe tehnološka dostignuća, neće čekati“. (Intervju 8, predstavnik javnosti).

Kodeks treba menjati u delovima za koje je praksa pokazala da je potrebna reakcija Saveta ili Komisije za žalbe. Za neke buduće aktivnosti treba osmisliti šire smernice pa onda dodavati detalje. „Potrebno je to uraditi unapred, pa sa vremenom „peglati“. Medijima je potreban neki okvir, a u nekim kasnijim fazama, videti šta radi, šta ne, i šta treba korigovati i dopuniti“. (Intervju 13, predstavnik medija)

Izmene Kodeksa/Smernica treba da budu vođene vizijom i strateškim opredeljenjem, takođe je jedan od ponuđenih pristupa. Ipak, očekuje se da se ove strateške smernice usaglase između Saveta i članica osnivača.

Sa jednom od sagovornica se tokom intervjuja pavela diskusija na temu razlike, ili pak sinergije, profesionalnog i građanskog novinarstva, što takođe može da bude jedan od ponuđenih strateških pravaca izmene etičkih pravila u budućnosti. Velika većina, naročito mlađih, građana ima naloge na nekoj od najpopularnijih društvenih mreža i tako se *de facto* oglašava u javnosti. Neretko se dešava i da se stavovi ili diskusije sa

društvenih mreža „preliju“ u medijski prostor i budu povodi za priče. Jedan od inovativnijih predloga bio je formulisanje „*kombinovane medijske etike (engl. mixed media ethics)*“ koja bi obuhvatila i profesionalno i građansko novinarstvo. (Intervju 12, predstavnik javnosti)

Sagovornici su mišljenja da Savet i Komisija za žalbe imaju kapaciteta da odgovore na sve žalbe koje pristignu. Smatraju da su odluke Komisije dobro obrazložene i informativne. Konstatuju takođe i da broj žalbi koje Komisija primi ni približno ne odslikava stanje na terenu, u kom se kršenja Kodeksa dešavaju na dnevnoj bazi.

Uostalom, o broju kršenja Kodeksa i etičkih standarda govore i monitoring izveštaji koji sam Savet za štampu periodično objavljuje. Kako Komisija i Savet grade svoje kapacitete i kroz pritužbe koje rešavaju, jedna od preporuka sagovornika Savetu je da pokuša da dodatno promoviše svoje usluge, te poveća broj pritužbi.

Konstatovano je, ipak, da članovi Komisije za žalbe nemaju dovoljna/očekivana znanja u vezi sa onlajn sferom i da bi u tom segmentu Savet trebalo da pojača kapacitete, o čemu će više reči biti u narednom delu.

O kapacitetu Saveta govore i kapaciteti za umrežavanje, saradnju i odnosima sa različitim društvenim grupama, najpre, medijima, organizacijama civilnog društva i donosiocima odluka.

Nesumnjivo je da među sagovornicima ovog istraživanja Savet i Komisija uživaju veliki ugled. On se percipira kao telo koje ima visoku javnu reputaciju i integritet. „*Njihov ugled je stabilan, da Komisija ne radi dobro, sigurno bi bila gomila primedbi*“. (Intervju 10, predstavnik javnosti). Članovi Komisije za žalbe su etablirani novinari sa višegodišnjim iskustvom rada u redakcijama i oni uživaju ugled i poštovanje svojih kolega.

Ipak, i ovaj ugled, kao i domet Saveta, je ograničen činjenicom da je da jedan deo medijske scene svesno ignoriše Savet, ne priznaje njegovu nadležnost, a nekad čak vodi i negativne javne kampanje protiv članova Komisije i sekretarijata Saveta. „*Uživa dobar ugled među ljudima koji za njega znaju. Među medijima je podeljeno – oni koji se pridržavaju Kodeksa, njima je OK, ali oni koji se ne pridržavaju ili ga aktivno kritikuju ili ga ignorišu*“. (Intervju 15, predstavnik javnosti)

Saradnja sa ekspertima različitih profila i imidž Saveta za štampu kao svojevrsnog mesta okupljanja stručne zajednice koja deli iste vrednosti je takođe prepoznata kroz intervju sa sagovornicima. „*Vrlo često se dešava da Savet angažuje druge stručnjake da rešavaju određena pitanja ili dileme, što nije loš pristup, jer se tako gradi baza stručnjaka raznih profila i imidž peer-to-peer organizacije*.“ (Intervju 10, predstavnik javnosti).

Na zadovoljavajući način je ocenjena i saradnja sa nevladinim sektorom, koja je na neki način i institucionalizovana – ove organizacije mogu da podnose pritužbe Komisiji za žalbe, ali mogu da se uključe direktno u rad Saveta kroz učešće i delegiranje članova Komisije. Civilni sektor je prepoznat kao prirodni partner Savetu, te se kroz intervju povelu diskusija i o nešto značajnijoj koordinaciji Saveta sa NVO, na primer, deljenjem kapaciteta i resursa, zajedničkim javnim nastupima i sl.

Najdinamičniji odnos Saveta je prema donosiocima odluka i regulatorima, naročito, po pitanjima granica regulacije i samoregulacije i mestima je ovaj odnos isprepletan. Od regulatornog okvira se očekuje da kreira sistem, okruženje i da postavlja granice („ne smeš da objavljuješ ništa što je protivzakonito“). U tom okviru se kreće i samoregulacija.

Nema jasne granice, ali je jasno da država ne treba da se meša u moral i etiku. Osim toga, sankcije su različite, tačno se zna šta je posledica ukoliko mediji prekrše zakon, a šta je sankcija samoregulatornog tela. Kodeks je u nekim delovima stroži od zakona“ (Intervju 10, predstavnik javnosti).

U domaćem kontekstu, odnos aktuelne vlasti prema Savetu u nekim trenucima ide od potpunog ignorisanja do otvorenog suprotstavljanja. Na primer, položaj Saveta za štampu u novim medijskim zakonima (Zakonu o

javnom informisanju i medijima i Zakonu o elektronskim medijima⁴¹) koji su usvojeni krajem oktobra 2023. godine, pokazao je različite tačke sporenja i nerazumevanja. Dok su medijska i novinarska udruženja koja su učestvovala u procesu izmene Zakona, tražila i zakonsko „prepoznavanje“ Saveta i to u delu Zakona kojim se reguliše rad Komisija o raspodeli novca na medijskim konkursima (traženo je da jedan od kriterijuma za dodelu novca budu odluke Komisije za žalbe Saveta za štampu), Vlada Republike Srbije i resorno ministarstvo su tek nakon dugih pregovora i javnog pritiska pristali na ovakvu odredbu zakona.

Ova zakonska odredba bi trebalo da pomogne prestanku jedne od najnegativnijih uočenih pojava, da se novcem građana, kroz mehanizam projektnog sufinansiranja, podržavaju mediji koji su najveći prekršioci etičkog kodeksa. Ignorisanje etike u štampanim i onlajn medijima od strane vlasti i institucija, takođe je jedan od pokazatelja međusobnog odnosa Saveta i donosilaca odluka.

Kada pričam sa studentima vidim da se oni pitaju čemu sve to - mi smo utvrdili da su kršili Kodeks, a onda država kaže evo pet miliona, evo deset miliona. Po meni je to ključna stvar, kako mi možemo sada da povežemo kršenje Kodeksa i odluke Saveta za štampu sa tom odlukom države o deljenju novca. (Intervju 12, predstavnik javnosti)

Odnos regulacije i samoregulacije dodatno će se usložiti i zbog novog evropskog regulatornog okvira za medije, pre svega, zbog usvajanja Direktive o digitalnim uslugama i Akta o medijskim slobodama (Digital Services Act i Media Freedom Act). Kako ističe jedna od sagovornica, ovom regulacijom se otvara pitanje ko će dobiti nove nadležnosti u regulaciji digitalnog prostora, kolike će one biti i kako će to uticati na medije.

Važan aspekt rada Komisije za žalbe je da su podnete žalbe vrlo često „uvertira“ za sudske procese i da pozitivna odluka Komisije često znači i pozitivnu presudu na sudu. „Važno je da Savet bude zakonski prepoznat i uđe u zakon, a nadležno organi moraju uvek da imaju u vidu odluke i monitoring. Važna je i sudska praksa, ona treba da se naslanja na praksu Saveta.“ (Intervju 11, predstavnik medija). Sudska praksa posmatrana iz ugla njenog odnosa sa novinarskom etikom, međutim, nije dovoljno vidljiva u stručnoj javnosti niti je dovoljno dobro analizirana.

Pojedini sagovornici vide Savet i kao mesto koje ima edukativnu ulogu i mesto u kom se promovišu etički standardi novinarstva i u široj javnosti. Ovakva vrsta promocije, doprinela bi i većem broju žalbi građana što bi bio jedan od indikatora uspeha rada Saveta.

„Medijska pismenost je veliki problem, jer kada se pogledaju statistike, društvo najviše prati one medije koji najčešće krše kodeks. Ljude treba bolje upoznati sa Savetom kroz društvene mreže. Zato je baš važno što se sednice prenose uživo.“ (Intervju 14, predstavnik medija)

Postoji još nekoliko načina na koji Savet može da meri svoj društveni doprinos i, shodno rezultatima merenja, potencijalno prilagodi neke od svojih aktivnosti. Povećan broj žalbi, povećan broj medija koji priznaju njegovu nadležnost, manji broj kršenja Kodeksa (nekoliko sagovornika ističe primer Kurira koji je imenovao urednika za etiku i smanjio broj prekršaja Kodeksa), veća vidljivost među građanima - neki su od najčešće ponuđenih odgovora. Osim toga, predložena je i veća prisutnost u medijima, koji bi trebalo češće da izveštavaju i upoznaju javnost sa slučajevima kršenja Kodeksa, jača javna osuda onih koji učestalo krše Kodeks i sl.

Uticanju Saveta doprinosi i prepoznatljivost kako u široj tako i stručnoj javnosti. Iako sagovornici konstatuju da je vidljivost Saveta porasla zahvaljujući promociji Saveta na društvenim mrežama (uključujući i objavljivanje snimaka sednica Komisije za žalbe), ipak i ova vrsta promocije ima ograničenja. „Sigurno da reach nije dovoljan, ali vidljivost je veća nego ranije. Pitanje za sekretarijat je koliko resursa troše – ako troše mnogo resursa, a imaju mali reach, onda je to problem i nešto treba menjati.“ (Intervju 10, predstavnik javnosti).

⁴¹ Zakon o elektronskim medijima „Sl.glasnik RS“ br. 92/2023 i Zakon o javnom informisanju i medijima „Sl.glasnik RS“ br. 92/2023

Predstavnici medija prate redovno sednice Komisije za žalbe, i čitaju odluke koje smatraju relevantnim za svoj rad. Ostali sagovornici prate povremeno, po potrebi. Ocenjuju da je potreban strateški pristup u osmišljavanju javnih kampanja. „Potrebno je osmisлити atraktivnu kampanju koja može da privuče i mlade. Potrebno je napraviti ceo plan javnog delovanja, a zatim da se ispita šta je dobro prošlo, šta ne.“ (Intervju 15, predstavnika javnosti).

Sumirajući nalaze sagovornika o kapacitetima Saveta za štampu, možemo zaključiti da se radi o telu koje uživa veliki ugled i od kog se očekuje dalje vođstvo po pitanjima etike u digitalnom prostoru. Savet je već učinio pozitivne pomake kroz kreiranje Smernica za primenu Kodeksa u onlajn okruženju, promociju svojih resursa na društvenim mrežama, aktivnostima javnog zagovaranja čime je prepoznat i u zakonodavnom medijskom okviru kao merodavno telo koje prati ispunjavanje etičkih i profesionalnih standarda u sferi štampanih i onlajn medija. Osim toga, Savet je prepoznat i kao mesto okupljanja medija i šire zajednice koja je zainteresovana za unapređenje standarda izveštavanja, uključujući i standarde u onlajn okruženju.

Konstatovana su i određena ograničenja, najpre, u domenu same medijske zajednice u kojoj većina medija ne priznaje nadležnost Saveta, a u nekim trenucima ima i neprijateljski stav prema njemu. Ograničena je i vidljivost i prepoznatljivost Saveta i usluga koje se nude u široj javnosti.

U odnosu Saveta i države, tj. donosilaca odluka i institucija, ključna promena koja se očekuje je prestanak državnog finansiranja medija koji su od strane Saveta prepoznati kao najveći kršioci Kodeksa novinara. Slično je očekivanje i u vezi sa sudskim odlukama, koje treba da prate odluke Saveta/Komisije za žalbe.

Budućnost Saveta

Budućnost Saveta za štampu zavisice i od internih kapaciteta za reagovanje na promene i prilagođavanje na nove izazove koje donosi digitalni prostor, ali i od eksternih faktora koji najavljuju krupne promene u novinarskoj profesiji i medijskoj sferi.

Jačanje internih kapaciteta sagovornici vide u jačanju samog sekretarijata Saveta, kao i finansijskoj održivosti, koja ne bi trebalo da zavisi isključivo od projekata i stranih donacija. Osim toga, predlaže se i podmlađivanje kadra, naročito onog koji je angažovan u Komisiji za žalbe, kroz „miks novog znanja i iskustva“. Podizanju kapaciteta bi doprinele stalne i planske obuke za članove Saveta/Komisije, naročito po pitanju poznavanja digitalnog okruženja. Savet ima praksu da periodično organizuje ove obuke, ali njihov obim i učestalost zavise od raspoloživih sredstava po projektima.

Za budućnost Saveta biće važno osigurati da kvalitet odluka Komisije za žalbe bude konzistentan. Od sekretarijata bi se očekivalo da osigura da komisije (aktuelne i buduće) prate postavljene standarde (u pisanju, koncipiranju, kriterijumima i sl.) pri donošenju odluka, kao i da su članovi upoznati sa prethodnim odlukama kako bi se osiguralo da Komisija ne donosi različite odluke na iste okolnosti, jer bi to imalo za posledicu reputacionu štetu.

Predlaže se usvajanje interne Strategije, „koja bi mogla da pokaže jasniju sliku kuda treba ići, koji model može da obezbedi održivost“, a u tom smislu i oštiji „zaokret ka digitalu“.

Od internih kapaciteta Saveta zavisice i veća vidljivost u javnosti i „promovisanje kroz građansko vaspitanje i medijsku pismenost“ (Intervju 11, predstavnik medija). Novi načini komuniciranja (korišćenjem novih kanala komunikacije i njima prilagođenim porukama), re-brandiranje i veći zaokret ka mlađoj populaciji, neki su od predloga za povećanje prepoznatljivosti Saveta u javnosti.

„Savet ne treba da ostane vidljiv kao neka institucija koja je u prošlom vremenu, koja se bavi štampom koja je u padu... treba nam percepcija moderne institucije koja će da nam pomogne da poboljšamo kvalitet našeg novinarstva“. (Intervju 12, predstavnik javnosti)

Eksterni faktori koji utiču na položaj Saveta u budućnosti sagovornici vide u 1) odnosu samih medija prema ovom telu i 2) odnosu države i njenih institucija.

Povećanje broja medija koji priznaju nadležnost Saveta bio bi dobar signal za budućnost, ali uz to i prestanak kršenja Kodeksa od strane medija koji su bliski vlasti, kao i prestanak „verbalnih napada na članove Saveta jer to utiče na njihov ugled u društvu“ (Intervju 14, predstavnik medija).

Od državnih institucija se očekuje, kako je to više puta naznačeno u ovom izveštaju, da i zakonski prepozna odluke Saveta, najpre, tako što će uskratiti državno finansiranje tabloidnih medija i onih koji su redovni kršioi Kodeksa novinara.

Odluke koje se poštuju i proizvode posledicu takođe bi doprinele statusu Saveta u budućnosti. Kao reprezentativni primer navodi se saradnja „fektčekerskih“ organizacije (organizacija koje se bave proverom činjenica) koje su se udružile sa društvenom mrežom Fejsbuk na proveri dezinformacija na ovoj društvenoj mreži. Ova saradnja je za posledicu imala i to da su pojedini domaći mediji korigovali vesti koje su ove organizacije označile kao netačne ili lažne. Slično ovom, kreiranje „vidžeta“ ili oznaka medija koji poštuju nadležnost Saveta, kao vrsta garancije kvaliteta, predložena je od strane pojedinih sagovornika.

Osim proširivanja kruga medija koji poštuju nadležnost Saveta, sagovornici predlažu i širenje kruga organizacija koje su uključene u rad Saveta, ali i širenje kruga ostalih zainteresovanih javnosti, pa je jedna od predloga bio i saradnja sa tehno-kompanijama.

Sa sve učestalijom upotrebom veštačke inteligencije u proizvodni sadržaja, kreiranjem duboko manipulativnog tzv. „deep fake“ sadržaja, tehnologijom uvećane stvarnosti (engl. augmented reality), nedovoljno uređenim položajem društvenih mreža, pred celom medijskom zajednicom nalaze se krupni tehnološki izazovi, a sa njima dolaze i pitanja etika koja će se u kratkom roku naći pred Savetom za štampu i Komisijom za žalbe. Odgovor na ove izazove uticaće na položaj Saveta u budućnosti, jer će menjati medijsku scenu i novinarsku profesiju.

Kako pokazuju rezultati intervjuja sprovedeni sa predstavnicima medija, pojedine redakcije eksperimentišu sa upotrebom, pre svega besplatnih, alata koji se baziraju na veštačkoj inteligenciji, najčešće je to ChatGPT. Iako su intervencije na medijskom sadržaju još uvek minimalne (eksperimentiše se, na primer, sa generisanjem naslova, sastavljanjem pitanja za kvizove, i sl.) u predstojećem periodu očekuje se njihova masovnija upotreba, što podrazumeva i prilagođavanje Kodeksa novinara i/ili Smernica. Trend koji se najavljuje povećanom upotrebom veštačke je i personalizacija medijskog sadržaja (sadržaj prilagođen svakom pojedinačnom korisniku). Savet je prepoznat kao mesto na kojem se, uz učešće medija, IT stručnjaka i druge zainteresovane javnosti, iniciraju diskusije o personalizaciji sadržaja i etičkim normama korišćenja veštačke inteligencije.

Sagovornici su mahom složni u oceni da Savet trenutno ne treba da menja obim posla ili nadležnosti, ali da mora da osluškuje i prati promene u medijskom sektoru i novinarskom poslu te da radi „fino podešavanje“ u pravcu detektovanih promena.

Ukoliko je promena nadležnosti ipak predložena od strane pojedinih sagovornika, proširena uloga Saveta vidi se u promociji medijske pismenosti, javnim kampanjama za promociju standarda profesije i sl. te proširenja kruga podnosilaca žalbi.

ZAKLJUČCI

Centralna etička dilema novinarstva jeste kako pravilno izbalansirati slobodu medija sa interesima onih koji su tema izveštavanja ili su primaoci medijskog sadržaja (Thomaß, 1998). Ko određuje ovu ravnotežu i prema kojim kriterijumima, zavisi od razumevanja šta je etično u novinarstvu i kakvu ulogu mediji treba da imaju u društvu, kao i od odgovora na pitanje ko kontroliše tu granicu. Uopšteno rečeno, negativne granice slobode medija

postavlja država regulišući ono što je zakonski kažnjivo, a pozitivnu granicu, putem etičkih kodeksa, uspostavljaju samoregulatorni mehanizmi (Fidalgo, at al, 2022)..

Iako među samim kodeksima nema bitnijih razlika, različiti društveni konteksti imaju snažan uticaj na to koliko se oni poštuju i kako društvo reaguje u slučajevima kada se krše. Nijedna medijska sredina nije imuna na kršenje profesionalnih etičkih normi, posebno kada se pojavljuju "pukotine u društvu"⁴², a situacije u kojima mediji i novinari na prvo mesto stavljaju svoje lične interese, finansijske interese svojih medija, ili zanemaruju etička pravila da bi postigli veće tiraže, privukli čitalačku publiku, ili ostvarili veću gledanost nisu retki (Fidalgo, at al, 2022), Ovo upućuje na potrebu saveta za štampu da grade „koalicije“ sa onim akterima u društvu koji vide svoj interes u jačanju profesionalnih etičkih standarda.

Ključnu ulogu u određivanju balansa između interesa medija i prava onih o kojima se izveštava i javnosti u Srbiji imaju pojedini politički akteri i vlasnici medija koji reinterpetiraju granice slobode medija i uloge medija u društvu, odbacujući i ignorišući osnovne postulate Kodeksa novinara Srbije u korist drugih motiva, uključujući ovde korišćenje medija kao sredstva za obračun sa političkim protivnicima, nametanje sopstvenih vrednosti kao opštih vrednosti u društvu, i razumevanje uloge medija pre svega kao poslovnih entiteta koji koriste nove tehnologije za ostvarivanje željenih finansijskih rezultata, bez obzira na profesionalne standarde profesije. Iako je, na primer, izveštavanje medija tokom i posle masovnih ubistava u osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ i selima oko Mladenovca, izazvalo odijum javnosti, javne proteste roditelja žrtava i molbe upućene medijima da promene način izveštavanja, u Srbiji još ne postoji kritična masa u društvu koja bi mogla da generiše pritisak na ovakve medije.

Medijski profesionalci pružaju relativno slab otpor takvim praksama, bilo iz razloga što nedovoljno poznaju Kodeks ili se priklanjaju stavovima svojih vlasnika da u izboru između oslanjanja na pravila profesije i gledanosti ili čitanosti oličene u „klikovima“, ovo drugo često odnosi primat. Nasuprot ovim akterima stoje mediji koji poštuju pravila, osobe čija su prava ugrožena i građani koji su izloženi medijskim sadržajima u kojima se promovise nasilje, povređuje pravo dostojanstva žrtava, i stvara atmosfera u kojoj se žrtve, vrlo često deca i žene, retraumatizuju.

Iako se Kodeks krši i u tradicionalnim, štampanim medijima, njegovo kršenje je posebno izraženo u onlajn izdanjima tradicionalnih medija ili u medijima koji funkcionišu isključivo u onlajn formi, jer se ovakvi sadržaji multiplikuju i trajno ostaju na Internetu.

U trenucima nedoumica novinari konsultuju Kodeks, digitalne smernice, odluke Komisije za žalbu Saveta za štampu, ili članove Komisije, u pojedinačnim kontaktima, ali ne postoji jasno artikulisana saradnja medija i Saveta u situacijama u kojima je medijima potrebna dodatna podrška u situacijama sa kojima se u praksi nisu susretali.

Ohrabruje činjenica da raste broj medija koji prihvataju nadležnost Saveta za štampu i da postoje primeri medija koji su, posle duge istorije grubih kršenja profesionalnih standarda, uveli promene u svoj način rada. Ovakvi primeri, kao što je to slučaj „Kurira“, pokazuju da mediji mogu da nađu i profesionalni i finansijski interes da češće poštuju pravila Kodeksa i Smernica, nego što su to činili u prošlosti.

Ipak ovi primeri su retki, i u medijskoj zajednici odnosno u onom njenom delu koji je učestvovao u nekim od najdrastičnijih primera kršenja Kodeksa koji se odnose na poštovanje prava dece, i dostojanstva žrtava uopšte, ima malo pomaka. Naprotiv, malobrojni mediji koji poštuju Kodeks u ovakvim prilikama suočavaju se sa pritiskom čitalaca da objave podatke žrtava, kao što su to učinili drugi mediji. Drugim rečima, profesionalnost ovih medija nije vrednovana.

⁴² Na primer, U Nemačkoj i Francuskoj su takvi primeri kršenja etičkih standarda bili zabeleženi u vreme incidenata između domicilnog stanovništva i migrantske populacije i u vreme terorističkih napada

Pored ovakvih, najčešće namernih i drastičnih povreda Kodeksa, postoje nenamerne greške koje novinari prave podstaknuti žurbom da prvi objave neki medijski sadržaj, što je trend koji diktiraju nove tehnologije per se, jer se nameću „klikovi“ i brzina objavljivanja priloga, kao ultimativna merila uspeha koja imaju prioritet u odnosu na standarde novinarske profesije koji nalažu posvećeno proveravanje činjenica, pre objavljivanja bilo kakvog sadržaja. Takođe, značajan deo povreda Kodeksa nastaje i usled neznanja novinara, odnosno stoga što novinari ne poznaju dobro, ili uopšte ne poznaju Kodeks i Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju. Ovo je posebno izraženo u „mladim“ medijima u kojima nije bilo mesta za prenos znanja iskustava sa ranijih uredničkih postava na nove.

U medijima postoji uverenje da ono što je objavljeno u digitalnoj sferi, može lako biti i naknadno popravljeno, ako se opazi da je učinjena greška, bez razumevanja da svi unosi ovakvog tipa ostaju zauvek vidljivi. Shodno tome, u istraživanju je opažena značajna razlika između razumevanja medija i drugih aktera u vezi sa pitanjem prava na zaborav. U anketi sa novinarima iskazana je značajna rezerva prema toj opciji, dok je ona ozbiljno razmatrana u intervjuima, Ovo se delimično može objasniti i time da u anketi sa novinarima ovo pitanje nije šire elaborirano u kontekstu povređivanja prava dece i žrtava uopšte. Ipak, analiza žalbi građana podnetih Komisiji upućuje da su oni takvu mogućnost već zahtevali od medija, ali da su ovakvi zahtevi odbijeni sa obrazloženjem medija da to ne bi dalo rezultate, jer su ovakvi sadržaji mnogo puta podeljeni kroz druge medije i ostaju trajno zabeleženi na globalnim digitalnim platformama.

Istraživanje je pokazalo da tehnološki napredak donosi kompleksne izazove pred medije i savete za štampu uopšte kao samoregulatorna tela medijske zajednice. Ovde ćemo te izazove podeliti na tri grupe.

Novi pristup rešavanju pitanja prava na zaborav. Prvi se odnose na već pomenuto otvaranje pitanja prava na zaborav na način na koje ono nije dovoljno obrađeno ni u jednom evropskom kodeksu. To je, naime, pitanje prava žrtava na brisanje svih osetljivih podataka koji su u njima objavljeni u medijima, a doprinose njihovom povređivanju, odnosno retreaumatizaciji tokom celog života. Ovo je pitanje nesumnjivo kompleksno jer bi moralo da uključi i saradnju globalnih digitalnih platformi (Google, Meta i drugih) i saradnju samih medija da bi ovakvi sadržaji mogli trajno da budu uklonjeni. Ovaj proces ne sme biti shvaćen kao oprost medijima za kršenje Kodeksa niti rešenje koje će stajati na raspolaganju za post mortem poštovanje profesionalnih standarda, odnosno za snižavanje kriterijuma za poštovanje Kodeksa i Smernica na prvom mestu. Ipak, ako bi se dobro postavilo, ovo bi moglo biti rešenje za sadašnju izuzetno tešku situaciju.

Nove teme koje traže tumačenje. Slično ali nešto drugačije pitanje postavlja se u vezi sa pozitivnim društvenim akcijama, kao što je na primer uvođenje „Amber alert-a“, odnosno novih pristupa u pomaganju istražnim organima i porodicama da se pronađu nestale osobe. Ovo podrazumeva masovno deljenje i reprodukovanje fotografija i detalja iz života ljudi koji su nestali kroz različite digitalne kanale. Postavlja se pitanje da li osobe čiji su lični detalji podeljeni na ovakve načine imaju mogućnost da traže uklanjanje ovakvih sadržaja jednom kada je potraga obustavljena. Imajući u vidu da model „Amber alerta“ postoji i u drugim zemljama, rešavanju ovog pitanja može se pristupiti i otvaranjem diskusije o ovom pitanju u široj zajednici saveta za štampu.

Nove tehnologije i kapaciteti Saveta. Treća grupa izazova odnosi se primenu novih tehnologija u medijima kao što su veštačka inteligencija, proširenja stvarnost, virtuelna stvarnost i druge tehnologije koje su karakteristične za digitalne medije i gde se otvara pitanje vremena kad ova pitanja treba adresirati u Kodeksu (pre ili pošto se uoče takve prakse) i mogućnosti članova Saveta za štampu da u potpunosti razumeju tehnološke aspekte primene ovih tehnologija i njihove reperkusije na pitanje poštovanja etičkih normi. Ova pitanja su u evropskoj praksi pre svega regulisana na nivou pojedinačnih medija i njihovih internih kodeksa, ali će svakako tražiti pažnju Saveta za štampu. U tom kontekstu postavlja se pitanje promena u metodologiji rada Saveta za štampu odnosno mogućnosti za brzo obnavljanje digitalnih smernica i davanje pojedinačnih tumačenja nedoumica sa kojima se mediji suočavaju.

Mesto samoregulacije i kako ga iskoristiti

Savet za štampu kao nezavisno, samoregulatorno telo postavlja pozitivne granice etičkih standarda kako kroz svoje delovanje odnosno rad Komisije za žalbe, tako i kroz izradu uputstava i smernica koje novinarima i medijima treba da omoguće da otklone nedoumice u primeni Kodeksa u digitalnom okruženju. Savet je unutar medijske zajednice, u akademskim i ekspertskim krugovima i u međunarodnoj zajednici, prepoznat kao telo sa visokim standardima rada i neupitnim, profesionalnim kapacitetima. On predstavlja most, i čvorišnu tačku okupljanja medijskih profesionalaca, nevladinog sektora i građana koji se oslanjaju ili koriste resurse Saveta u odbrani profesionalnih etičkih standarda i zaštiti svojih prava kroz samoregulatorne a povremeno, u kasnijim fazama i sudske mehanizme, koji se oslanjaju na praksu Saveta.

Resursi Saveta su javno dostupni svim zainteresovanim stranama i besplatni su za građane. Poseban doprinos transparentnosti i promocije rada Saveta predstavljaju aktivnost Saveta na društvenim mrežama, uključujući ovde i snimke zasedanja Komisije dostupne na YouTube-u koji omogućavaju svim zainteresovanim stranama da se do detalja upoznaju sa metodama odlučivanja u Komisiji.

Savet je vremenom razvio dobru saradnju sa nevladinim organizacijama koje se bave zaštitom prava dece, žena, nacionalnih manjina i drugih ljudskih prava. Ovakva saradnja je veoma bitna jer su pravila obraćanja Savetu za štampu znatno restriktivnija u odnosu na neke druge savete u Evropi, koji omogućavaju da žalbu podnesu svi zainteresovani građani bez obzira na to da li su njihova prava lično povređena ili ne. Po Statutu Saveta ovo pravo imaju samo direktno oštećeni građani, dok NVO imaju mogućnost da zastupaju povrede prava građana iz svog domena rada bez restrikcija. To NVO čini važnim i posvećenim akterom u promocije profesionalnih etičkih standarda čiji se kapaciteti nedovoljno koriste. Na primer, iako postoje brojni primeri kršenja prava seksualnih manjina, broj takvih žalbi u novijoj praksi Komisije je mali. Pored građana i NVO, pravo na žalbu imaju i sami članovi Komisije što je važan instrument koji omogućava da se drastični ili karakteristični slučajevi kršenja Kodeksa nađu pred Komisijom, u slučajevima kada oštećeni, kao na primer u slučaju masovnog ubistva učenika u osnovnoj školi „Vladislav Ribnikar“ i sličnim, nemaju kapaciteta i vremena da se obrate Komisiji. Analiza žalbi Komisije pokazuje da se svi ovi instrumenti aktivno koriste.

Podaci pokazuju da Komisija godišnje primi i raspravlja o oko 50 žalbi. Ove žalbe su sve bolje napisane, što govori o uspehu Saveta da proaktivno deluje i jača kapacitete građana i NVO da podnose žalbe. Ipak, broj ovih žalbi višestruko je manji od broja povreda Kodeksa koje Savet detektuje kroz redovan monitoring izabranih medija. Takođe, postoji neusklađenost u strukturi žalbi pred Komisijom i povreda Kodeksa koje se beleže u monitoringu medija, što ukazuje da postoji prostor za proaktivno delovanje i jačanje kapaciteta građana i NVO da postanu responsivniji na kršenje nekih odredbi Kodeksa koji se retko razmatraju pred Komisijom za žalbe. Ukratko, Savet i NVO sektor nisu u potpunosti razvili kapacitete za saradnju koji bi se zasnivali na međusobnom razumevanju sopstvenih snaga i metoda uspešne saradnje.

Iako je obrazac žalbe Komisiji dostupan onlajn, u značajnom broju slučajeva u ime građana žalbe i dalje podnose advokati, što je suprotno cilju Saveta da građani koriste mogućnost besplatnog podnošenja žalbe. Ovo upućuje na potrebu daljeg osnaživanja građana da samostalno koriste usluge Saveta.

Istovremeno, postoji značajan prostor za unapređenje komunikacije Saveta i medija u domenu pružanja saveta medijima u trenutku kada se suočavaju sa iskustvima koje do tada nisu imali, kao što su to već mnogo puta pominjana masovna ubistva. Mediji se u slučaju nedoumica obraćaju članovima Komisije koje lično poznaju, a ne Savetu kao instituciji od koje se očekuju meritorni odgovori. Takođe, postoji znatan prostor za proaktivno delovanje Saveta i Komisije u slučajevima koji predstavljaju primere nehotičnih grešaka i neznanja novinara i jasnije stavljanje do znanja medijima gde greše, u direktnoj komunikaciji, a koji do sada nije dovoljno iskorišćen.

Postoji konsenzus među ispitanicima da bi Savet trebalo da unapredi obim, intenzitet i metode komuniciranja sa javnošću, po ugledu na druga nezavisna tela, i oko sebe okupi širi krug građana, NVO, i drugih predstavnika javnosti zainteresovanih da aktivno zagovaraju potrebu da se etički standardi u srpskoj štampu podignu, i da

mediji koji ne poštuju Kodeks podnesu teret široke javne osude. Ovo je međutim veoma delikatan posao u srpskom miljeu u kojem se aktivizam građana prikazuje kao politizacija i pokušaj destabilizacije vlasti.

Donošenje Smernica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju i njihovo inoviranje predstavlja dobar primer reagovanja Saveta na promene koje su se od 2016. godine na ovamo dogodile u medijskom prostoru. Koncipiranje smernica predstavlja primer otvorenosti Saveta i Komisije za žalbe da odgovore na potrebe medija za uputstvima za postupanje u specifičnim okolnostima u onlajn sferi. Međutim, ne postoji razvijena i dokumentovana metodologija prikupljanja podataka o uočenim nedoumicama ili nejasnoćama u Kodeksu ili Smernicama niti dovoljno široke i pravovremene konsultacije sa medijima o njihovim potrebama za daljim razvojem smernica. O tome govore i rezultati ankete sa novinarima. Takođe, ne postoje ni razvijeni kriterijumi za određivanje kada je nastupio momenat za inoviranje teksta smernica. Nedostatak ovakvih procedura nije osobenost našeg Saveta za štampu, ali to ne umanjuje potrebu da se ove procedure formalizuju.

Članovi Komisije redovno prate promene u digitalnoj sferi i samostalno se usavršavaju, oslanjajući se između ostalog i na resurse znanja drugih evropskih saveta za štampu. Međutim, istraživanje je pokazalo da postoji potreba za organizovanim pristupom usavršavanju i posebno za imenovanjem jednog ili više eksperata ili stručnog tela u oblasti digitalnih tehnologija, koje bi članovi Komisije po potrebi mogli da konsultuju u slučaju kada se suoče sa nedoumicama koje prevazilaze njihova tehnološka znanja. Iako postoji neformalna saradnja sa Share Fondacijom, ovo očigledno nije dovoljno. U tom smislu posebno se apostrofira korišćenje veštačke inteligencije i drugih tehnologija u medijima. Iako je njeno korišćenje prema rezultatima ankete sa novinarima rudimentarno, postoji opravdana briga da bi u srpskom medijskom kontekstu u kojem već postoji veliki broj zloupotreba Kodeksa upotreba veštačke inteligencije i drugih tehnologija (na primer proširene stvarnosti) u medijima na neodgovoran način mogla dovesti do povećanja broja kršenja Kodeksa i ozbiljnosti povreda Kodeksa.

Među intervjuisanim članovima Saveta preovlađuju zastupnici uverenja da prioritet u njihovom delovanju treba da bude promocija Kodeksa i da su smernice samo operacionalizacija primene etičkih principa u onlajn oblika. To je jasno demonstrirano u tekstovima obrazloženja odluka Komisije po podnetim žalbama u kojem je primat dat objašnjenjima o prirodi povreda Kodeksa dok je srazmerno manja pažnja posvećena povredi Smernica. Analiza rezultata istraživanja (ankete, odluka Komisije i intervjua) pokazuje da postoji potreba da se u tekstu Smernica ponudi kompletnija definicija onlajn medija, i da se u odlukama Komisije posveti veća pažnja povredama smernica i detaljnijim objašnjenjem kako su ove povrede mogle biti izbegnute. U delu izveštaja u kojem su izloženi rezultati analize odluka Komisije, apostrofirani su primeri dobre prakse Komisije u ovom domenu.

Iako regulatorni i samoregulatorni mehanizmi predstavljaju odvojene a ponekad i međusobno suprotstavljene mehanizme za jačanje etičkih standarda u medijima, postoji i mogućnost za njihovu sinergiju. Takav primer su koordinisani napor zakonodavca i samoregulatornih tela na jačanju zaštite autorskih prava i (u budućnosti) na razvijanju i primeni etičke upotrebe veštačke inteligencije u medijima. Primer jedne propuštene prilike za saradnju jeste primena člana 18. Pravilnika o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja koja nije iskorišćena na pravi način, jer su mediji koji su najveći prekršitelji Kodeksa bili favorizovani na ovim konkursima. Činjenica da su ovakav kriterijum i uloga Saveta, sada ponovo prepoznati u novom Zakonu o medijima i javnom informisanju, pruža novu mogućnost da se ojača mehanizam samoregulacije i mediji podstaknu da poštuju profesionalna etička pravila. Koliko će odredbe Zakona biti poštovane zavisi od mnogo okolnosti nad kojima Savet nema kontrolu, ali bi intenzivnije prisustvo Saveta u javnosti povodom aktuelnih i drastičnih kršenja Kodeksa pomoglo ostvarivanju tog cilja.

Dijapazon aktivnosti Saveta u velikoj meri je uslovljen izvorima finansiranja, koji dolaze isključivo iz donatorske zajednice. Ova podrška je dragocena jer omogućava Savetu da se bavi ispunjavanjem svoje misije, ali istovremeno i ograničava kapacitete sa kojima Savet i Komisija raspolažu i sposobni su da se posvete drugim

aktivnostima, kao što je na primer intenzivnije učešće u javnim debatama u medijima, prisustvo u raspravama u akademskoj zajednici, ili iniciranje intenzivnijih i neposrednijih kontakata sa medijskom zajednicom. U tom kontekstu, bilo bi poželjno da Savet može da se osloni na donatorske izvore za potrebe institucionalne podrške što bi mu omogućilo da na drugačiji način postavi svoje ciljeve i sredstva za merenje njihovih postignuća.

Uloga osnivača u procesu kreiranja budućnosti Saveta za štampu nije dovoljno prepoznata u navigaciji u budućem radu, pre svega u suočavanju sa etičkim izazovima koje donosi primena novih tehnologija. Savet bi trebalo da bude u poziciji da može više da se oslanja na ekspertizu i resurse osnivača. Takođe, osnivači bi mogli da pomognu naporima Saveta da se kreira kritična masa u društvu za nametanje profesionalnih etičkih standarda u novinarskoj profesiji kao ciljevima kojima društvo u celini teži.

U tom kontekstu, ali ne i na poslednjem mestu, otvara se prostor za dalje istraživanje o mapiranju svih potencijalnih aktera u društvu, uključujući ovde i građane i njihove potencijale da aktivno učestvuju u različitim vrstama akcija, uključujući i bojkot određenih medija i stvaranje pritiska na oglašivače da prestanu da se oglašavaju u ovakvim medijima.

BUDUĆNOST SAVETA - PREPORUKE

Medijski saveti su ključni akteri u očuvanju integriteta medija, formulisanju granica njihove odgovornosti i odbrani prostora medijskih sloboda (Haraszi, 2008) Njihova uloga u samoregulaciji medija doprinosi očuvanju poverenja javnosti u medije i novinarstvo. Kroz njihov rad, medijska industrija može da demonstrira svoju posvećenost profesionalnim standardima i etičkim vrednostima, što je od suštinskog značaja za održavanje kvaliteta medijskog sadržaja u digitalnom dobu. U tom kontekstu predlažemo sledeća poboljšanja u radu Saveta za štampu.

Unaprediti odnose na medijskom zajednicom

Bilo bi dobro da Savet za štampu pojača svoju komunikaciju sa medijama kroz:

- neformalnu razmenu mišljenja/ankete sa predstavnicima medijske zajednice o nedoumicama koje mediji imaju u vezi sa korišćenjem postojećih Smernica i potrebi za njihovim promenama
- organizaciju ad hoc savetodavne podrške medijima u slučajevima kada se mediji po prvi put susreću sa potrebom da izveštavaju o događajima u kojima nemaju dovoljno iskustva, kao što je to bio slučaj sa masovnim ubistvima. Imajući u vidu ograničene kapacitete Saveta za štampu, u ovakvim okolnostima, Savet može koordinirati svoje aktivnosti sa predstavnicima osnivača
- proaktivno skretanje pažnje medijima koji prave iste povrede Kodeksa, a koje nastaju iz neznanja ili uredničke nepažnje
- popularizaciju medijacije i jačanje poverenja između građana koji podnose žalbe i medija
- promovisanje dobre prakse medija i etičkog ponašanja, na primer, kroz dodelu nagrada novinarima koji izveštavaju o etici i razvoju profesionalnih standarda.

Unaprediti odnose sa civilnim sektorom, akademskom zajednicom i građanima

Bilo bi dobro da Savet, po ugledu na druge nezavisne institucije, jača svoju komunikaciju sa građanima i gradi svoju prepoznatljivost kroz

- proaktivnu izgradnju svojih odnosa sa civilnim društvom, posebno onim organizacijama koje se bave zaštitom prava grupacija čija se prava krše u medijima, a koja nisu dovoljno zastupljena u strukturi žalbi pred Komisijom za žalbe

- kontinuirano i strateški osmišljeno pojavljivanje u medijima, učešće u dijalozima unutar akademske zajednice, civilnog društva i drugim javnim događajima na kojima se razgovara o značaju poštovanja Kodeksa za same medije i društvo uopšte
- razvoj newslettera sa vestima o radu institucije namenjenog zainteresovanoj javnosti
- stavljanje svih svojih resursa na raspolaganje najširoj javnosti uključujući ovde proizvode nastale tokom rada Saveta, kao što su materijali o jačanju digitalne pismenosti ili aplikacija sa tekstom Kodeksa za studente i njihovu promociju
- kritičko preispitivanje prisustva na društvenim mrežama (merenje efekata dosadašnjeg prisustva na društvenim mrežama i razmatranje drugih društvenih mreža kao potencijalno optimalnijih s obzirom na publiku koju privlače).

Ojačati unutrašnje kapacitete Saveta

- Bilo bi dobro da Savet, kroz neformalnu komunikaciju ili anketiranje članova Komisije, redovno ispituje potrebe članova Komisije za usavršavanjem kroz treninge, studijske posete i češću razmenu mišljenjima sa evropskim i drugim savetima za štampu sa uspešnim praksama/dobrim primerima rada na promociji poštovanja Kodeksa
- Institucionalno uredi mogućnost da se članovi Komisije po potrebi obraćaju jednom ili više stručnjaka ili telu koje bi posedovalo odgovarajuću ekspertizu u vezi sa tehničkim i tehnološkim aspektima korišćenja novih tehnologija u medijima
- Bilo bi dobro razmisliti o unapređenju obrasca za pisanje tekstova odluka Komisije, kako bi se ujednačili standardi u pisanju odluka. Imajući u vidu da tekstovi odluka predstavljaju vodič u radu novinara, bilo bi dobro da se u odlukama posveti više pažnje obrazlaganju stavova Komisije u vezi sa poštovanjem digitalnih Smernica.

Ojačati veze osnivača i Saveta za štampu

Postoji potreba za većim uključivanjem osnivača u diskusiju o mestu Saveta u digitalnom dobu. Ovo se odnosi kako na redovnu i intenzivnu razmenu iskustava i praksi osnivača i Saveta o izazovima koje primena novih tehnologija donosi u primeni i očuvanju etičkih principa tako i u strateškom planiranju i osmišljavanju delovanja Saveta i razvoju merljivih kriterijuma za merenje uspešnosti Saveta.

Bilo bi dobro razmisliti o razvoju kriterijuma za izbor članova Komisije iz redova osnivača i civilnog sektora, s obzirom na potrebe Komisije za određenom vrstom ekspertize odnosno resursima na koju Komisija može da se osloni. Dosadašnja praksa pokazala je da je prisustvo članova sa različitim ekspertizama u oblasti prava, ili digitalnih prava i drugih oblasti bilo od koristi Komisiji u donošenju informisanih odluka i jačanju unutrašnjih kapaciteta članova.

Bilo bi dobro otvoriti razgovore sa donatorskom zajednicom o mogućnostima za institucionalnu podršku Savetu koja bi omogućila da se Savet koncentriše na svoju osnovnu oblast rada, i proširi svoje kapacitete. Ovo je posebno važno u svetlu novih rešenja u Zakonu o informisanju i medijima

Razviti metodologiju za unapređivanje i uvođenje smernica u oblasti onlajn medija

Bilo bi dobro razviti jasnu metodologiju unapređenja postojećih i izrade novih smernica. Ovaj dokument trebalo bi da sadrži osnovne definicije pojmova, izvore iz kojih se prikupljaju saznanja o potrebi za unapređenju postojećih ili uvođenju novih smernica, kriterijume za uvođenje novih smernica (bilo proaktivno ili reaktivno), stručne resurse i modalitete vođenja diskusije o predlozima tekstova smernica, i postane samostalan, zaokružen dokument.

Bilo bi dobro razmisliti o otvaranju diskusije sa medijskom zajednicom i velikim pretraživačima o mogućnostima za trajno brisanje sadržaja koji predstavljaju ekstremne primere kršenja dostojanstva žrtve i predstavljaju izvor stalne retraumatizacije žrtava i pozvati medije na dobrovoljno uklanjanje ovakve sadržaje. Ovakve akcije ne mogu se uspešno izvesti ukoliko nisu praćene jasnom i sveobuhvatnom medijskom kampanjom.

Bilo bi dobro razmisliti o razvoju mix medija kodeksa koji bi sadržao smernice i za građansko novinarstvo da bi se time ojačalo poštovanje etičkih principa u objavljivanu sadržaja uopšte. Ovaj dokument bi imao status priručnika, pomoćnog dokumenta koji bi bio dostupan široj javnosti. Savet/Komisija za žalbe bi u tom slučaju mogli da ponude svoju stručnu pomoć i/ili koordiniraju javne konsultacije u vezi sa njegovim usvajanjem.

LITERATURA

1. Alivi, M. A., Ghazali, A. H. A., Tamam, E., & Osman, M. N. (2018). A review of new media in Malaysia: Issues affecting society. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(2), 12-29.
2. Chan-Olmsted, S. M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 21(3-4), 193-215. [Include the DOI: <https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>]
3. Dhiman, B. (2023). Does Artificial Intelligence help Journalists: A Boon or Bane? Preprints, 2023030428. <https://doi.org/10.20944/preprints202303.0428.v1>
4. Drašković, B. (2020). SAMOPERCEPCIJA I IDENTITET KREATORA SADRŽAJA MEDIJA CIVILNOG SEKTORA U SRBIJI.1. DIGITALNE MEDIJSKE TEHNOLOGIJE I DRUŠTVENO-OBRAZOVNE PROMENE 9, 101.
5. Fidalgo, J., Thomass, B., Ruggiero, C., Bomba, M., Sallusti, S., & von Krogh, T. (2022). Ethical codes of conduct in journalism: Demands for a digitalising mediascape.
6. Haapanen, L. (2020). Media councils and self-regulation in the emerging era of news automation.
7. Haraszti, M. (2008) *The Media Self-Regulation Guidebook*, Vienna, Austria: OSCE
8. Harder, R., & Knapen, P. (2019). Media Councils in the Digital Age: An Inquiry into the Practices of Media Self-Regulatory Bodies in the Media Landscape of Today.
9. Impress. (2022, February 22). *Code Consultation Paper*. [Include the URL: <https://www.impress.press/page/code-consultation.html>]
10. Karlsson, M., & Clerwall, C. (2018). Transparency to the Rescue? Evaluating Citizens' Views on Transparency Tools in Journalism. *Journalism Studies*, 19, 1923–1933. [Include the DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492882>]
11. Kleut, J. (2020). *Ja (ni)sam bot: Komentari čitalaca kao žanr participacije u digitalnom prostoru*. Filozofski fakultet, Novi Sad..
12. Krivokapić, Đ., Perkov, B., Fondacija, S. D. S., & Krivokapić, N. *Regulatorni okvir za onlajn medije u Srbiji*. [Include the URL: <https://resursi.sharefoundation.info/wp-content/uploads/2014/03/regulatorni-okvir-za-onlajn-medije-u-srbiji-2-draft.pdf>]
13. Lindén, C. G., Tuulonen, H., Bäck, A., Diakopoulos, N., Granroth-Wilding, M., Haapanen, L., & Toivonen, H. (2019). News automation: The rewards, risks, and realities of 'machine journalism'.
14. Müller, H. (2023). From Gate Keeping to Scouting: the Changing Role of Journalism. In *Challenging Economic Journalism: Covering Business and Politics in an Age of Uncertainty* (pp. 211-224). Cham: Springer International Publishing.
15. Porlezza, C. (2023). Promoting responsible AI: A European perspective on the governance of artificial intelligence in media and journalism. *Communications*, 48(3), 370-394. [Include the DOI: <https://doi.org/10.1515/commun-2022-0091>]
16. Thomaß, B. (1998). *Journalistische Ethik: Ein Vergleich der Diskurse in in Frankreich, Großbritannien und Deutschland* [Journalism ethics: A comparison of discourses in France, United Kingdom and Germany]. Westdeutscher Verlag. (citirano prema Fidalgo at al, 2022)

17. Tuneva, M. (2022). Journalism in the digital age and the role of media self-regulation. *Kairos – Media and Communication Review*, 1(1).
18. Share Fondacija (2018). *Analiza primene smernica za primenu kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju u 70 medija/Priručnik za prilagođavanje pravila potrebama onlajn medija*. Savet za štampu, Beograd.
19. Ward, S. J. (2020). *Ethics and the Media: An Introduction* (Second Edition). Cambridge University Press.

ANNEX 1

Drage kolegice i kolege,

Obraćamo vam se u ime tima, koji u saradnji sa Savetom za štampu, sprovodi istraživanje o izazovima koja pred novinarsku etiku stavlja digitalno okruženje.

Cilj nam je na ispitamo vaše stavove i znanja o tome koliko nam postojeći novinarski kodeks pomaže da rešimo etičke dileme, kao i kakva je uloga samoregulacije i Saveta za štampu u ovim promenjenim okolnostima. Deo pitanja odnosi se i na vaša iskustva iz redakcije, probleme sa kojima ste se suočavali i načine na koje ste ih rešavali.

Vaša znanja i iskustva su nam dragoceni, pa vas zato molimo da odvojite desetak minuta i popunite anketu koja sledi. Molimo vas da anketu popnite u narednih 7 dana.

Zahvaljujemo na učešću!

Tanja Jakobi, Tanja Maksić

Napomena: Ova anketa sprovodi se uz finansijsku pomoć Evropske unije. Za njenu sadržinu odgovorne su isključivo autorke ankete i Savet za štampu i ona ne odražava nužno zvanične stavove Evropske unije.

Anketa je anonimna i poverljiva. Uvide u odgovore imaće samo autorke koje realizuju istraživanje, a podaci će se koristiti isključivo za kvantitativnu i kvalitativnu analizu i izradu izveštaja.

Pitanja:

Socio-demografske karakteristike ispitanika

1. Pol:

Ženski

Muški

Ne želim da odgovorim

2. Koliko imate godina

18-25

26-35

36-45

46-55

Više od 55

3. Koliko dugo radite u medijima:

Manje od 2 godine

3 do 5 godina

6 do 10 godina

11 do 15 godina

Više od 15 godina

4. U kom mediju radite?

Onlajn mediju (isključivo digitalno izdanje)

Onlajn redakciji tradicionalnog medija

Nešto drugo, šta:

5. Vaš medij kreira sadržaj koji se obraća prvenstveno

Lokalnoj publici

Regionalnoj publici

Nacionalnoj publici

Znanje o Savetima za štampu

6. Da li u Srbiji postoji Savet za štampu?

Da

Ne

Ne znam

7. Da li vaš medij priznaje nadležnost Saveta za štampu?

Da

Ne

Ne znam

8. Na koji način koristite resurse Saveta za štampu? (moguće odabrati do 3 odgovora)

Koristim i konsultujem Kodeks novinara Srbije

Koristim i konsultujem Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju

Koristim i konsultujem Odluke Komisije za žalbe Saveta za štampu

Čitam monitoring izveštaje koje Savet periodično objavljuje

Pratim rad Saveta putem društvenih mreža

Nešto drugo, šta:

Etičke dileme

9. Da li vaš medij ima interni etički kodeks

Da, imamo pisani dokument

Nemamo pisani dokument, ali urednici su nam preneli znanje o etičkom postupanju

Nemamo pisani dokument, ali dobijamo uputstva od starijih kolega

Nemamo pisani dokument, ostavljeno nam je da se samostalno staramo o poštovanju etičkih principa

10. Kada u svakodnevnom radu naiđete na određenu etičku dilemu u izveštavanju, kome se najčešće obraćate (obeležite do 3 odgovora):

Konsultujem se sa urednikom i drugim nadređenima

Konsultujem se sa kolegama/koleginicama iz redakcije

Konsultujem smernice Kodeksa novinara

Konsultujem interni kodeks mog medija

Vodim se iskustvom iz postojeće novinarske prakse

Oslanjam se na svoje znanje i iskustvo

Nešto drugo, šta:

Znanje o etičkom kodeksu

11. Koliko poznajete etički kodeks novinara Srbije?

Znam da postoji, ali ga nisam pročitao/la

Znam da postoji, ali nivo mog znanja o glavnim principima je mali

Znam koji kodeks se koristi, ali nivo mog znanja o glavnim principima je osrednji

Znam da postoji, i nivo mog znanja o glavnim principima je visok

Etički kodeks i smernice za rad u digitalnom okruženju

12. Da li važeći novinarski kodeks odgovara na sve vaše etičke dileme koje proizilaze iz digitalnog okruženja

Da

Delimično, molimo vas navedite u kojim oblastima odgovara na dileme, a u kojim ne

Ne, molimo vas navedite zašto

Ne znam, nisam o tome razmišljao/la

13. Da li smatrate da internet i nove informacione tehnologije zahtevaju nove etičke smernice?

Da

Delimično, jer internet i digitalne tehnologije traže nova pojašnjenja

Ne, jer su etičke smernice univerzalne

Etičke dileme i svakodnevna praksa

14. Kako se u vašoj redakciji vrednuju sledeći novinarski postupci?

	Ne vrednuje se	Vrednuje se malo	Ni malo no mnogo	Vrednuje se značajno	Vrednuje se najviše
Objavljivanje vesti što je brže moguće					
Privući što veću publiku/saobraćaj ka sajtu					
Provera informacija pre objavljivanja					
Konsultovanje izvora pre objavljivanja vesti					
Moja redakcija daje mi potpunu slobodu u izboru tema i njihovoj obradi/podržava moj autorski pristup					

15. Koliko često se vama ili nekom od vaših kolega u vašem mediju desilo sledeće:

	Vrlo često	Ponekad	Vrlo retko	Nikad
Izmena naslova u toku istog dana kad je tekst objavljen				
Izmena ili dopuna delova teksta u toku istog dana kad je tekst objavljen bez označavanja tih izmena				
Objavljivanje urednički oblikovanih promotivnih tekstova (tzv. native advertising) bez odgovarajućih napomena ili obeležja				
Objavljivanje sadržaja koji nije do kraja verifikovan				
Povlačenje sadržaja/uklanjanje prethodno				

objavljenog sadržaja				
Antidatiranje sadržaja/promena datuma objave				

16. Ukoliko novinar/ka u svom tekstu upotrebi eksterne linkove (hiperlinkove), da li smatrate da je odgovoran/na za:

	U potpunosti se ne slažem	Donekle se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Donekle se slažem	U potpunosti se slažem
Verodostojnost/tačnost/kredibilnost prenete informacije					
Da linkovana stranica ne sadrži ilegalan sadržaj					
Da ne postoji konflikt interesa i referenca na komercijalni sadržaj					

17. Ukoliko novinar/ka u svom tekstu upotrebi „embedovan“ tuđi sadržaj, da li smatrate da je odgovoran/na za:

	U potpunosti se ne slažem	Donekle se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Donekle se slažem	U potpunosti se slažem
Verodostojnost/tačnost/kredibilnost embedovane informacije					
Da embedovan tekst ne sadrži ilegalan sadržaj					
Da ne postoji konflikt interesa i referenca na komercijalni sadržaj					

18. Ukoliko novinar/ka u svom tekstu upotrebi sadržaj (slike, fotografije, video i sl.) koji su proizveli korisnici, da li smatrate da je odgovoran/na za:

	U potpunosti se ne slažem	Donekle se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Donekle se slažem	U potpunosti se slažem
Verodostojnost/tačnost/kredibilnost informacije					
Da ne sadrži ilegalan sadržaj					
Da ne postoji konflikt interesa i referenca na komercijalni sadržaj					

Etički principi i digital

19. Da li smatrate da javni sadržaj privatnih profila na društvenim mrežama može biti iskorišćen kao deo vesti i medijskog izveštavanja?

Da, u bilo kom slučaju

Da, ako je označen kao javno dostupan

Da, ali uz dozvolu autora

Ne, ja to ne bih koristio/la

20. Da li smatrate da ako novinar/ka učestvuje u diskusijama na društvenim mrežama ili javnim forumima, da treba da se predstavi kao novinar/ka?

Da

Ne

21. Ukoliko novinar/ka poseduje profile na društvenim mrežama na kojima se identifikuje kao novinar/ka, on/ona može

	U potpunosti se ne slažem	Donekle se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Donekle se slažem	U potpunosti se slažem
Koristiti taj profil da izrazi svoja lična politička ili ideološka uverenja					
Koristiti taj profil da bi izrekao stav o aktuelnim dešavanjima					
Koristiti taj profil isključivo u profesionalne svrhe u vezi sa pričama na kojima radi ili koje su već objavljene i izrazi svoje mišljenje o njima					
Koristiti taj profil isključivo u profesionalne svrhe u vezi sa pričama na kojima radi ili koje su već objavljene, ali bez izražavanja svog mišljenja o njima					

22. Kakva je praksa vaše redakcije u vezi sa objavljivanjem komentara korisnika

Postoji postmoderacija

Postoji premoderacija

Nema moderacije

Ne znam

23. Kakva je praksa vaše redakcije u postupanu sa izvorima koje dolaze sa profila sa društvenih mreža

Sa ovim izvorima postupamo sa većom pažnjom i dodatno ih proveravamo

Sa ovim izvorima postupamo jednako kao i drugim izvorima

24. Da li smatrate da je primereno da, ako je neka informacija koju ste objavili sankcionisana od strane suda ili samoregulatornog tela, ta informacija bude trajno obrisana (pravo na zaborav)?

Da, u oba slučaja

Da, ako je takva naredba suda

Da, ako je to zahtev samoregulatornog tela

Ne, ne bi trebalo da bude uklonjena ni u jednom slučaju jer ugrožava pravo na informaciju

25. Da li smatrate da informacija koju je kreirao robot (ili veštačka inteligencija) treba da bude označena kao takva?

Da

Ne, to nije potrebno

Ne znam

26. Da li smatrate da informacija koju je kreirao robot (ili veštačka inteligencija) treba da podleže istim etičkim principima kao i novinarski sadržaji?

Da, zato što se deo informacija koji proizvodi medij

Ne, jer ih ne proizvode novinari

Ne znam

27. Da li vaša redakcija u ovom trenutku eksperimentiše sa:

	Da	Ne
Generisanjem celokupnih novinarskih tekstova uz pomoć veštačke inteligencije		
Generisanjem naslova uz pomoć veštačke inteligencije		
Generisanjem delova novinarskog teksta uz pomoć veštačke inteligencije		
Generisanjem ilustracija uz pomoć veštačke inteligencije		

28. Da li smatrate da vaša redakcija treba da ima eksperte koji bi se bavili proverom sadržaja i fotografija napravljenih uz pomoć veštačke inteligencije?

Da

Da, ali ne u ovom trenutku jer ti alati još nisu dovoljno razvijeni

Da, u koliko obezbedimo potrebne resurse

Ne

29. Da li smatrate da sledeće novinarske prakse utiču na ugrožavanje etičkih principa u novinarstvu i zamenjuju ih drugim interesima koji su etički upitni?

	Da	Ne
Clickbait naslovi		
Web analitika		

30. Da li vaša redakcija ima objavljene uslove korišćenja i pravila preuzimanja fotografija i tekstova čiji ste autor

Da, uslovi korišćenja su objavljeni kao poseban dokument na početnoj stranici

Da, uslove korišćenja objavljujemo nakon svakog teksta/fotografije

Ne

31. Koliko često se vama ili vašim kolegama dešava da vam drugi medij preuzme sadržaj bez navođenja autorstva

Vrlo često

Ponekad

Vrlo retko


Nikad

32. Koje od navedenih meta podataka objavljujete uz medijski sadržaj:

	Uvek	Povremeno	Nikad
Naslov			
Datum i vreme objavljivanja			
Naznačenje imena i prezimena ili pseudonima autora			
Naznačenje izvora			
Format koji se objavljuje (tekst, slika, audio, video itd.)			
Upućivanje na ostale sadržaje koji su sastavni deo priloga			

33. Da li vaša redakcija prikuplja podatke o ličnosti od čitalaca i/ili registrovanih korisnika?

Da, u skladu sa propisima koji uređuju zaštitu podataka o ličnosti i informacionu bezbednost



Da, bez obaveštenja o načinu prikupljanja i korišćenja ovih podataka

Ne

Ne znam