



SAVET
ZA ŠTAMPU

Brzo, besplatno, pravilno.

SMERNICE

ZA
PRIMENU
KODEKSA
NOVINARA
SRBIJE U
ONLAJN
OKRUŽENJU



Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju 2.0

Beograd, decembar 2021.

Ovaj projekat je sufinansiran iz Budžeta Republike Srbije - Ministarstva kulture i informisanja.

Stavovi izneti u podržanom medijskom projektu nužno ne izražavaju stavove organa koji je dodelio sredstva.

Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju

Sloboda izražavanja, kao sloboda da se govorom, pisanjem, slikom ili na drugi način traže, primaju i šire informacije i ideje, predstavlja temeljnu vrednost koju treba štiti i razvijati. Pravo na slobodu izražavanja nije apsolutno pravo i može se ograničiti ako je to neophodno u demokratskom društvu a radi zaštite osnovnih vrednosti tog društva. Kako su osnivanje i rad medija – shodno Ustavu – slobodni, nameće se potreba da struka propiše sopstvena pravila čiji je cilj dostizanje najviših mogućih etičkih standarda u novinarskoj profesiji. Prvi korak u ostvarivanju tog cilja bilo je donošenje Kodeksa novinara Srbije 2006. godine.

Razvoj novih kanala komunikacije u velikoj meri je promenio tradicionalni jednosmerni sistem plasiranja informacija pomoću medija, kao i samu organizaciju medija, te postavio brojne izazove u pogledu tretiranja određenih situacija. Iako je Kodeks novinara Srbije podjednako primenljiv na sve medije, bez obzira na način njihovog plasiranja, neophodno je dati odgovarajuće tumačenje i smernice radi uspešne i pravilne primene profesionalnih standarda i u onlajn okruženju. Ovaj dokument je prevashodno namenjen novinarima i medijima koji su dostupni onlajn, ali je primenljiv i na druge forme izražavanja na internetu, gde se na različitim platformama plasiraju urednički oblikovani medijski sadržaji. Cilj je da se razjasne brojne nedoumice koje se odnose na primenu standarda dužne novinarske pažnje, odnosa prema izvorima informacija, načina na koji se prenose medijski sadržaji, poštovanja privatnosti, poštovanja autorstva i na druga važna pitanja uređena Kodeksom. Dokument je podeljen na poglavlja koja prate strukturu Kodeksa novinara Srbije. Primenjivaće se na medije i kanale komunikacije u odnosu na koje Savet za štampu u skladu sa svojim Statutom ima nadležnost, ali i na druge subjekte koji se bave novinarstvom u najširem smislu, a koji su spremni da prihvate nadležnost Saveta za štampu.

I ISTINITOST IZVEŠTAVANJA

Osnovna uloga medija kao organizovanih entiteta koji plasiraju medijske sadržaje jeste da pomoću video zapisa, fotografije, zvuka i teksta prenose urednički oblikovane informacije, ideje i mišljenja, kao i druge sadržaje namenjene javnoj distribuciji i neodređenom broju korisnika. Takve informacije se plasiraju na način da se pravila novinarske profesije primenjuju uz puno poštovanje prava građana da budu istinito, potpuno i blagovremeno informisani o pitanjima od javnog značaja.

Sa obavezom poštovanja prava građana da budu istinito informisani o temama od značaja za javnost u onlajn okruženju, nespojivo je:

- **Fabrikovanje digitalnih tragova.** Nije dozvoljeno objavljivanje izmišljene komunikacije, kao ni izmena (i potonje objavljivanje) komunikacije koja je takva da promeni njeno izvorno značenje, kontekst, smisao i prikaz (na primer: tendenciozno skraćivanje tekstova, kropovanje fotografija, montaža video zapisa i sl.), kao i druga izmena komunikacije bez dozvole učesnika u toj komunikaciji (pomoću elektronske pošte, SMS-a, platformi za komunikaciju ili drugih kanala komunikacije).

- **Naknadna izmena sadržaja već objavljenog materijala.** Izmjena objavljenog sadržaja je prihvatljiva isključivo uz obaveznu naznaku karaktera, uzroka i vremena izmena.
- **Antidatiranje i naknadna izmena vremena objave sadržaja (backdate)** nije dozvoljeno.

II NEZAVISNOST OD PRITISAKA

Polazeći od ustavne i zakonske zabrane cenzure u Republici Srbiji i garantovanog prava građana da istinito, potpuno i blagovremeno budu informisani o pitanjima od javnog značaja, novinar treba da se suprotstavi svakom pritisku na slobodno obavljanje profesije, bez obzira na sredstva kojima plasira informacije.

Svaki novinar, pa i onaj koji informacije plasira koristeći onlajn kanale komunikacije, u potpunosti je dužan da primenjuje Poglavlje II Kodeksa, a naročito da:

- Naslov i promotivna informacija o tekstu, video ili audio sadržaju koji sadrže upućivanje na taj tekst ne smeju da dovode u zabludu čitaoce u pogledu sadržaja tog teksta, video ili audio sadržaja, što se odnosi i na tzv. „*clickbait*“ ili „mamac“ naslove ili promotivne informacije koje korisnika navode da poseti link ka tekstu, audio ili video sadržaju koji po svojoj sadržini ne odgovara „mamac“ naslovu ili promotivnoj informaciji. Takvo upućivanje smatraće se obmanjujućim, te samim tim nesaglasnim sa Poglavljem II Kodeksa. Preporuka je da se mediji generalno uzdrže od korišćenja „mamac“ naslova ili promotivnih informacija i ako nisu obmanjujuće prirode (na primer korišćenje naslova koji generalno odgovaraju sadržaju teksta, ali su preterano naglašeni ili senzacionalistički i imaju za cilj da navedu korisnika da odgovarajući naslov označi).

III SPREČAVANJE KORUPCIJE I SUKOBA INTERESA

Novinar radi u interesu javnosti, pa je stoga nespojivo s novinarskom profesijom primanje ili zahtevanje materijalne ili neke druge koristi za prikupljanje, objavljivanje, odlaganje ili sprečavanje prikupljanja ili objavljivanja informacija u onlajn okruženju. U tom pogledu ove smernice reafirmišu obavezu poštovanja Poglavlja III Kodeksa.

IV ODGOVORNOST NOVINARA

Poglavlje IV Kodeksa u potpunosti se primenjuje i u onlajn okruženju. Pored postojećih, u onlajn okruženju primenjuju se i sledeća pravila:

- **Zajednička pravila za ispravku i odgovor na informaciju.** Ispravka i odgovor na informaciju se objavljuju na način na koji je objavljen i originalni sadržaj u smislu pozicioniranja, vidljivosti i pristupa sadržaja korisnicima. Medij odgovor na informaciju objavljuje ukoliko se njime negira ili demantuje podatak objavljen u tekstu. Ispravka i odgovor na informaciju obavezno sadrže upućivanje na originalni sadržaj. Ako je originalni sadržaj objavljen u više izdanja, odnosno pomoću više kanala komunikacije (štampa, veb sajt, društvene mreže itd.), onlajn medij ili onlajn izdanje ispravku ili odgovor, odnosno informaciju o njima u slučaju društvenih mreža, objavljuje na svakom od inicijalnih izdanja, tj. kanala komunikacije. Ispravka i odgovor na informaciju se objavljuju bez odlaganja, što konkretno podrazumeva da između vremena prijema ispravke ili odgovora na informaciju i njihovog objavljivanja treba da protekne onoliko vremena koliko je uredniku neophodno da ih pregleda i proveri da li ispunjavaju zakonske uslove.
- **Način objavljivanja odgovora na informaciju (demantija) pomoću onlajn medija i onlajn izdanja.** Preporučuje se da se odgovor na informaciju objavi kao posebna vest, i to tako što će se naznačiti na sledeći način: *Odgovor na informaciju (ili Demanti) povodom teksta _____ (naziv teksta) objavljenog dana __.__.__(dan mesec i godina), zajedno sa linkovanjem na tekst povodom koga je poslat odgovor na informaciju.*
- **Način objavljivanja ispravke informacije.** Preporučuje se da ispravka informacije bude objavljena kao posebna vest s jasnom naznakom: *“ISPRAVKA informacije objavljene dana __.__. U tekstu: _____ (naziv teksta)”*, koja će, pored linkovanja na tekst koji je ispravljen, imati i tekstualno obaveštenje o tome koja je informacija iz tog teksta neistinita, nepotpuna ili netačno preneti.
- **Način označavanja izmena materijalnih činjenica.** Ako onlajn medij i onlajn izdanje izmeni materijalne činjenice u objavljenom tekstu, mora to jasno naznačiti. Preporuka je da se to čini na sledeći način: *NAPOMENA: Autor _____ (ime autora) je dana __.__. u __.__(datum i vreme izvršene izmene), u tekstu _____ (naziv teksta) izvršio sledeće izmene: _____ (opisati izmene)*, s tim da napomena mora da sadrži i tekstualno objašnjenje razloga zbog kojih su izmene izvršene. Napomena o izmenama materijalnih činjenica objavljuje se ispod ili iznad teksta koji je izmenjen.

- **Povlačenje sadržaja.** Onlajn medij i onlajn izdanje može da odluči da u potpunosti ukloni medijski sadržaj, s tim što je u tom slučaju dužan da na adresi na kojoj se nalazio taj sadržaj objavi obaveštenje da je odlukom urednika povučen, da navede razlog povlačenja i osnovne podatke o vesti koja je povučena (naslov, datum i vreme objavljivanja, ime autora, datum i vreme povlačenja). Povučeni sadržaj se čuva u arhivi medija u skladu s njegovim internim pravilima. U slučaju da sadržaj trećeg lica koji se nalazi na drugoj lokaciji na internetu a predstavlja deo medijskog sadržaja, odnosno njegov prikaz je vidljiv i u samom medijskom sadržaju, tzv. embedovani sadržaj (na primer embedovana objava sa društvene mreže koja sadrži tekst i fotografiju ili embedovani video sa platforme za deljenje video zapisa), postane nedostupan na primarnoj lokaciji, preporučuje se onlajn mediju ili onlajn izdanju da čitaocima navede informaciju o nedostupnosti takvog sadržaja, a može odlučiti da takav sadržaj ukloni uz obaveštenje koje sadrži iste podatke kao i u slučaju uklanjanja sopstvenog medijskog sadržaja, ako je to tehnički izvodljivo.

- **Dostupnost informacija o izmenama objavljenog medijskog sadržaja.** Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima da svaku izmenu objavljenog sadržaja i zadiranje u njegov integritet sačuvaju i učine dostupnim korisnicima, u zavisnosti od tehničkih mogućnosti platforme na kojoj je sadržaj objavljen.

- **Prikriveno oglašavanje.** Svaki oblik komercijalnog oglašavanja mora jasno biti razdvojen od novinarskog i korisnički stvorenog sadržaja. Prilikom razdvajanja mora se voditi računa o nivou medijske i digitalne pismenosti korisnika. Promotivni sadržaji se označavaju korišćenjem odgovarajuće oznake prepoznatljivosti u skladu s propisima i samoregulatornim instrumentima koji uređuju oglašavanje, tako da bude jasno i nedvosmisleno da je reč o komercijalnom oglašavanju, na primer: “plaćeni prostor”, “oglasna poruka”, “promotivni sadržaj”, “advertorijal” i sl. Navedeno razdvajanje se odnosi i na svaku vrstu sponzorstva video sadržaja i plasiranja proizvoda ili usluge u okviru video sadržaja, koje objavljuju onlajn mediji i onlajn izdanja, a koje je dozvoljeno po propisima iz oblasti oglašavanja. U slučaju sponzorstva video sadržaja, sponzor se mora naznačiti na početku i na kraju samog video sadržaja. U slučaju plasiranja proizvoda ili usluge u okviru video sadržaja, čitaoci o tome moraju da budu adekvatno obavešteni, na primer putem naznake da video sadrži plasiranje proizvoda. U pogledu embedovanih sadržaja komercijalne prirode, onlajn medij i onlajn izdanje moraju da na adekvatnom mestu u okviru svog medijskog sadržaja naznače da je reč o promotivnom sadržaju, osim ako celokupni medijski sadržaj već nije označen kao promotivni.

• **Prikriveno političko oglašavanje.** Svaki oblik predstavljanja političkih subjekata i njihovih aktivnosti, kao i predstavljanje aktivnosti funkcionera u formi medijskog sadržaja u svrhu oglašavanja, koji može da dovede javnost u zabludu u pogledu njegove stvarne prirode, a koji nema uredničko opravdanje, mora da bude jasno odvojen od novinarskog i korisnički generisanog sadržaja. Smatraće se da uredničko opravdanje ne postoji ako se ne radi o aktivnostima o kojima javnost ima opravdan interes da zna, a naročito ako:

- o nije reč o saopštenjima organa javne vlasti koja su hitne prirode ili koja se odnose na ugroženost života, zdravlja, bezbednosti ili imovine;
- o je trajanje medijskog sadržaja u vezi sa aktivnostima političkih subjekata i funkcionera takvog obima da ne opravdava ostvarivanje prava građana na obaveštenost;
- o je reč o integralnim prenosima (na primer streaming) stranačkih skupova, mitinga i drugih aktivnosti koje se odnose na političko delovanje, bez uredničkog oblikovanja;
- o je reč o medijskom praćenju aktivnosti političkih subjekata i funkcionera koje nema direktne veze sa funkcijom koju ti funkcioneri obavljaju, a javnost nema opravdani interes da zna o tim aktivnostima;
- o kao i u drugim slučajevima kada medijsko praćenje aktivnosti političkih subjekata i funkcionera prevazilazi okvire uobičajenog novinarskog izveštavanja, a javnost nema opravdani interes da zna o tim aktivnostima.

Političko oglašavanje, kada je dozvoljeno po propisima koji uređuju izbore, mora da bude jasno označeno oznakom prepoznatljivosti, na primer: politički marketing, političko oglašavanje, politički promotivni sadržaj itd.

• **Korisnički stvoren sadržaj (User Generated Content).** Sadržaj koji stvaraju sami korisnici (komentari), a koji se objavljuje na kanalima komunikacije onlajn medija i onlajn izdanja, takođe je predmet brižljive procene medija, a u zavisnosti od sistema moderacije koji konkretni onlajn medij ili onlajn izdanje primenjuje. Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima, bez obzira na vrstu moderacije koju koriste, da izrade pravila objavljivanja korisnički stvorenog sadržaja, u kojima će jasno navesti koje vrste sadržaja (ponašanja) na svojim kanalima komunikacije ne dozvoljavaju i objasniti kako imfunkioniše sistem moderacije. Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima da, u skladu sa svojim tehničkim mogućnostima, razviju sistem obaveštavanja korisnika o tome zašto određeni korisnički sadržaj nije objavljen (prethodna moderacija), odnosno zašto je određeni korisnički sadržaj uklonjen (naknadna moderacija).

• **Prethodna moderacija.** Onlajn medij i onlajn izdanje koji koriste prethodnu moderaciju dužni su da pre objavljivanja brižljivo sagledaju da li je određeni korisnički sadržaj dozvoljen. Korisnički sadržaj koji onlajn medij odluči da objavi potpada pod uredničku odgovornost medija.

- **Naknadna (ex post) moderacija.** Onlajn medij i onlajn izdanje koji koriste naknadnu (ex post) moderaciju dužni su da uklone korisnički sadržaj koji su objavili ako je nedozvoljen. Uklanjanje sadržaja se obavlja nakon saznanja da je sadržaj nedozvoljen, odnosno posle obaveštenja treće osobe. Ako nakon obaveštenja onlajn medij i onlajn izdanje nisu uklonili korisnički stvoren sadržaj, u roku primerenom da se sadržaj pregleda i oceni njegova nedozvoljenost, za takav sadržaj, u smislu Kodeksa i ovih smernica, smatraće se da potpada pod uredničku odgovornost medija. Ovim se ni na koji način ne utiče na odgovornost za štetu nastalu objavljivanjem korisnički generisanog sadržaja. Pravila naknadne (ex post) moderacije, odnosno uklanjanja korisnički generisanog sadržaja, odnose se i na naloge na društvenim mrežama kojima onlajn medij ili onlajn izdanje upravljaju, ako pravila konkretne društvene mreže dozvoljavaju mogućnost uklanjanja korisnički generisanog sadržaja od strane vlasnika naloga. Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima da 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 (govor mržnje, kršenje prava na pretpostavku nevinosti, kršenja prava na privatnost objavljivanjem podataka iz ličnog života koje ne služi ostvarivanju javnog interesa, kršenje prava maloletnika, kao i kršenje ostalih odredaba koje štite ljudska prava

- **Postupanje sa informacijama koje se objavljuju uz medijski sadržaj (meta-podaci).** Preporučuje se onlajn mediju i onlajn izdanju da za svaki sadržaj koji se objavljuje poseduje najmanje sledeće meta-podatke: naslov, datum i vreme objavljivanja, naznačenje imena i prezimena ili pseudonima autora, naznačenje izvora, format koji se objavljuje (tekst, slika, audio, video itd.), veličina, upućivanje na ostale sadržaje koji su sastavni deo sadržaja.

- **Čuvanje arhive onlajn medija i onlajn izdanja.** Preporučuje se onlajn medijima da svoju arhivu čuvaju najmanje 10 godina.

V NOVINARSKA PAŽNJA

U onlajn okruženju standard dužne novinarske pažnje, osim po principima iz Kodeksa, primenjivaće se i u skladu sa sledećim pravilima:

- **Informacije prikupljene sa društvenih mreža i drugih digitalnih platformi pre objavljivanja treba tretirati kao i bilo koji drugi izvor informacija.** U njihovoj obradi novinar treba da postupa u skladu sa standardom dužne novinarske pažnje. Ovakve informacije, ako su objavljene, takođe će se smatrati uređivački oblikovanim sadržajem i medij se ne može osloboditi odgovornosti braneći se time da je informacija preneti sa društvene mreže ili druge platforme.
- **Sadržaj objavljen na onlajn kanalima komunikacije medija.** Sadržaj objavljen na onlajn kanalima komunikacije koje mediji koriste u promociji sadržaja i informisanju javnosti smatraju se uređivački oblikovanim sadržajem.
-

- **Informacije koje su prikupljene sa društvenih mreža obrađuju se u skladu s pravilima novinarske profesije.** Nije dozvoljena obrada informacije koja se preuzima sa društvenih mreža i drugih platformi na način da se promeni njeno izvorno značenje, kontekst, smisao i prikaz.
- **Uputstvo za objavljivanje u potpunosti neverifikovanih informacija.** Ako se novinar nalazi u situaciji da je neophodno da koristi neverifikovani sadržaj sa društvenih mreža i uopšte interneta, preporučuje se da objavi i uputstvo koje objašnjava odakle informacija dolazi, kao i razloge zbog kojih bi takva informacija mogla da bude nepouzdana.
- **Korišćenje veštačke inteligencije u kreiranju medijskih sadržaja.** Onlajn mediji i onlajn izdanja mogu koristiti veštačku inteligenciju u procesu kreiranja medijskih sadržaja, pod uslovom da je koriste odgovorno i srazmerno, te da prilikom korišćenja veštačke inteligencije poštuju principe zaštite podataka o ličnosti, informacione bezbenosti i nediskriminacije. Medijski sadržaj kreiran upotrebom veštačke inteligencije potpada pod uredničku odgovornost medija i ne oslobađa novinara i urednika obaveze poštovanja bilo kog pravila propisanog Kodeksom, a naročito ga ne oslobađa obaveze dužne novinarske pažnje. Onlajn medij i onlajn izdanje dužni su da čitaoce na pogodan način informišu o korišćenju veštačke inteligencije u kreiranju medijskog sadržaja, sa napomenom u kom segmentu je korišćena veštačka inteligencija, koja vrsta veštačke inteligencije je korišćena kao i na koji način funkcioniše. U korišćenju veštačke inteligencije, onlajn medij i onlajn izdanje su u potpunosti dužni da poštuju autorska i druga prava intelektualne svojine. Ukoliko čitaoци mogu imati interakcije sa veštačkom inteligencije potrebno je da prethodno budu obavешteni da ove interakcije nisu sa ljudima. U odnosu na odluke koje donosi veštačka inteligencija, a mogu se ticati čitalaca, čitaocu se mora omogućiti komunikacija sa fizičkim licem i prilika da prigovori na pomenutu odluku.

VI ODNOS PREMA IZVORIMA INFORMISANJA

Pored pravila iz Kodeksa koja uređuju odnos prema izvorima informisanja, u onlajn okruženju primenjuju se i sledeća pravila:

- **Obaveza identifikacije novinara i zabrana zloupotrebe nedostatka digitalne pismenosti.** Prilikom prikupljanja informacija preko digitalnih platformi tokom komunikacije sa izvorom informacija, novinar uvek mora da naglasi da u toj konkretnoj komunikaciji učestvuje u svojstvu novinara. S novinarskom profesijom je nespojiva svesna ili nehatna zloupotreba nedostatka digitalne pismenosti sagovornika koji predstavlja izvor informacije.
- **Provera izvora sa interneta i društvenih mreža.** 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

- **Obaveza pribavljanja prethodne saglasnosti prilikom prenošenja objava sa društvenih mreža ili drugih platformi.** Prilikom preuzimanja informacije koju je na društvenim mrežama i drugim digitalnim platformama objavio pojedinac koji nije javna ličnost, novinar je u obavezi da pribavi njegovu/njenu prethodnu saglasnost, osim ako je objavljivanje od interesa za javnost i u vezi sa temom o kojoj se javnost izveštava.
- **Nepoštovanje tajnosti komunikacije.** Novinar je dužan da pri objavljivanju tuđe prepiske vodi računa o tajnosti komunikacije. Sadržina komunikacije se može objaviti samo uz pristanak svih osoba koje učestvuju u komunikaciji, osim ako interes javnosti da sazna sadržinu komunikacije preteže nad potrebom zaštite njihove tajnosti. U tom slučaju, obavezno je učiniti neprepoznatljivim lične podatke, kao i metapodatke (podatke o komunikaciji koji ne čine sadržinu komunikacije, npr., datum slanja elektronske poruke, datum prijema, IP adresa i sl.), osim ako je njihovo objavljivanje od interesa za javnost i u vezi s temom o kojoj se javnost izveštava.
- **Objave javnih funkcionera i javnih ličnosti.** Ako je informaciju na društvenim mrežama i drugim digitalnim platformama objavila osoba koja je funkcioner, odnosno javna ličnost, taj sadržaj treba tretirati kao njenu izjavu, uz obavezno navođenje funkcije, odnosno položaja na kome je ta osoba, kao i kanala s kojeg je preuzeta informacija. I u tom slučaju novinar i medij su dužni da provere autentičnost izvora.
- **Prenošenje agencijskih sadržaja.** Kod prenošenja agencijskih sadržaja novinar je u obavezi da naznači da je njihov izvor agencija, a dužan je da navede i sekundarne izvore ukoliko postoje.
- **Obaveza navođenja izvora informacije.** Onlajn medij i onlajn izdanje su dužni da navedu izvor informacije po pravilu na njenom početku, uz upućivanje na taj izvor, odnosno naznačavanje internetske stranice sa koje je informacija preuzeta. Preporučuje se linkovanje na internet stranicu sa koje je informacija preuzeta.

VII POŠTOVANJE PRIVATNOSTI

Pored pravila Kodeksa koja se odnose na poštovanje privatnosti, u onlajn okruženju se primenjuju i sledeća pravila:

- **Tretman privatnih zapisa i fotografija objavljenih na društvenim mrežama i platformama.** Privatni podaci i zapisi, uključujući tu i privatne fotografije, video i druge zapise koje je privatna osoba objavila na društvenoj mreži ili drugoj platformi moguće je objavljivati samo uz prethodnu saglasnost te osobe, osim u slučajevima kada interes javnosti preteže nad pravom na privatnost, i to u meri u kojoj je to neophodno da se ostvari svrha izveštavanja.
- **Privatni podaci i zapisi namenjeni objavljivanju.** Privatni podaci i zapisi mogu se objavljivati bez prethodne saglasnosti osobe na koje se ti podaci odnose ako je ta osoba takve podatke namenila javnosti, odnosno dostavila mediju radi objavljivanja, (na primer, korišćenjem heš tagova i drugih sličnih načina koji za cilj imaju prenošenje takvih podataka).

- **Privatni podaci i zapisi u okviru komunikacije namenjene široj javnosti.** Sadržaji koje objavljuju privatne osobe u okviru komunikacije namenjene široj javnosti mogu se objavljivati bez pristanka osobe na koju se taj zapis odnosi.
- **Privatni podaci i zapisi koji sadrže privatne podatke i zapise drugih osoba.** Ako se u okviru privatnih podataka i zapisa jedne osobe pominju ili nalaze privatni podaci ili zapisi drugih osoba (na primer, tagovi na društvenim mrežama), novinar i medij su dužni da takve osobe učine neprepoznatljivim, osim u slučaju da i za te osobe interes javnosti preteže nad pravom na privatnost.
- **Pravo na zaborav.** Urednik onlajn medija i onlajn izdanja može da odluči da ukloni sadržaj ili podatke o ličnosti u okviru sadržaja po zahtevu osobe čija su lična prava ugrožena 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. Prilikom odlučivanja o zahtevu osobe čiji su podaci objavljeni u okviru medijskog sadržaja, urednik onlajn medija i onlajn izdanja će naročito uzeti u obzir: prirodu i aktuelnost teme o kojoj se izveštava (odnosno da li je medijski sadržaj objavljen u javnom interesu i da li je tema i dalje aktuelna, odnosno da li protokom vremena javni interes i dalje preteže nad pravom lica na koje se podaci odnose), kao i karakter osobe čiji su lični podaci objavljeni u okviru medijskog sadržaja o kojem se izveštava a koje zahteva uklanjanje sadržaja (funkcioner, bivši funkcioner, druga javna ličnost za koju postoji opravdani interes javnosti da bude informisana, lice za koje ne postoji opravdani interes javnosti da bude prepoznatljiva itd.). Ako objavljeni podaci o ličnosti više nisu neophodni za ostvarivanje javnog interesa ili nisu neophodni u obimu u kom su objavljeni, a postoji javni interes da sam medijski sadržaj bude i dalje dostupan, urednik onlajn medija i onlajn izdanja može, u skladu sa tehničkim mogućnostima, da odluči da ukloni pojedine ili sve podatke o ličnosti ili da ih anonimizuje bez da uklanja kompletan medijski sadržaj u pitanju. U slučaju uklanjanja teksta ili delova teksta usled zahteva za brisanje podataka o ličnosti, primenjuju se pravila ovih Smernica vezanih za povlačenje sadržaja.
- **Prikupljanje podataka o ličnosti od čitalaca i/ili registrovanih korisnika.** Onlajn mediji i onlajn izdanja su dužni da u potpunosti postupaju u skladu sa propisima koji uređuju zaštitu podataka o ličnosti (ako takve podatke prikupljaju) i informacionu bezbednost. Posebna dužnost se tiče obaveštavanja čitalaca/korisnika na transparentan, razumljiv i pogodan način o obimu, svrsi i pravnom osnovu obrade podataka o ličnosti, roku čuvanja podataka, o tome da li se podaci dele ili ustupaju, odnosno da li se podaci iznose izvan teritorije Republike Srbije, kao i o njihovim pravima u vezi sa obradom podataka o ličnosti (pristup, brisanje, izmena, dopuna, itd), te načinu ostvarivanja tih prava. Onlajn mediji i onlajn izdanja će se uzdržavati od prikupljanja podataka o ličnosti koji nisu u srazmeri sa svrhom prikupljanja. Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima da izrade i objave na svojoj internet stranici pravila kojima će urediti sva bitna pitanja od značaja za prikupljanje podataka o ličnosti.

Preporučuje se da kolačići i trekeri na internet stranicama onlajn medija i onlajn izdanja ne budu aktivni bez izričite saglasnosti, a ukoliko su ipak aktivni neophodno je da postoji jednostavan i svima vidljiv način da se isključe. Preporuka se ne odnosi na tzv. „neophodne“ kolačiće i/ili trekere, koji omogućavaju da internet stranica bude upotrebljiva, odnosno da budu dostupne osnovne funkcije, kao što su navigacija na stranici i pristup bezbednim oblastima veb sajta. Broj i vrsta kolačića i trekera bi trebalo da bude u srazmeri sa potrebama onlajn medija i onlajn izdanja.

Preporučuje se da internet stranice onlajn medija i onlajn izdanja pribave sertifikat za siguran protokol povezivanja uređaja i sajta (HTTPS), kao i da te internet stranice budu hostovane (skladištene) u Republici Srbiji ili u okviru država sa visokim standardima zaštite podataka o ličnosti, u skladu sa relevantnim odlukama nadležnih organa koji utvrđuju listu država sa primerenim nivoom zaštite podataka o ličnosti. Preporučuje se da mobilne aplikacije medija obrađuju samo one podatke koji su neophodni za funkcionisanje aplikacije. U svakom slučaju, takva obrada bi trebalo da bude transparentna i u skladu sa pravilima koja su gore navedena. Preporučuje se da onlajn medij i onlajn izdanje ne obrađuju posebno osetljive podatke o ličnosti (poput lokacije, liste kontakata i sl.)

VIII KORIŠĆENJE ČASNIH SREDSTAVA

Poglavlje VIII Kodeksa se u potpunosti primenjuje i na onlajn okruženje.

IX POŠTOVANJE AUTORSTVA

Polazeći od osnovnog principa da bi mediji i novinari trebalo da poštuju autore medijskih sadržaja i da te sadržaje koriste na način koji i sami očekuju od drugih za svoje sadržaje, uključujući i poštovanje za sopstveni rad, u onlajn okruženju se primenjuju sledeća pravila poštovanja autorstva:

- **Prethodna saglasnost nosioca autorskog prava ili samog autora.** Prilikom objavljivanja tuđeg medijskog materijala – uključujući, ali se ne ograničavajući na novinarske tekstove, fotografije i video zapise – medij i novinar koji želi da objavi takve informacije po pravilu je dužan da pribavi prethodnu saglasnost nosioca autorskog prava ili samog autora. Preporučuje se mediju da o zahtevu za davanje saglasnosti i samoj saglasnosti obezbedi pisani trag.
- **Obavezno naznačenje autora.** Prilikom preuzimanja sadržaja od drugih medija (uključujući i agencije), pod uslovom da postoji saglasnost medija kao nosioca (imovinskog) autorskog prava, treba imati u vidu da ti mediji često nisu i autori takvih sadržaja, pa je neophodno, pored naznačenja medija kao izvora, naznačiti i samog autora i ispoštovati druge izvore i zahteve koji se odnose na moralni aspekt iskorišćavanja autorskog dela.
- **Slučaj nepoznatog autora.** Ako autor medijskog sadržaja nije poznat ili je do njega nemoguće doći, preporučuje se mediju da se uzdrži od objavljivanja tog sadržaja ili da u tom slučaju koristi druge slične sadržaje koji predstavljaju javno dobro (public domain), ili se mogu po drugom osnovu slobodno koristiti (poput režima *Creative Commons*). U slučaju dela koja su u režimu slobodnog korišćenja (*Creative Commons*), neophodno je proveriti za svako pojedinačno delo koji je nivo ovlašćenja (atribucije) za korišćenje određenog dela omogućen.
- **Slobodno korišćenje dnevnih informacija i vesti koje imaju prirodu novinskog izveštaja.** Faktografski izveštaji kojima se javnost informiše o dnevnim događajima ne podležu obavezi pribavljanja prethodne saglasnosti i plaćanja autorske naknade. U objavljivanju ovakvih izveštaja treba praviti jasnu razliku između dnevnih faktografskih izveštaja (na koje se ovaj izuzetak odnosi) i drugih tekstova (koji ne potpadaju pod ograničenje autorskog prava).

Na primer, izveštaj o poseti visokog stranog zvaničnika koji prenosi samo činjenice (kad je doputovao, s kim treba da se sastane, koja je svrha posete i sl.) može se slobodno prenositi, dok analitički prikaz posete stranog zvaničnika ne potpada pod ovaj izuzetak (za njegovo prenošenje je neophodno tražiti saglasnost medija ili konsultovanje Pravila korišćenja medijskih sadržaja, ako ih konkretni medij ima). U primeni ovog izuzetka takođe treba obavezno naznačiti autora i poštovati druga moralna prava autora.

- **Korišćenje kratkih izvoda ili sažetaka iz novinskih i drugih sličnih članaka u pregledima vesti.** Onlajn pregledi štampe (njuz agregatori) mogu da koriste kratke izvode ili sažetke iz medijskih sadržaja bez prethodne saglasnosti i plaćanja autorske naknade, a uz poštovanjemoralnih prava (naročito naznačavanje medija koji je objavio informaciju, njegove internetske stranice i direktno linkovanje na vest). Preporuka je da pre objave određenih izvoda iz drugih medija njuz agregatori konsultuju pravila korišćenja medijskih sadržaja određenog medija, kao i da ne objavljuju cele tekstove, već zaista kratke izvode ili sažetke.
- **Korišćenje emedovanih sadržaja.** U slučaju da onlajn medij i onlajn izdanje u svom medijskom sadržaju koriste sadržaj trećeg lica koji se nalazi na drugoj lokaciji na internetu, a čiji je prikaz dostupan i u samom medijskom sadržaju, tzv. embedovani sadržaj (na primer embedovana objava sa društvene mreže koja sadrži tekst i fotografiju ili embedovani video sa platforme za deljenje video zapisa), onlajn medij i onlajn izdanje su dužni da i u toj situaciji takođe poštuju zahteve autorstva koji su propisani ovim poglavljem, a u meri u kojoj je embedovani sadržaj ili deo tog sadržaja pod opsegom zaštite autorskog prava. U svakom slučaju onlajn medij i onlajn izdanje će na prigodnom mestu u tekstu/medijskom sadržaju staviti naznaku izvora embedovanog sadržaja, kao i, ako je primenljivo, naznaku imena i prezimena i/ili naziva naloga koji je takav sadržaj primarno objavio.

X ZAŠTITA NOVINARA

Poglavlje X Kodeksa se u potpunosti primenjuje i na onlajn okruženje.

