

# ■ Vodič za samoregulaciju medija

Pitanja i odgovori

Predstavnik OEBS-a za slobodu medija  
Miklós Haraszi

Beč, 2008. godine

# **The Media Self-Regulation Guidebook**

**All questions and answers**  
Naslov originala

Priprema i prevod sa engleskog



Institut za medije Crne Gore  
Montenegro Media Institute

Institut za medije Crne Gore

Adresa: Bulevar Svetog Petra Cetinjskog br. 9, 81000 Podgorica,  
tel/fax: +382 20 202 175

e-mail: [imcg@mminstitute.org](mailto:imcg@mminstitute.org)

<http://www.mminstitute.org>

Projekat finansiran od strane OSCE/FOM

# Sadržaj

## 7 Miklós Haraszti Predgovor

### 9 I. Prednosti medijske samoregulacije

*Održavanje ravnoteže između prava i odgovornosti*

*Autor: Miklós Haraszti*

- 10 1. Priroda medijske samoregulacije
- 13 2. Medijska samoregulacija u odnosu na regulaciju medija
- 18 3. Promovisanje uzajamnog poštovanja i kulturnog razumijevanja

### 21 II. Usvajanje etičkog kodeksa novinara

*Suština medijske samoregulacije*

*Autor: Yavuz Baydar*

- 22 1. Etički kodeksi su ključni za odgovorno novinarstvo
- 23 2. Etički kodeksi su raznovrsni
- 24 3. Sadržina svakog etičkog kodeksa je jedinstvena
- 27 4. Usvajanje etičkog kodeksa: uloga medijskih profesionalaca
- 29 5. Usvajanje etičkog kodeksa: uloga vlade i društva
- 30 6. Etičke kodekse treba redovno revidirati i promovirati

33	<b>III. Samoregulatorna tijela</b> <i>Kako obezbijediti da se etički kodeks poštuje</i>  <i>William Gore</i>
34	1. Pouzdana alternativa sudskim postupcima
35	2. Moralno obeštećenje ima veliku snagu
38	3. Vremenska ograničenja kod pritužbi su neophodna
39	4. Svi mediji se mogu regulisati uz pomoć samoregulatornih tijela
40	5. Glavni izazov: osigurati da javnost zna da može da se žali
43	<b>IV. Savjet za štampu</b> <i>Arhetip samoregulatornog tijela</i>  <i>Ognian Zlatev</i>
44	1. Osnovne funkcije savjeta za štampu
46	2. Medijski savjeti za štampu na području OEBS-a
49	3. Šta se trebate zapitati prije osnivanja savjeta za štampu
51	4. Struktura i način funkcionisanja savjeta za štampu
54	5. Upravni odbor i članovi savjeta za štampu
57	6. Članovi odgovorni za postupanje po pritužbama
58	7. Finansiranje savjeta za štampu
60	8. Uspostavljanje savjeta za štampu u novim demokratijama
63	<b>V. Ombudsman</b> <i>Samoregulacija unutar pojedinačnih medija</i>  <i>Véronique Maurus</i>
64	1. Nastanak i razvoj funkcije ombudsmana
67	2. Posao ombudsmana

69	3. Sankcije koje izriče ombudsman
71	4. Uvođenje pozicije ombudsmana
73	5. Izbor ombudsmana
75	6. Izazovi ombudsmanove pozicije
<b>79</b>	<b>VI. Dodatak</b> <i>Primjeri žalbi riješenih od strane samoregulatornih tijela</i>
80	Slučaj 1: Prigovor zbog narušavanja privatnosti
81	Slučaj 2: Prigovor zbog narušavanja privatnosti
82	Slučaj 3: Prigovor zbog netačnosti
83	Slučaj 4: Prigovor zbog netačnosti na internet sajtu
84	Slučaj 5: Prigovor zbog izostanka zaštite vulnerabilnih lica
85	Slučaj 6: Prigovor zbog izostanka zaštite vulnerabilnih lica
87	Slučaj 7: Prigovor zbog diskriminacije
<b>89</b>	<b>VII. Biografije</b>



## Predgovor

### **Miklós Haraszti**

Inicijativa za nastanak Vodiča za samoregulaciju medija leži u srcu mandata moje kancelarije, a to su odbrana i podrška slobodi medija na području OEBS-a.

Moja kancelarija podržava novinare koji žele da udruže napore u podizanju profesionalnih standarda i na taj način ojačaju društvenu poziciju novinarstva. Saradnja među novinarima u domenu etike je takođe dobra priprema za njihovu kasniju saradnju na traženju svojih legitimnih prava od država u kojima rade.

U svakom slučaju, kvalitet ne bi nikako trebalo da bude preduslov za slobodu. Samo potpuno slobodna štampa može biti i potpuno odgovorna.

Ja na samoregulaciju i promociju kvaliteta novinarstva gledam kao na dodatne mjere zaštite slobode medija, pa čak i medijske moći. Zato ovaj vodič ima za cilj da pruži informacije novinarima, urednicima, izdavačima i studentima novinarstva, ali i vladinim zvaničnicima.

Budući da je sačinjen iz pitanja i odgovora, ovaj vodič je praktičan i lak za upotrebu. Ne postoji jedan univerzalni model koji bi se mogao usvojiti bilo gdje. Zato se ova publikacija ne fokusira na pojedinačne zemlje, već na široki spektar praktičnih pitanja: Kako funkcionišu postojeći samoregulatorni mehanizmi? Sa kakvim izazovima se suočavaju? Kako ih osnovati ili unaprijediti?

Svako od poglavlja se bavi jednim određenim aspektom medijske samoregulacije, kao na primjer ulogom etičkih kodeksa ili različitim mehanizmima odgovornosti, kao što su: ombudsman ili savjet za štampu. Čitaoci će, nadam se, naći rješenja koja mogu prilagoditi uslovima u svojoj zemlji.

Nadam se da će ovaj vodič ohrabriti dalji razvoj medijske samoregulacije, pojačati segment kvaliteta novinarstva i time pomoći u poboljšanju

sveukupne situacije po pitanju slobode medija na području OEBS-a.

Zahvalio bih se Vladama Francuske, Njemačke i Irske na njihovoj velikodušnoj podršci u stvaranju ove jedinstvene publikacije.



Poglavlje I

# Prednosti medijske samoregulacije

Održavanje ravnoteže između prava i  
odgovornosti

*Miklós Haraszti*

Medijska samoregulacija predstavlja zajednički napor medijskih profesionalaca na uspostavljanju dobrovoljnih uređivačkih smjernica i poštovanju istih kroz proces učenja koji je dostupan javnosti. Na taj način nezavisni mediji prihvataju svoj dio odgovornosti za kvalitet javne riječi u zemlji uz potpuno očuvanje njihove uredničke autonomije u njenom oblikovanju.

# 1. Priroda medijske samoregulacije

## *Da li se samoregulacija odnosi na političke sadržaje?*

Ne. Samoregulacija ne znači cenzuru, pa čak ni samocenzuru. Ona se tiče uspostavljanja minimuma principa etičnosti, tačnosti, ličnih prava i tako dalje, uz puno očuvanje uredničke slobode da sami biraju o kojim temama će izvještavati i koja će mišljenja iznijeti.

## *Da li se kod samoregulacije radi o stvaranju nepogrešive štampe?*

Niko nije savršen. Pored toga, javno iznijeta kritika će uvijek biti shvaćena kao nekorektna među onima koji su njen predmet. Samoregulacija pomaže medijima da odgovore na legitimne pritužbe i isprave svoje greške.

## *Ko su akteri samoregulacije medija?*

Samoregulacija je čvrsto nastojanje medijskih profesionalaca kojima je stalo do kvaliteta u svome poslu da održe dijalog sa javnošću. U tu svrhu se uspostavlja mehanizam za prigovore auditorijuma koji se bavi opravdanim kritikama na racionalan i autonoman način.

Jasno je da će među medijima samo one kuće čiji novinari, urednici i vlasnici žele da se bave novinarstvom na odgovoran način uzeti učešća u ovom dijalogu. Samoregulacija može postojati na nivou cjelokupne medijske industrije ili u okviru pojedinačnih medijskih kuća.

Na drugoj strani se nalaze političke institucije i javne ličnosti koje su obično glavni izvor pritužbi, s obzirom da izvještavanje i komentarisanje njihovih aktivnosti predstavlja značajan dio posla svakog ozbiljnog medija. Jednaki interes u tome mogu imati i protagonisti civilnog društva kao na primjer privrednici i poslodavci, religijske i manjinske organizacije, tradicionalne i novoosnovane interesne grupe i, naravno, pojedinci.

## *Zašto je medijska samoregulacija dobra za medije?*

Promovišući standarde, samoregulacija pomaže održanju kredibiliteta medija kod javnosti. Ovo je naročito dobrodošlo u mladim demokratijama, u većini

kjih je i nezavisna štampa sama po sebi novina. Medijska samoregulacija pomaže da se javnost uvjeri da slobodni mediji nijesu bez odgovornosti.

U isto vrijeme, samoregulacija štiti prava novinara da budu nezavisni i da im za njihove profesionalne greške sude ne oni na vlasti već njihove kolege.

Kada se radi o ispravljanju činjeničnih grešaka ili povredama ličnih prava u štampi, oštećena strana dobija zadovoljenje kroz osudu samoregulatornog tijela, čime se smanjuje pritisak na pravosudni sistem koji bi inače sankcionisao novinare.

### ***Zašto je medijska samoregulacija dobra za javnost?***

Sasvim je prirodno da medijski konzumenti žele neku vrstu garancije da su informacije koje dobijaju valjane. U ovom slučaju etički kodeksi pružaju smjernice za uređivačke principe, a žalbeni mehanizmi predstavljaju neku vrstu "garancije kvaliteta".

Pritužbe upućene samoregulatornim tijelima ne koštaju ništa, za razliku od sudskih postupaka. To je za prosječnog građanina značajna prednost. Uz to, prednost će imati i političari koji podnesu tužbu, jer će ona biti brzo riješena, a imaće i to zadovoljstvo da vide da mediji javno i dobrovoljno priznaju grešku.

### ***Zašto je medijska samoregulacija dobra za demokratiju?***

Demokratski način rješavanja sporova temelji se na zajedničkoj kulturi diskutovanja na jedan racionalan i fer način. Čak iako su izabrane slobodnom voljom, vlade ipak učestvuju u političkoj utakmici i zato nijesu najpozvanije da uređuju pravila racionalnosti i fer igre. Osim toga, demokratija se kosi sa konceptom državnog nadzora medija. Samoregulacijom se medijskoj sferi pokušava nametnuti demokratska politička kultura, koja je nezavisna od političkih snaga u državi. Ona takođe predstavlja korak naprijed u tranziciji od medija u državnom vlasništvu i pod kontrolom države do onih koji su u posjedu i pod kontrolom civilnog društva.

**Pet razloga zašto mediji treba da uspostave samoregulaciju:**

1. Ona štiti uređivačku slobodu;
2. Ona pomaže da se uticaj države svede na minimum;
3. Ona promoviše kvalitet medija;
4. Ona je dokaz odgovornosti medija;
5. Ona pomaže čitaocima da ostvare kontakt sa medijima.

## 2. Medijska samoregulacija u odnosu na regulaciju medija

### *Jesu li medijski zakoni neophodni?*

Jesu, u određenoj mjeri. Ali mediji mogu vršiti svoju suštinsku ulogu nadzornika vlasti jedino uz minimum državne kontrole.

U društvima koja su na putu ka demokratiji, ustavne i zakonske garancije su neophodne da bi sloboda štampe bila sprovedena u djelo. Na primjer:

- Ustav bi trebalo da zabranjuje cenzuru i da štiti slobodu izražavanja;
- Zakoni bi trebalo da garantuju slobodan pristup informacijama vlade i da štite novinare od prisile otkrivanja povjerljivih izvora u istraživačkim pričama;
- Propisi bi trebalo da garantuju fer i transparentnu administraciju u domenu medijske djelatnosti, na primjer kada se radi o registraciji medija, izdavanju licenci, objavljivanju imena vlasnika i načinu oporezivanja.

U demokratskom uređenju, neizbježni izuzeci od slobode izražavanja moraju biti definisani zakonom. Ali da bi se izbjegao strah u debatama o javnim pitanjima, samo mali broj prekršaja treba krivično definisati. Tu spadaju riječi i slike koje bi nesumnjivo i neposredno ugrozile vladavinu prava, mir u društvu ili bezbjednost pojedinaca. To su na primjer podstrekavanje na nasilje, pozivi na diskriminaciju ili distribucija dječje pornografije.

Govor koji “samo” šokira, uznemirava ili vrijeđa treba da bude predmet građanskih parnica. Isto važi i za govore koji krše intimnost, vrijeđaju dostojanstvo ili narušavaju nečiji ugled – čak i ako su nastali s namjerom i ako su ih počinili bezobzirni neprofesionalni novinari.

### *Mogu li vladini propisi remetiti slobodu štampe?*

Neopravdane zakonske restrikcije koje donese slobodno izabrana vlada mogu biti skoro jednako opresivne za medije kao i diktatorska samovolja u prošlosti. Ovo je naročito slučaj kada su zakonske restrikcije nastale (ili zloupotrijebljene) s jasnom namjerom da se eliminišu nezavisno

izvještavanje i mišljenje. Takvi maliciozni medijski zakoni mogu na primjer:

- Diskriminirati nedržavne medije u korist još uvijek postojećih državnih medija, na primjer u regulisanju pitanja kao što su registracija, porezi, štampanje, pretplata i distribucija;
- Omogućavati nepravičnu kontrolu nad izdavanjem licenci za emitovanje;
- Kriminalizovati različita mišljenja ili nepoželjne istraživačke priče;
- Imati selektivan pristup u primjeni odredbi krivičnog ili civilnog zakonodavstva kojima se štite lična prava.

### *Mogu li državni propisi nenamjerno nanijeti štetu medijskim slobodama u namjeri da se zaštite neke druge slobode?*

Po ko zna koji put, put do nepotrebne pravne interferencije popločan je dobrim namjerama i podstaknut stvarnom potrebom javnosti za standardima u novinarstvu.

Svrha mnogih bespotrebnih ograničenja je da “pomognu” u poboljšanju etičnosti i kvaliteta ili da “izbalansiraju” slobodu štampe u odnosu na druge važne vrijednosti kao što su državna bezbjednost, društveni mir ili lična prava. U nadi da će eliminirati mržnjom ispunjene javne debate, vlade često prekorače legitimne granice u kriminalizaciji govora i dozvoljavaju da se krivično gone svakojake netolerantne, diskriminatorne izjave ili prosto mišljenja koja vrijeđaju druge. Takvi zakoni obično samo nameću ukus vladajuće parlamentarne većine.

Uz to, demokratije mogu biti spore u skidanju ograničenja sa slobode govora koja su postavljena u vremenu u kojem su važili drugačiji standardi. Takvi primjeri mogu biti:

- Tretiranje klevete i uvrede kao krivičnih djela, umjesto da se ovakvi prekršaji rješavaju u građanskim sudovima;
- Kažnjavanje civila za “narušavanje tajnosti”, uključujući i novinare, umjesto da su ova djela ograničena na one koji imaju službenu dužnost čuvanja tajne;
- Posebna zaštita visokih zvaničnika od verbalne zloupotrebe.

### ***Može li se državnim propisima podići nivo profesionalnosti i etičnosti štampe?***

Ne. Prave etičke standarde mogu kreirati samo nezavisni medijski stručnjaci i oni se njih mogu pridržavati jedino dobrovoljno. Bilo da su donijeti u dobroj namjeri ili ne, svaki pokušaj zakonskog nametanja standarda novinarima predstavljao bi samovoljnu restrikciju njihovih legitimnih sloboda i ograničavanje slobodnog protoka informacija u društvu.

Naravno, javni medijski servisi koji se finansiraju novcem poreskih obveznika imaju zakonsku obavezu da izvještavaju i komentarišu događaje na objektivan, pravičan i etičan način. Ali i obaveze javnih servisa, takođe, moraju biti formulisane i sprovedene od strane nezavisnih profesionalnih tijela i funkcionisaće jedino ako se političari suzdrže od uplitanja u uređivački posao medija.

### ***Šta ide prvo: sloboda ili kvalitet?***

Državna uprava ne smije tretirati kvalitet štampe i njenu regulaciju kao preduslove za davanje pune slobode medijima; naprotiv, etično novinarstvo može da se razvije samo u atmosferi u kojoj je sloboda zagarantovana. Da bi se novinari prestali suzdržavati u obavljajući svog posla, vlada prvo mora da prestane da se miješa u rad medija.

### ***Može li samoregulacija postojati u zakonu?***

To bi bilo korisno samo kao jedan detalj koji bi propisivao da se etičke presude samoregulatornog tijela ne koriste na sudu bilo od strane kritikovanog medijskog radnika, države ili tužitelja.

### ***Može li samoregulacija pomoći u stvaranju boljih zakona?***

Da, može. Ali ne tako što će uvesti samocenzuru. Mediji u kojima postoji samoregulacija mogu efikasnije da se bore za ukidanje nepotrebnih propisa tako što će:

- Ubijediti javnost da su mediji svjesni potrebe postojanja standarda;
- Javno iznijeti slučajeve korupcije u medijima;
- Ponuditi žalbeno rješenje u opravdanim slučajevima.

### **Šta vlade mogu da urade na promociji samoregulacije?**

Vlade će najbolje promovisati samoregulaciju tako što će:

- Reći “ne” vlasništvu države nad medijima;
- Osigurati punu slobodu štampe bez državnog uticaja;
- Održavati medijski pluralizam uz pomoć antimonopolskih mjera.

#### **Međunarodni propisi koji se odnose na medijsku regulaciju**

Prema Univerzalnoj deklaraciji o ljudskim pravima i Evropskoj konvenciji o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda svi ljudi imaju pravo na slobodu izražavanja.

Građani koji smatraju da su im ova prava uskraćena mogu se obratiti Evropskom sudu za ljudska prava u Strazburu (ECHR), ukoliko ne uspiju da zakonskim putem dobiju zadovoljenje u svojoj zemlji.



Sudska praksa ECHR-a pronašla je “trostruki test” za mjerenje ispravnosti medijske regulacije. Da bi bila u skladu sa slobodom izražavanja, regulacija treba:

- Da bude propisana zakonom;
- Da joj je svrha postizanje legitimnosti;
- Da bude neophodna u svakom demokratskom društvu.

Tako da ukoliko postoji manje restriktivan metod koji će zadovoljiti legitimne ciljeve regulacije, on će se smatrati korektnijim jer restriktivnije metode nijesu u skladu sa standardima zaštite pluralizma i slobodnog izražavanja.

Građani koji smatraju da su im prava na slobodu izražavanja uskraćena mogu se takođe obratiti Komitetu za ljudska prava Ujedinjenih nacija čija je adresa: <http://www.ohchr.org/english/bodies/hrc>

Instrukcije za podnošenje tužbe mogu se naći na:  
<http://www.ohchr.org/english/bodies/petitions/individual.htm#ccpr>

U toku 30 godina od potpisivanja Helsinških sporazuma zemlje članice OEBS-a usvojile su mnoge obaveze u oblasti slobode medija. One se mogu vidjeti na: [www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253\\_108\\_en.pdf](http://www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253_108_en.pdf) (in English) [www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253\\_108\\_ru.pdf](http://www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253_108_ru.pdf) (in Russian)

Predstavnik OEBS-a za slobodu medija ([www.osce.org/fom](http://www.osce.org/fom)) vodi računa da se ove obaveze poštuju davanjem ranih upozorenja i preporuka.

### 3. Promovisanje uzajamnog poštovanja i kulturnog razumijevanja

#### *Može li samoregulacija eliminisati konflikte u medijima?*

Ne. Niti će dobri zakoni niti etika ikada u potpunosti zadovoljiti javnost u pogledu onoga što mediji rade. Slobodni mediji – čak i kvalitetni mediji – uvijek će biti na meti onih na koje se iznijete činjenice odnose, zbog svojih stavova ili prosto zato što su pluralistični.

Svrha samoregulacije nije smanjivanje količine šuma u demokratiji. Njena svrha je da demokratiju učini podnošljivom muzikom za javnost, koja – naročito u mladim demokratijama – ne voli žestoka sporenja koja nemaju jasnu svrhu. Konačno, javnost i političari moraju prihvatiti da sloboda izražavanja, prema riječima Evropskog suda za ljudska prava (ECHR), znači “pravo da šokira, uznemiri i naljuti”. Snažan interes medija je da tu slobodu učine ne samo podnošljivom, već i prijatnom. Način da se to postigne je odgovorna samoregulacija.

#### *Da li se medijska sloboda na globalnom nivou našla pred kulturološkom krizom?*

2006. godine došlo je do opštih protesta muslimana zbog sekularnog artističkog predstavljanja islamskih tema, nakon objavljivanja karikatura proroka Muhameda. Ovi protesti su potvrdili postojanje jedne nove tenzije globalnog karaktera po pitanju slobodne štampe, slične onoj koja je postojala na nacionalnom nivou vjekovima ranije, kada je sloboda izražavanja bila još u povojima. Karikature su prvo objavljene u danskim novinama Jyllands-Posten u kontekstu odbrane od zastrašivanja. Kasnije su ih prenijeli mnogi drugi mediji, bilo kao informaciju ili u znak solidarnosti. Protesti muslimana, od kojih su neki završili i nasiljem, bili su dijelom izazvani iskrenim bijesom zbog nedoličnog sadržaja karikatura.

Za vrijeme ove krize, tradicionalno pravo na satirizaciju čak i ustanovljenih religija našlo se pod paljbom, katkad i doslovno... To je pokazalo da u današnjem svijetu u kojem nestaju državne granice, mediji moraju biti kulturno senzitivni na globalnom nivou.

***Ima li samoregulacija globalnu ulogu?***

Poštovanje među različitim tradicijama mora biti obostrano. Ono što su mnogi od demonstranata, pa čak i neke vlade tražile bilo je da se država umiješa u kontrolu rada medija. Međutim, globalni karakter kulturne kolizije ne mijenja činjenicu da vlade ne smiju da se miješaju u posao odgovornog novinarstva. Pravi način da se postigne profesionalnost u radu i da mediji steknu svijest o globalnoj odgovornosti je kroz samoregulaciju. Publikacijama koje bezrazložno vrijeđaju određene društvene grupacije ili se neodgovorno oglašuju o globalni kontekst treba da se bave samoregulatorna etička tijela.

***Kakvu ulogu može imati samoregulacija u promovisanju međusobnog poštovanja i kulturnog razumijevanja?***

Zaposleni u medijskom sektoru nose teško breme odgovornosti za kvalitet javne riječi u društvu i generalno u svijetu. U periodu pojačanih društvenih ili religioznih neslaganja veoma je važno da mediji ne pogoršavaju tenzije. Kada su ovakvi problemi u pitanju, etički kodeksi bi trebalo da u svojim preporukama sakupe iskustva i mudrost medijskog kora.

Nema potrebe da se sloboda izražavanja podešava na veći stepen poštovanja i obzirnosti. Pojačanu svijest o različitim kulturama i veću spremnost da se odgovori na globalne imperATIVE treba prihvatiti kao dodatak slobodi govora, a ne kao njena ograničenja. S druge strane, pojačani senzitivitet ne treba da dovede do gušenja kritičnosti i debate između različitih kultura. Ne samo da treba štiti pluralizam, već i njegovu dinamičnost bez koje ne bi bilo progressa i u kojem slučaju bi svijet bio tek skup civilizacija koje su razdvojene zidovima.



# Usvajanje etičkog kodeksa novinara

Suština medijske samoregulacije

*Yavuz Baydar*

Etički kodeksi javno definišu djelatnost, prava i obaveze novinara i na taj način pružaju novinarima uputstva kako na najbolji način da se bave svojom profesijom. Nazivi ovakvih kodeksa mogu da variraju: etički standardi, etička povelja, kodeks ponašanja, kodeks profesije, etički kodeks, itd. Međutim, svi oni imaju sličnu svrhu: da štite autonomiju profesije i služe interesu javnosti. Ovdje će biti korišten termin “etički kodeks”, koji je i najuobičajeniji.

Ovo poglavlje sadrži praktične informacije o pravljenu i upotrebi jednog takvog kodeksa. Ono objašnjava zašto je svaki kodeks suštastven i jedinstven, kako zaposleni u medijima treba da se uključe u njegovo stvaranje i primjenu i kako ga treba promovisati i ažurirati.

# 1. Etički kodeksi su ključni za odgovorno novinarstvo

## *Zašto su kodeksi neophodni?*

U demokratskim uređenjima novinari uživaju zaštitu svojih prava i privilegija da osnivaju različite medijske kuće, da se slobodno kreću u javnosti kako bi sakupili činjenice i mišljenja, da distribuiraju vijesti i da zahtjevaju odgovornost vlasti. Zauzvrat, novinari moraju biti odgovorni. Oni moraju raditi čiste savjesti i sa transparentnim ciljevima.

Nema sumnje da će biti momenata kada će granice novinarskih sloboda biti stavljene na test zarad odbrane javnog dobra. Ako novinari rade u skladu sa dogovorenim etičkim standardima ponašanja — koji su zasnovani na tačnosti, pravičnosti, nezavisnosti i odgovornosti – manja je mogućnost da će se ogriješiti o zakon. Na taj način, etički kodeksi jamče prevagu slobode štampe.

## *Za koje novinare važe ovi kodeksi?*

Dobro novinarstvo je u interesu javnosti. Ono nudi informacije koje su tačne, pravične i uravnotežene, daje glas onima čiji se glas inače ne čuje i obezbjeđuje da se iznesu različita mišljenja u svakoj pojedinačnoj priči. Iako kvalitetno novinarstvo može biti naklonjeno određenom stavu, ono mora jasno razgraničiti činjenice, komentare i mišljenja – za razliku od “propagandističkog novinarstva”, prurušenog “misionarskog novinarstva” ili tabloidne štampe, koji služe specifičnim ciljevima ili interesima. Svi dobri novinari trebaju stalno imati na umu etički kodeks.

## *Ko ima koristi od etičkog kodeksa?*

Svi. Za vlasnike medija i izdavače, kodeks znači zaštitu od kritike i zakonskih mjera; za novinare, on služi kao standard po kojem se može ocijeniti njihov rad; a javnosti on garantuje da je informacija koju dobija pravična, tačna i provjerena.

## 2. Etički kodeksi su različiti

### *Zašto se kodeksi razlikuju od zemlje do zemlje?*

Kao prvo, novinarske tradicije se razlikuju od zemlje do zemlje. Kao drugo, neke zemlje djeluju ili reaguju sporije od drugih kad se radi o pisanju i korigovanju etičkih smjernica. Kao treće i najvažnije, postoje različita osjetljiva pitanja u svakom društvu, bazirana na prirodi demokratije i na društveno- kulturno-etničko-religioznom kodeksu ponašanja. Ovaj senzibilitet se često reflektuje u sadržaju informacija.

### *Mogu li postojati različiti kodeksi u okviru iste zemlje?*

Da. Razlike između štampanih medija, radio stanica, televizijskih stanica i internet sajtova su jednako velike kao razlike u medijskim sadržajima. Svako glasilo može razviti sopstveni etički kodeks u skladu sa svojim potrebama.

### *Da li je korisno imati jedinstven kodeks na nivou zemlje?*

To ne mora biti slučaj. Može se imati jedan zajednički kodeks, ili jedan za štampane i jedan za elektronske medije. Kodeks koji je prihvaćen na nivou nacije može poslužiti kao glavni izvor za različite individualizovane kodekse. Međunarodna praksa pokazuje da je najvažnije da svako glasilo bude privrženo sopstvenim standardima. Istini za volju, u rijetkim slučajevima zajednički kodeks može čak dovesti do toga da mediji budu indiferentni u odnosu na njega ili da ga zanemare.

### 3. Sadržina svakog etičkog kodeksa je jedinstvena

#### *Šta čini dobar etički kodeks?*

Jasnoća jezika kojim je napisan; razumljivost i kompaktnost; stalan nadzor i redovna revizija.

#### *Postoji li model kodeksa koji se može primijeniti širom svijeta?*

Ne. Može izgledati poželjno, ali bi to bilo jako teško sprovesti u djelo. Doduše, neke odredbe se srijeću češće od ostalih — takve su na primjer one koje primjenjuju međunarodne novinske agencije ili kvalitetni novinski listovi kao što je Washington Post na primjer. Medijske kuće su svjesne da postoji mnoštvo nacionalnih, lokalnih i privatnih kodeksa koji na njih utiču. To samo pospešuje standarde.

#### *Koji su najčešći etički principi?*

Pitanje privatnosti je posljednjih godina dobilo znatno na značaju i odredbe kodeksa koje se tiču narušavanja privatnosti su postrožene. Samoregulacija štiti ne samo slobodu izražavanja, već isto tako štiti i građane od zloupotrebe ove slobode. Te dvije stvari su često sukobljene. Potrebno je jasno definisati šta je javni interes, a u kodeksu se takođe može odrediti i šta spada u kategoriju nečije privatnosti, kao i osnove za podnošenje tužbi građana zbog zadiranja štampe u njihove privatne živote.

#### *Da li kodeks treba da se bavi pitanjima ukusa i pristojnosti?*

Pojmanje ukusa i pristojnosti varira od jednog medija do drugog, kao i od jedne zemlje do druge i ono se stalno mijenja, baš kao što se i sama društva mijenjaju. Većina kvalitetnih listova ima stroga pravila po pitanju ukusa i pristojnosti.

Sva medijska glasila bi trebalo da pokušaju da definišu ove koncepte i da ih ažuriraju u skladu sa promjenama u mišljenju javnosti. Kada određeni dio auditorijuma ocijeni da je nešto u plasiranom sadržaju uvredljivo, to



generalno umanjuje kredibilitet medija. Novine treba da gledaju šire od svog redovnog auditorijuma kako bi izbjegli da nenamjerno uvrijede one koji ne pripadaju njihovoj redovnoj čitalačkoj publici.

### ***Koje bi trebale biti etičke smjernice u izvještavanju o terorizmu?***

O terorističkim aktima treba izvještavati precizno i odgovorno. Treba povesti posebnu pažnju pri izboru riječi, i tu treba izbjeći bilo kakvu pohvalu za činove nasilja i eliminisati termine koji sadrže emocionalne ili vrijednosne sudove. Termin “terorizam” se tumači na različite, ponekad suprotne načine. Kao što to BBC jasno ističe: “Sama riječ ‘terorista’ može više odmagati nego doprinostiti razumijevanju. Novinari trebaju da izbjegavaju bilo kakvu atribuciju. Treba prenositi samo činjenice, a karakterizaciju prepustiti drugima.”

Detaljan opis događaja, uz izbjegavanje termina kao što su “borci za slobodu” ili “teroristi”, podižu kredibilitet kod publike. Cilj novinara je tu isti kao i kod izvještavanja o bilo kom drugom događaju - a to je pustiti da čitaoci sami donesu svoj sud.

### ***Kakve bi trebale biti etičke smjernice u multikulturalnim društvima?***

Etički kodeks treba da sadrži smjernice koje direktno tretiraju interese manjina. Primjer Komisije za žalbe na rad medija Ujedinjenog kraljevstva (PCC) pokazuje nam šta može da se uradi. Njihovi uređivački principi sadrže specijalnu odredbu o diskriminaciji: “Mediji moraju izbjegavati stereotipne ili pežorativne reference na račun rase, boje kože, vjeroispovjesti, pola, seksualnog opredjeljenja ili bilo kakvog fizičkog ili mentalnog oboljenja ili invaliditeta osobe. Detalji o rasi, boji kože, vjeroispovjesti, polu, seksualnom opredjeljenju ili bilo kakvom fizičkom ili mentalnom oboljenju ili invaliditetu osobe moraju se izbjeći osim ako oni nijesu od suštinske važnosti za priču.”

To, na primjer, znači da novinar koji izvještava o nekom zločinu ne smije da pominje rasnu ili etničku pripadnost osumnjičenog osim kada policija da opis određene osobe koju traži (“bijelac”, na primjer, ili “osoba ženskog pola sa azijskim karakteristikama”). Ovaj princip se široko poštuje u UK i Komisija je, na primjer, oštro kritikovala novine koje su prekršile kodeks objavljivanjem zluradih napada na imigrante.

**Oblasti koje pokrivaju etičke smjernice BBC-a:**

1. Tačnost
2. Nepristrasnost i pluralizam mišljenja
3. Pravičnost, navođenje izvora i saglasnost
4. Privatnost i javni interes
5. Kriminal i antisocijalno ponašanje
6. Osjetljivi i uvredljivi sadržaji
7. Izvještavanje o djeci
8. Javna politika
9. Rat, teror i vanredna stanja
10. Religija
11. Uređivački integritet i nezavisnost
12. Odnosi sa spoljnim stranama
13. Kontakt sa auditorijumom
14. Zakon
15. Odgovornost

Source: [www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines](http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines)

## 4. Usvajanje etičkog kodeksa: uloga medijskih profesionalaca

### *Ko treba da piše kodeks?*

Novinari. Kvalitet nekog glasila određuju određene komponente – tačnost, pravičnost, uravnoteženost, poštenje i tako dalje — to stavlja zadatak pisanja etičkog kodeksa u ruke profesionalcima koji kroz svoj rad stvaraju njegove principe.

### *Treba li konsultovati medijsku industriju/vlasnike medija?*

Nije neophodno. Ukoliko vlasnici medija aktivno rade kao novinari u tom mediju, njih treba konsultovati. U nekim rijetkim slučajevima, kodeks može biti dat na odobravanje medijskoj industriji. Ali krajnja odgovornost treba da počiva na urednicima.

### *Kako ubijediti novinare i urednike da napišu kodeks?*

Reporteri i urednici moraju posvetiti pažnju sopstvenom kredibilitetu. Ovo postaje sve teže jer su čitaoci sve sofisticiraniji i sve se više navikavaju na interakciju sa informativnim kućama putem interneta, koji im omogućava da dobiju brze i pouzdane odgovore. U mnogim društvima, nivo obrazovanja i “informativne pismenosti” se ubrzano povećava i javnost sve lakše otkriva pristrasnost i izobličavanja činjenica u medijskim izvještajima. Primjena etičkog kodeksa pomaže informativnim kućama da se suoče sa ovim izazovima i zadrže iskren odnos sa čitaocima. Dugoročno, etički kodeks postaje snažno komercijalno oruđe i alatka za održanje konkurentnosti.

### *Kako ubijediti izdavače/vlasnike medija da poštuju kodeks?*

Svi gore navedeni argumenti važe i ovdje. Uz to, poštovanje etičkog kodeksa značajno smanjuje rizik od zakonskih intervencija i skupih tužbi. Kodeks je alternativa za sudnicu.

### ***Kako ubijediti novinare da se pridržavaju kodeksa?***

Tako što će im on biti stalno prisutan u svijesti: Menadžeri se moraju pobrinuti da zaposleni redovno diskutuju o etičkim pitanjima – ne samo kada iskrasne određeni problem. Standardi se mogu naučiti unutar medija od iskusnih urednika koji uživaju poštovanje. Što se diskusija duže održava u životu, obaveza je prisutnija i jača.

Nadzorom: Mnogi dnevni listovi postavljaju nezavisnog ombudsmana koji vrši kontrolu sadržaja, bilo na osnovu pritužbi čitalaca ili na samostalnu inicijativu. Ombudsmanov sud, baziran na etičkom kodeksu se javno objavljuje ili emituje. To održava u životu svijest o postojanju etikog kodeksa i stvara institucionalnu kulturu u kojoj novinari prihvataju etičko ponašanje kao normu.

Štapom i šargarepom: Medijske institucije bi trebalo da redovno i javno nagrađuju korektno etičko ponašanje kao i da prekorijevaju prekršaje. Pohvala i kritika su efikasna sredstva za stvaranje kvalitetnog profesionalnog ponašanja.

### ***Šta ako se novinari ne slažu sa određenim pravilima kodeksa?***

Novinari se moraju pridržavati osnovnih standarda institucije za koju rade. Pridržavanjem radnog angažmana u nekom mediju, podrazumijeva se da novinar pristaje na poštovanje njegovog etičkog kodeksa, koji mu služi kao kompas koji sprječava devijacije od dogovorenih standarda dobrog novinarstva.

Neke medijske kuće od zaposlenih traže i da se u ugovoru o radu formalno obavežu na poštovanje kodeksa. Drugi više vole neobavezujući pristup, ali koji podrazumijeva čvrstu posvećenost etičnosti.

## 5. Usvajanje etičkog kodeksa: uloga vlade i društva

### *Koja bi trebala biti uloga vlade u pisanju i usvajanju kodeksa?*

Vlada ne treba da bude aktivan učesnik. Zaposleni u medijima su jedini odgovorni za pravljenje etičkog kodeksa. Svako miješanje zvaničnika ugrožava nezavisnost projekta.

### *Koja bi trebala biti uloga društva u formulisanju kodeksa?*

Savjetodavna. Pisci kodeksa treba da traže pravne savjete, da konsultuju ranije kodekse i domaću i međunarodnu literaturu. Oni treba da slušaju glasove javnosti i eksperata. Mišljenja drugih stručnjaka — zakonodavaca, pravnika, akademika — su takođe dobrodošla.

Mišljenja nevladinih organizacija, posebno onih koje predstavljaju interese koji su često predmet etičkih dilema u medijskom izvještavju, mogu biti od značaja i treba ih konsultovati. Mora se upamtiti, međutim, da ovi stručnjaci i organizacije imaju sopstvene specijalne interese i njihove sugestije treba posmatrati sa kritičke udaljenosti i sa velikom obazrivošću.

Prioritet treba dati mišljenju novinara koji bi trebalo da štite svoju uređivačku nezavisnost u sastavljanju etičkog kodeksa sopstvene profesije jednako ljubomorno kao što bi to radili u slučaju bilo koje druge publikacije.

## 6. Etičke kodekse treba redovno revidirati i promovisati

### *Zašto treba revidirati kodekse?*

Društva se stalno mijenjaju. To utiče na način prikupljanja vijesti, njihovu evaluaciju i diseminaciju. Nove dileme, istraživanja i razmišljanja utiču na način rada novinara. Na primjer, nedavno se pokazalo da način izvještavanja o samoubistvima može podstaknuti pojedince da imitiraju primjere štetnog ponašanja. Novinari imaju obavezu da ne ohrabruju takva imitatorska djela i u skladu s tim treba da revidiraju svoje etičke kodekse.

### *Kada treba dopuniti kodeks?*

Kad kodeks ne može da odgovori na dileme koje se javljaju u produkciji vijesti, onda to treba shvatiti kao znak upozorenja. A kada se novinari slože da etički kodeks ima mana, nedostataka ili prosto praznina, vrijeme je da se on revidira i da se u njega unesu izmjene i dopune.

### *Ko je odgovoran za reviziju kodeksa?*

Ako se radi o etičkom kodeksu novinarske organizacije — federacije, asocijacije ili unije, na primjer — to može biti komisija sastavljena od profesionalnih novinara koje organizacija imenuje. A ako je riječ o kodeksu nekog određenog medija, to može biti grupa iskusnih novinara koju odredi glavni urednik, koji i sam može biti uključen.

### *Kako učiniti da svi novinari budu svjesni postojanja kodeksa?*

Ukoliko je etički kodeks izdala neka novinarska organizacija, onda je dužnost te organizacije da informiše ciljne grupe stavljanjem obavještenja u publikacije i/ili na internet sajtove, organizovanjem diskusija, konferencija ili učešćem u radijskim i TV debatama.

Ukoliko je kodeks donijet u okviru nekog određenog medija, onda menadžment tog medija treba da informiše zaposlene o kodeksu u internoj komunikaciji i u diskusijama, starajući se da zaposleni imaju stalan pristup kodeksu i ohrabrujući ih da ga konsultuju kad god je to potrebno.

Etička pitanja treba pokriti i na univerzitetima kroz stručne kurseve.

### ***Treba li i javnost upoznati sa kodeksom?***

Javnost, koja obuhvata čitaoce, slušaoce, gledaoce i korisnike interneta, mora biti upoznata s činjenicom da medijske kuće imaju etičke kodekse i da ih primjenjuju. To je od vitalnog značaja za očuvanje kredibiliteta, povjerenja i dostupnosti medija javnosti.

I sami mediji treba da objave sadržaj etičkog kodeksa u svojim informativnim sadržajima. Oni takođe treba da su dostupni na internet stranicama medija. O slučajevima kršenja kodeksa kao i o posljedicama treba izvjestiti što je prije moguće. Izvještaji ombudsmana, ukoliko on postoji u mediju, treba da se pozivaju na kodeks kad god to situacija omogućava.





## Poglavlje 3

# Samoregulatorna tijela

Kako obezbijediti da se etički kodeks poštuje

*William Gore*

Usvajanje etičkog kodeksa je tek prvi korak ka uspostavljanju efikasne medijske samoregulacije. Neophodno je osnovati tijelo koje će nadzirati njegovu primjenu i sankcionisati one koji krše njegove odredbe.

Takva tijela mogu imati razne forme. Osnovni tipovi su ombudsmeni i samoregulatorni savjeti za štampu, koji su opisani u zasebnim poglavljima.

Ovo poglavlje poredi snagu samoregulatornih tijela u odnosu na sudske postupke; procjenjuje snagu moralnih sankcija; istražuje do koje mjere samoregulatorna tijela mogu adekvatno zastupati sve vrste medija; i bavi se različitim pitanjima kod rješavanja pritužbi kao što su: koliki je rok za podnošenje tužbe, kako informisati javnost o mogućnostima za podnošenje žalbe i kako podstaknuti inicijativu.

## 1. Pouzdana alternativa sudskim postupcima

### *U čemu je vrijednost samoregulatornog tijela?*

Samoregulatorna tijela određuju granice između legitimnih prava slobodne štampe i legitimnih prava ljudi koji privlače pažnju medija. Oni to najčešće čine tako što procjenjuju da li dogovoreni etički kodeks pruža osnovu za žalbu i da li su prekršene njegove odredbe. Ona time daju smjernice novinarima i javnosti o tome kakva je praksa prihvatljiva i kakvi se standardi očekuju od medijskih kuća. Rješavanjem prigovora na rad medija mogu se podići njihovi profesionalni standardi.

### *Zašto osnivati tijelo koje će se baviti pritužbama kad sudovi već pružaju tu uslugu?*

Iako sudovi moraju igrati svoju ulogu u primjeni zakona, u demokratskom uređenju mediji treba da budu oslobođeni pretjeranog političkog i sudskog uplitanja. Bolje rješenje je da mediji pristanu da se sami regulišu ili da delegiraju regulaciju nekom nezavisnom tijelu. Čitaoci imaju više povjerenja u novine koje su spremne da preuzmu odgovornost za svoja djela.

Tu su takođe i praktične prednosti. Troškovi tužbe, na primjer, bi trebalo da budu niži kad advokati nijesu uključeni u proces njenog rješavanja; vrijeme za rješavanje pritužbi bi trebalo biti kraće; promjene regulative bi trebale biti brže; a u samom procesu rješavanja spora ima manje konfrontacije nego kada se stvari rješavaju u sudnici.

### *Mogu li se tužbe istovremeno podnijeti i sudu i samoregulatornom tijelu?*

Nije poželjno. Samoregulatorna tijela najbolje funkcionišu kada se sukobljene strane pomire u procesu medijacije i kada se problem riješi objavljivanjem ispravke, izvinjenja i sl.

Ovo je teže postići ako se istovremeno odvija i sudski proces. Medijske kuće mogu biti manje spremne na saradnju sa samoregulatornim tijelom ako se boje da bi pokušaj prijateljskog rješavanja spora mogao biti iskorišten protiv njih na sudu.

## 2. Moralno obeštećenje ima veliku snagu

### *Koje vrste sankcija samoregulatorno tijelo treba da primjenjuje?*

Glavna sankcija je "kritička osuda" koju je medij prekršitelj, budući da se dobrovoljno pridružio sistemu, obavezan da objavi. To primorava urednike da priznaju svojim zaposlenima, kolegama i čitaocima da su donijeli pogrešnu procjenu i da se nijesu pridržavali standarda koje su pristali da poštuju.

### *Jesu li moralne sankcije učinkovite?*

Iskustvo Komisije za žalbe na rad medija Velike Britanije pokazuje da se velika većina pritužbi riješi na prijateljski način. To je zato što urednici izbjegavaju da se iznese pritužba na njihov rad kad god je to moguće – a to govori koliko je djelotvoran strah od kritičke osude. Snagu moralne sankcije ne treba potcjenjivati.

### *Zar za medije ne bi bila djelotvornija novčana kazna?*

Dobrovoljna regulacija je najefikasnija kada sankcije ne uključuju finansijske kazne.

Svaki sistem koji podrazumijeva novčane kazne postaje bliži sudstvu i nosi veću dozu konfrontacije, jer uključuje advokate koje se prepiru oko iznosa kazne koja će biti izrečena. To je u suprotnosti sa svim onim što samoregulatorna tijela čini praktičnim i korisnim.

Postoje argumenti koji dokazuju da novčane kazne nijesu efikasna sankcija za novinske listove, jer prihod ostvaren rastom prodaje do kojeg je dovela sporna priča može nadvisiti buduću kaznu. Takođe, efekat kazne veoma varira i nije pravičan, jer isti iznos neće jednako djelovati na imućnije medije i one koji to nijesu.

U svakom slučaju, samoregulatorno tijelo bi imalo velikih poteškoća ako bi željelo da uvede novčane kazne ili nadoknade, osim ako se to ne temelji na zakonskim osnovama – a to bi, naravno, bilo u suprotnosti sa konceptom samoregulacije.

***Treba li samoregulatornim tijelima dati ovlaštenje da dodjeljuju nadoknadu oštećenju strani?***

Novčana nadoknada se obično ne dodjeljuje uspješnim tužiteljima iz istog razloga iz kojeg se generalno ne izriču novčane kazne prekršiocima.

***Treba li samoregulatornim tijelima dati moć da suspenduju novinare ili novinske listove?***

Tu postoje ozbiljni potencijalni problemi. Kao prvo, sprečavanje protoka informacija od medija do čitalaca/slušalaca/gledalaca u suprotnosti je sa opštim principom slobode štampe. Suspendovanjem publikacije kažnjava se javnost jednako kao i glasilo. Kao drugo, kažnjavanje novinara može djelovati nepravično u sistemu u kojem urednici nose odgovornost za ono što se objavi.

***Treba li pravo na odgovor garantovati zakonom?***

To je nepotrebno i nepraktično. Nije prikladno da sudije određuju kada će se to pravo praktikovati. Mnogo je bolje da takve odluke donosi samoregulatorno tijelo.

***Treba li samoregulatorno tijelo da obezbjeđuje automatsko pravo odgovora?*** Komisija za žalbe na rad medija Velike Britanije smatra da pojedinci ne treba da imaju automatsko pravo odgovora na tvrdnje koje su o njima iznijete. Radije, oni kažu da se prilika za odgovor na neistine daje "kada za tim postoji razumna potreba". Neka druga samoregulatorna tijela smatraju da bi priliku za odgovor na kritiku trebalo dati kad god su u spornom sadržaju imenovani neki pojedinac ili organizacija. Međutim, postoji opasnost da bi ovo moglo ugušiti slobodu medija da istražuju i da budu kritični, što "pravo na odgovor" čini osjetljivim pitanjem.

### Kako Komisija za žalbe na rad medija Velike Britanije tretira pravo odgovora

Odredba 1 (Tačnost) Kodeks novinarske prakse Komisije kaže da “novine moraju voditi računa da ne objavljuju netačne, obmanjujuće ili iskrivljene informacije”, a nakon toga dodaje da “kada se uoči krupna netačnost, obmanjujuća izjava ili bilo kakvo izvrtanje činjenica, mora se odmah obaviti ispravka i to na vidnom mjestu...”

Odredba 2 (Prilika za odgovor) kodeksa kaže: “Fer prilika za odgovor na netačne informacije mora biti data kada za tim postoji razumna potreba.”

Na Komisiji je da odluči kada je zahtjev za dobijanje takve prilike “razuman”.

### *Treba li tužiteljima dati mogućnost da se žele na odluke samoregulatornog tijela?*

Trebalo bi da postoji neki mehanizam koji će omogućiti tužiteljima da nanovo ulože žalbu u slučaju da se pojave novi dokazi ili oni koji bacaju novo svjetlo na slučaj. Žalba se može dozvoliti i po osnovu toga što se tijelo nije dosljedno pridržavalo sopstvene procedure. U Velikoj Britaniji, moguće je položiti tvrdnju ombudsmanu, (Charter Commissioner), da je žalbena komisija loše postupala po pritužbi. Ombudsmana imenuje Komisija, ali on djeluje nezavisno od nje. On se bavi samo preceduralnim pitanjima, ne i sadržajem tužbe.

U Velikoj Britaniji, odluke “javnih organa” moguće je osporiti na sudovima korištenjem procedure zvane “sudska revizija”. Nikada nije formalno ustanovljeno da li je britanska Komisija za žalbe na rad medija “javni organ”, ali sama Komisija nije osporila mogućnost da njene odluke, u teoriji, budu premet takve revizije. Za 15 godina njenog rada samo su tri slučaja revidirana na sudu. U sva tri slučaja, sud je zaključio da je Komisija bila pozvana da odlučuje o tome da li je kodeks novinarske prakse bio prekršen i potvrdio da je Komisija valjano ispoštovala proceduru. U skladu s tim, sudije nijesu revidirale sadržaj odluka Komisije.

Da li slične procedure postoje i u drugim zemljama zavisi od statusa samoregulatornog tijela i prirode pravnog uređenja same zemlje.

### 3. Vremenska ograničenja kod pritužbi su neophodna

#### *Treba li da postoje ograničenja kod pritužbi?*

Većina samoregulatornih tijela postavlja rok do kojeg se pritužbe moraju dostaviti. Taj rok varira od jednog do šest ili više mjeseci od objavljivanja ili od završetka korisne prepiske između tužitelja i urednika (pod uslovom da su pritužbe date brzo nakon objavljivanja).

#### *Zašto se postavljaju vremenska ograničenja?*

Prigovore je najbolje ispitati dok su okolnosti svježije u sjećanju svih uključenih strana i dok je predmet članka ili emisije još relevantan. Manje je vjerovatno da će dokazi – kao što su npr. bilješke reportera – biti dostupni ako se odnose na nešto što se dogodilo mnogo ranije nego što je pritužba podnijeta. Štaviše, rješenja samoregulatornog tijela – izvinjenja, ispravke ili kritične osude, na primjer – imaju više smisla kada se pojave u kratkom roku.

#### *Da li vremenska ograničenja važe i za članke preuzete sa interneta?*

Neka samoregulatorna tijela tretiraju članke preuzete sa interneta kao da su svježije objavljeni. Zato se na materijal koji je dostupan na sajtu medija može žaliti čak i ako informacija prvobitno nije objavljena u odgovarajućem vremenskom limitu.

## 4. Svi mediji se mogu regulisati uz pomoć samoregulatornih tijela

### *Za koje vrste medija je samoregulacija dobra?*

Samoregulatorna tijela mogu služiti za nadzor svih vrsta medija. Ipak, najpodesnije bi bilo da se ona bave isključivo uređivačkim pitanjima, i da se ne miješaju u tehničke probleme koji su specifični za elektronske medije. Elektronski mediji mogu zahtjevati poseban vid regulacije jer imaju širu licencu od štampanih. Doduše, proces licenciranja zahtjeva posebnu kontrolu.

### *Kakav izazov nosi internet za medijsku samoregulaciju?*

Regulacija interneta može biti posebno teška jer je svijet interneta uistinu globalan. S obzirom da se veb sajtovi mogu nalaziti u zemljama koje su daleko od ciljne publike, javljaju se problemi oko toga koja regulatorna organizacija je nadležna da primjenjuje kontrolni kodeks.

Zato se regulacija interneta najbolje postiže kroz regulaciju pojedinačnih oblasti. Na primjer, samoregulatorna tijela koja su u prošlosti nadzirala štampane medije sada takođe mogu regulisati veb sajtove novina i magazina – čak i ako se onlajn verzije razlikuju od “tvrdih” izdanja. Takvi sajtovi mogu sadržati audio-vizuelne materijale kojima se samoregulatorno tijelo tradicionalno nije bavilo i mora odlučiti hoće li primati pritužbe o tim materijalima kao što bi to radila i da se radi o članku ili fotografiji objavljenima u dnevnom listu ili magazinu.

Samoregulatorni mehanizmi mogu biti itekako kadri da se nose sa ubrzanim tehnološkim napretkom jer su po svojoj prirodi obično fleksibilniji od zakonskih mehanizama.

### *Mogu li samoregulatorna tijela nadzirati internet sadržaje koje postavljaju korisnici?*

Materijal korisnika nije specifičan samo za internet stranice medija. On se može naći i u novinama i u tradicionalnom radijskom i televizijskom programu. U svakom slučaju, samoregulatorna tijela se mogu baviti i ovim materijalima. Ključno je osigurati da se svaki slučaj tretira kao zaseban

i jedinstven i da se posebna pažnja obrati na stepen uredničke kontrole materijala. Video snimak korisnika koji se postavi na sajt neke novine, na primjer, mora imati odobrenje urednika da bi se objavio. Za razliku od toga, komentar čitaoca koji se automatski postavlja u prostor za komentare ne mora proći kroz takav proces. Zato, različite vrste materijala podložne su različitim nivoima regulacije. Pa ipak, i ako ne postoji urednička kontrola na materijalima, to ne znači da ne treba da postoji urednička odgovornost.



## 5. Glavni izazov: osigurati da javnost zna da može da se žali

### *Treba li javnost da zna da ima pravo da se žali?*

To je presudno. Nijedno samoregulatorno tijelo ne može biti djelotvorno ako ljudi nijesu svjesni da imaju pravo da se žale na ono što pročitaju u novinama, vide na televiziji ili čuju na radiju.

U nekim zemljama, nivo svijesti među čitaocima/gledaocima je veoma visok. To je naročito slučaj u zemljama poput Norveške i Švedske gdje savjeti za štampu i žalbene komisije imaju dugu istoriju. Međutim, u nekim drugim zemljama potrebno je uraditi još mnogo da bi javnost naučila kako da iznese svoje zamjerke na rad medija. Samoregulatorna tijela sa većim resursima – poput britanske Komisije za žalbe na rad medija – su, naravno, u prilici da obezbijede veći nivo svijesti kod auditorijuma od tijela sa manjim budžetom i manjim brojem zaposlenih.

### *Kako se može podići nivo informisanosti auditorijuma o mogućnostima za podnošenje prigovora?*

Najbolji način je da mediji sami objave informacije u kojima će čitaocima reći kako da podnesu prigovor. Nekim medijima ovo može djelovati kao anatema – koji to list ili elektronsko glasilo želi da privuče žalbe? Međutim, već je istaknuto koliko je važno da mediji budu odgovorni, a ovo je samo dio obaveza koje ih čekaju na tom putu.

Tu su i druge mjere. Reklamne kampanje su efikasne, ali i skupe. Organizovanje dana otvorenih vrata, kada se javnost poziva da upozna članove regulatornog tijela može privući veliku pažnju, ali isto tako zahtjeva značajne resurse. Najdirektniji metod je možda da se šalju redovne – i, nadajmo se, u informativnom smislu vrijedne – informacije o aktivnostima samoregulatorne organizacije na adrese što više interesnih strana. Medijsko pokriće ovih aktivnosti učiniće više na podizanju svijesti od bilo čega.

***Može li samoregulatorno tijelo djelovati proaktivno i inicirati istragu čak i ako pritužba nije podnijeta?***

Mnoga samoregulatorna tijela imaju mogućnost da sama daju prigovor na neki medijski sadržaj, ali učestalost takvih prigovora znatno varira od organizacije do organizacije.

Može biti opasno pokretati istragu ako sami akteri članka ili priloga nijesu uložili pritužbu. Ljudi imaju apsolutno pravo da ne pokreću tužbu, iz bilo kojeg razloga. Samoregulatorna tijela zato dolaze u opasnost da pokretanjem istrage bez pristanka oštećene strane naruše njegovu/njenu privatnost koju garantuje legislativa o ljudskim pravima.

Pored toga, često je nemoguće da bilo ko izuzev onih na koje se informacija odnosi zna kako je nastao naizgled uvredljiv članak ili prilog; to se moglo desiti i uz punu saradnju sa naizgled oštećenom stranom. Samoregulatorno tijelo koje se bavi medijacijom ne može znati šta bi za tu konkretnu osobu bilo odgovarajuće rješenje ako ona sama na podnese tužbu. A za one od kojih se očekuje presuda bilo bi teško da steknu kompletnu sliku situacije bez gledišta jednog od centralnih aktera.

## Poglavlje 4

# Savjet za štampu

## Arhetip samoregulatornog tijela

*Ognian Zlatev*

“Savjet za štampu” je najčešći oblik samoregulatornog tijela. Ovi savjeti, sastavljeni uglavnom od medijskih stručnjaka, nezavisni su od političke moći. Njihov glavni zadatak je da kroz proceduru zajedničkog odlučivanja rješavaju pritužbe na rad medija. Na taj način, oni javnosti daju garanciju kvaliteta informacija koje dobijaju putem medija, pokazuju da su medijski stručnjaci odgovorni i dokazuju da proširena državna regulacija medija nije potrebna.

Svaki medijski savjet je jedinstven, što je rezultat specifične istorije zemlje i njenog medijskog okruženja. Izazov ovog poglavlja je da prenebregne nacionalne osobenosti i pruži informacije zaposlenima u medijskom sektoru koji pokušavaju da stvore takvo tijelo, upravljaju njime ili ga transformišu.

# 1. Osnovne funkcije savjeta za štampu

## *Kakva je korist od postojanja savjeta za štampu?*

Medijski savjet suštinski doprinosi izgradnji povjerenja u medije i njihovom kredibilitetu, povećanju standarda kvaliteta medijskih kuća, spriječavanju miješanja države i organa vlasti u rad medija, smanjenju broja sudskih postupaka koji se vode protiv novinara.

## *Koje su osnovne dužnosti savjeta za štampu?*

Osnovne dužnosti savjeta za štampu su:

- Da prima pritužbe;
- Da provjeri da li one spadaju u domen etičkog kodeksa;
- Da ih ispita temeljno i iz svih uglova;
- Da služi kao medijator između podnosioca prigovora i medija;
- Da odlučuje po pritužbama u skladu sa pravilima i propisima na pravičan način;
- Da javno prozove medij zbog kršenja etičkih smjernica;
- Da obezbijedi transparentnost i javnost svih donijetih odluka;
- Da analizira i komentariše medijske trendove i pruža smjernice po pitanju zahtjeva kodeksa;
- Da sugerije izmjene etičkog kodeksa (ako je za to ovlašten);
- Da uspostavlja profesionalne novinarske standarde;
- Da brani slobodu štampe.

## *Koje su prednosti medijskog savjeta u odnosu na druge mehanizme samoregulacije?*

Medijski savjeti, kao kolektivna tijela, uživaju najvišu moguću reprezentativnost i samim tim i širi kredibilitet. Oni predstavljaju najinteraktivniji oblik samoregulacije jer omogućavaju da se određeni problem sagleda iz više uglova.

***Šta je neophodno za funkcionisanje medijskog savjeta?***

Mora obuhvatati predstavnike svih interesnih strana — novinare, urednike, vlasnike medija i predstavnike javnosti. Svi oni moraju biti prihvaćeni od strane javnosti i posvećeni gradnji povjerenja u koncept samoregulacije. Savjet mora imati utvrđen pravilnik o radu.

## 2. Medijski savjeti na području OEBS-a

Januar 2008 (sačinjeno na osnovu trenutno dostupnih podataka)

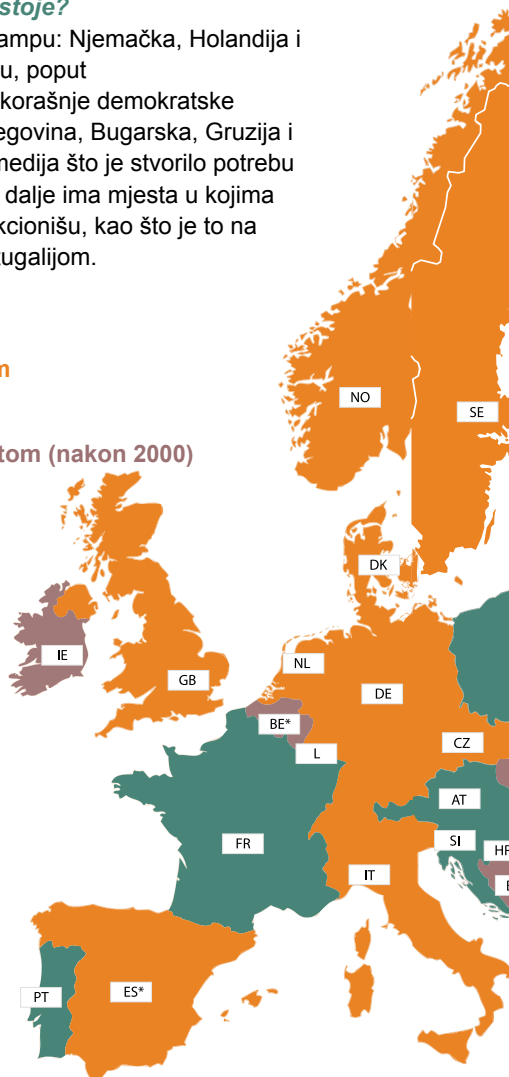
### U kojim zemljama savjeti za štampu već postoje?

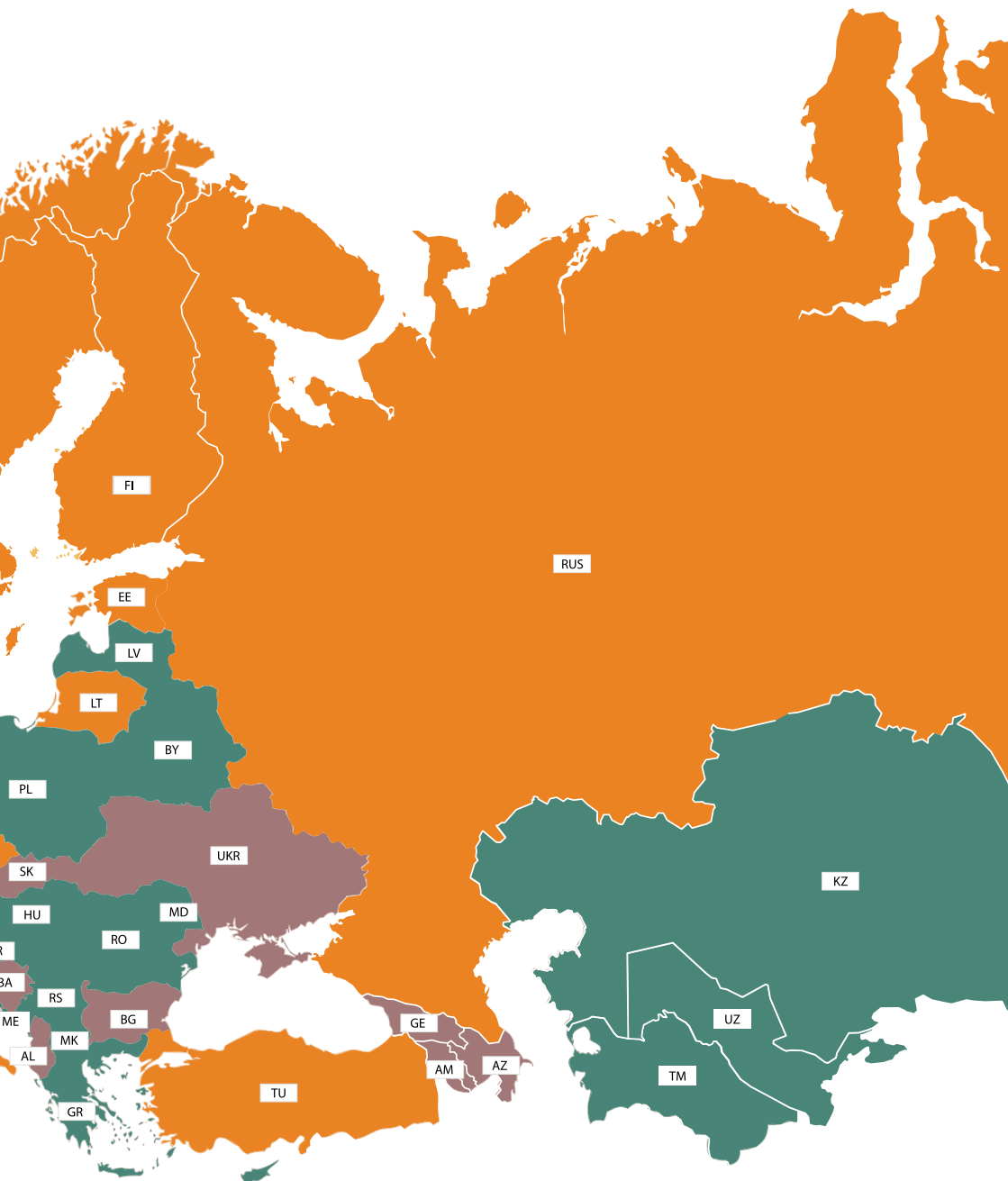
Neke zemlje su odavno osnovale savjete za štampu: Njemačka, Holandija i skandinavske zemlje, na primjer. Neke druge su, poput Belgije, tek nedavno uspostavile slična tijela. Skorašnje demokratske promjene u zemljama kao što su Bosna i Hercegovina, Bugarska, Gruzija i Jermenija dovele su do eksplozije nezavisnih medija što je stvorilo potrebu za medijskom samoregulacijom. I pored toga, i dalje ima mjesta u kojima medijski savjeti ne postoje ili su prestali da funkcionišu, kao što je to na primjer slučaj sa Austrijom, Francuskom ili Portugalijom.

### Zemlje sa ustanovljenim medijskim savjetom

### Zemlje sa novoosnovanim medijskim savjetom (nakon 2000)

### Zemlje bez medijskog savjeta





### ***Zašto neke zemlje nemaju savjet za štampu?***

Glavni razlozi za nepostojanje savjeta za štampu su:

- Politički: u zemljama gdje, na primjer, vlade teže da cenzurišu medije;
- Ekonomski: u zemljama gdje mediji služe isključivo za pravljenje novca ili za podršku interesima poslovnih i političkih elita, ili gdje je medijsko tržište suviše malo;
- Pravni: u zemljama gdje se pitanjima etičnosti i tačnosti bave zakoni o štampanim i elektronskim medijima;
- Kulturni: u zemljama u kojima se zaposleni u medijima protive samoregulaciji.

### ***Zašto bi se medijski profesionalci protivili postojanju medijskog savjeta?***

Samoregulacija je bila spor i neizvjestan proces čak i u konsolidovanim demokratijama jer neki novinari vjeruju da to ugrožava slobodu medija. O novinarskim standardima se vodi snažna debata širom svijeta. Neki teoretičari smatraju da se objektivnost postiže kroz pravičnost, interni pluralizam i neutralnost u izvještavanju o političkim i moralnim pitanjima.

Drugi, pak, na dostizanje objektivnog novinarstva gledaju kao na “nemoguću misiju” i stoga odbacuju ideju o postojanju savjeta za štampu.

### ***Gdje se mogu naći informacije o postojećim medijskim savjetima?***

Dva internet sajta pružaju dosta informacija:

- [www.media-accountability.org](http://www.media-accountability.org)
- [www.wanewscouncil.org](http://www.wanewscouncil.org)

Predstavnici postojećih medijskih savjeta mogu se kontaktirati putem njihovih internet sajtova ili prisustvom godišnjim sastancima Alijanse nezavisnih savjeta za štampu Evrope (AIPCE).



### 3. Šta se trebate zapitati prije osnivanja savjeta za štampu

#### *Postoji li jedan “univerzalni” model savjeta za štampu?*

Moguće je, analizom postojećih savjeta, konstruisati jedinstven model generalnog okvira i strukture savjeta koji bi se bavio “tradicionalnim” medijima (štampa, radio i televizija), ali kad se krene dalje od toga svaki medijski savjet mora uzeti u obzir specifičnosti zemlje kao što su zakonodavstvo, kultura, medijska tradicija i demokratska zrelost.

#### *Može li savjet za štampu da pokriva sve vrsta medija?*

Teoretski, da. U stvarnosti, to zavisi od specifičnih karakteristika svake zemlje i od razvijenosti medijske scene.

Većina savjeta za štampu u svijetu osnovana je prvenstveno da bi se bavila samoregulacijom štampanih medija, jer je oblast elektronskih medija često zakonski uređena raznim zakonima, direktivama i drugim propisima. Pa ipak, skorašnja dešavanja u zemljama u kojima su štampani mediji znatno investirali u elektronske forme dovela su do uvođenja propisa koji regulišu uzajamno vlasništvo preduzeća koja izdaju štampu i radio-difuznih preduzeća.

#### *Da li osnivanje savjeta za štampu zahtjeva nove zakone i propise?*

Ne. U većini zemalja, savjet za štampu je osnovan i njegovi članovi izabrani iz redova glavnih interesnih strana bez obzira na specifične zakone i propise. Postoje i neki rijetki primjeri zakonski utemeljenih savjeta za štampu, kao što je to slučaj u Danskoj, gdje je vlada osnovala Danski savjet za štampu nakon što je 1992. samoregulatorno tijelo doživjelo kolaps zbog nesuglasica između novinara i vlasnika medija i nedostatka podrške od većine medijskih kuća.

#### *Koji su rizici kod zakonom propisanih savjeta za štampu?*

Nezavisnost takvih savjeta za štampu je sumnjiva. To je posebno rizik u zemljama u tranziciji gdje su demokratski procesi još uvijek krhki. U njima

još može postojati politički uticaj na medije i visok nivo samocenzure kod zaposlenih u medijima jer se tu još mogu naći ostaci nekadašnjih oblika političkog ponašanja. Zato treba izbjegavati zakonom propisane savjete za štampu.

***Da li osnivanje savjeta za štampu zahtjeva usvajanje novog etičkog kodeksa?***

Nije neophodno. Većina etičkih kodeksa ugrađuje savjet za štampu kao mehanizam za njihovu implementaciju. Ukoliko kodeks ne predviđa osnivanje savjeta za štampu, onda ga treba dopuniti.

U nekim zemljama, usvajanje novog kodeksa bio je prvi korak ka stvaranju savjeta za štampu, čime je postignut konsenzus prije njegovog osnivanja.

## 4. Struktura i način funkcionisanja savjeta za štampu

### *Kako odabrati najpogodniju strukturu za lokalne uslove?*

Ne postoji univerzalno rješenje. To, između ostalog, zavisi od demokratske tradicije, kulture, medijske razvijenosti, stepena medijske slobode, geografskih karakteristika, administracije i lokalne uprave svake zemlje. Na pojedinim mjestima tu takođe mogu imati ulogu i jezičke razlike.

Ako je zemlja velika i ima više administrativnih oblasti, relativno autonomnu lokalnu upravu i značajne tržišne razlike unutar regija iste zemlje, rješenje mogu biti regionalna tijela. Međutim, ona bi služila samo regionalnim medijima, a pri tom se ne može eliminisati postojanje nacionalnog tijela. Regionalnim savjetima za štampu je teže očuvati nezavisnost iz subjektivnih i finansijskih razloga. Što je region manji, veća je mogućnost konflikta interesa.

U većini slučajeva, pravilo je da što je savjet za štampu centralizovaniji, nezavisniji, snažniji i ugledniji, to je bolje. Ne treba osnivati regionalne savjete za štampu bez detaljne analize efekata samoregulacije na medije.

### **Stvaranje bugarskog savjeta za štampu**

Debata o medijskoj samoregulaciji u Bugarskoj dobila je na zamahu sa naglim rastom broja nezavisnih medija početkom 90-ih godina prošlog vijeka. Kao i u većini novih demokratija, diskusija je u početku ostajala u okviru malog kruga akademika, teoretičara i medijskih organizacija, među kojima je bio i Sindikat novinara.

U periodu između 1990. i 2002, nastalo je ni manje ni više nego sedam verzija etičkog kodeksa namijenjenog bugarskim medijima, ali nije stvoren niti jedan mehanizam koji bi ih sproveo u praksu.

Tek nakon aktivnog uključivanja vlasnika medija, preduzeti su praktični koraci i postignuti su neki opipljivi rezultati. Međunarodna pomoć, u vidu projekta finansiranog od strane EU/PHARE-a, bila je od koristi, ali su stvarni posao, strategija, diskusija i ideje došli od svih strana uključenih na lokalnom nivou.

Etički kodeks bugarskih medija potpisan je 25. novembra 2004. Potpisali su ga pred stavnici većine bugarskih medija, a potpisivanju su prisustvovali predsjednik republike, premijer i predsjednik skupštine. Bilo je potrebno još osam mjeseci da se osnuje tijelo koje će implementirati ovaj kodeks – Nacionalni savjet za novinarsku etiku ([www.mediaethics-bg.org](http://www.mediaethics-bg.org)) — koji je sada u potpunosti funkcionalan.

### ***Kako se određuju i usvajaju pravila savjeta za štampu?***

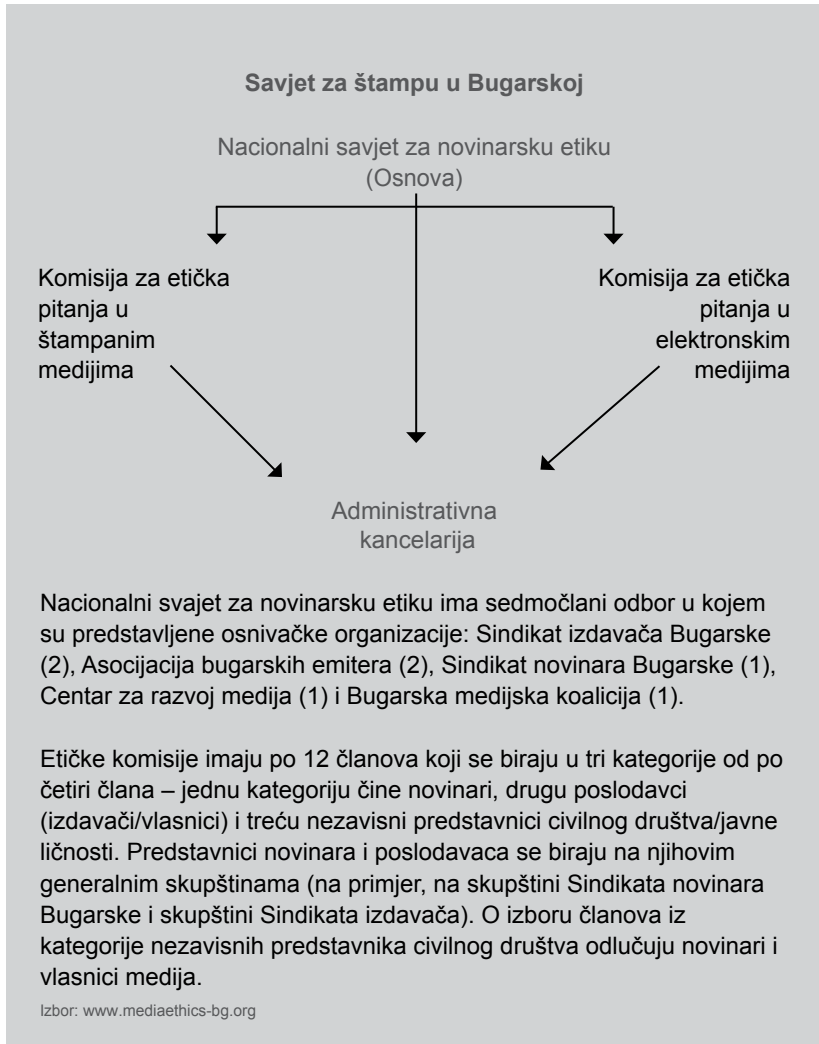
U principu, pravila se razmatraju i usvajaju nakon diskusija organizovanih među svim zainteresovanim stranama (novinarima, urednicima, vlasnicima medija, medijskim konzumentima i javnošću). Mnogo toga zavisi od zakonskog okvira zemlje. Ponegdje, kao na primjer u Velikoj Britaniji, pravila je razvila sama medijska industrija. Zemlje u tranziciji ili u početnim fazama razvoja medijske samoregulacije obraćaju se za pomoć međunarodnoj zajednici.

### ***Kako je savjet za štampu najčešće struktuiran?***

Obično postoji osnovna struktura koju čine članovi upravnog odbora koji su odgovorni za vođenje organizacije i upravljanje finansijama. Pod nadzorom ove strukture, osniva se jedna ili više komisija za prijem i procesuiranje pritužbi na rad medija. Ove komisije su takođe sačinjene od članova upravnog odbora, koji ne moraju biti isti oni koji čine osnovnu strukturu.

### **Da li je struktura ista i kad se savjet bavi i štampanim i elektronskim medijima?**

Glavni zadatak savjeta za štampu jeste rješavanje pritužbi zbog kršenja etičkog kodeksa. U većini slučajeva, savjet za štampu ima identičnu strukturu i kada pokriva različite vrste medija iz prostog razloga što je većina pritužbi na štampane i elektronske medija slična.



## 5. Upravni odbor i članovi savjeta za štampu

### *Ko bi trebalo da budu članovi savjeta za štampu?*

Savjet treba da čine pretežno novinari, vlasnici medija i izdavači. Članstvo se obično stiče kroz profesionalna udruženja.

### *Treba li da budu uključeni svi mediji?*

Ukoliko veliki broj medijskih kuća odbije da se povinuje etičkom kodeksu i savjetu za štampu, to će blokirati cjelokupni koncept samoregulacije i državi dati izgovor da se umiješa. Time se narušava imidž medija kao modernog biznisa koji primjenjuje visoke profesionalne standarde. Dugoročno, to može negativno uticati na kredibilitet medija i kvalitet informacija koje pružaju.

### *Da li izdavači treba da budu članovi savjeta za štampu?*

Izdavači su neizostavni akteri samoregulacije medija iako nemaju uređivačku ulogu. Kroz finansiranje i izdavačku djelatnost oni imaju indirektnu ulogu u definisanju standarda. Njihovo odsustvo bi moglo demotivisati novinare i umanjiti njihovo poštovanje standarda. Potrebu da izdavači budu članovi savjeta za štampu treba promovisati kroz zajedničku društvenu odgovornost medija kao industrije.

Savjeti za štampu su u nekim zemljama osnivani bez podrške izdavača ili vlasnika medija, kao što je slučaj sa Švajcarskom. Međutim, iskustvo pokazuje da savjeti za štampu sa aktivnim učešćem izdavača i vlasnika medija uživaju veće poštovanje kako struke tako i javnosti.

### *Treba li uključiti i “žutu štampu” koja obično zanemaruje etički kodeks?*

Ukoliko su mediji te vrste potpisali etički kodeks, oni treba da budu jednako uključeni u proces, uz poštovanje svih pripadajućih obaveza i odgovornosti. Ako pak nijesu potpisnici kodeksa, oni ne bi trebalo da budu prijetnja savjetu za štampu. Većina savjeta za štampu ne pravi razliku između tradicionalnih

medija i “žute” štampe, već između profesionalnih i neprofesionalnih medija.

### Članovi savjeta za štampu u Holandiji

Holandski Savjet za štampu ([www.rvdj.nl](http://www.rvdj.nl)) osnovala je fondacija pod nazivom Stichting Raad voor de Journalistiek i ona brine za njegovo funkcionisanje. U njemu učestvuju sve važne medijske organizacije:

- Holandski sindikat novinara (Nederlandse Vereniging van Journalisten);
- Holandsko društvo glavnih urednika (Nederlands Genootschap van Hoofredacteurs);
- Holanska nacionalna informativna agencija (Algemeen Nederlands Persbureau);
- Nekoliko organizacija štampanih medija;
- Organizacije javnih i komercijalnih emitera;
- Internet organizacija Planet Internet.

### *Ko treba da budu članovi upravnog odbora?*

Postoje različiti primjeri u praksi. U većini slučajeva, savjet za štampu uključuje predstavnike glavnih profesionalnih grupa i istaknute predstavnike javnog života. Državni službenici mogu biti zastupljeni, što zavisi od zemlje i ličnih karakteristika zvaničnika, ali njihovo učešće treba da bude ograničeno i definisano u dogovoru sa svim ostalim zainteresovanim stranama.

Predstavnici javnosti igraju važnu ulogu u 80 odsto savjeta za štampu. To pruža značajne prednosti jer savjetu daje veći kredibilitet i osigurava njegovu transparentnost i odgovornost u radu. Na taj način on predstavlja nezavisne i nepristrasne stavove i služi kao glas medijskih konzumenata, naročito u zemljama u kojima oni nemaju svoje udruženje.

### *Kako se biraju članovi upravnog odbora?*

Članovi upravnog odbora se biraju u demokratskoj proceduri. Obično ih nominuju i izglasavaju stručnjaci i medijske kuće koje su potpisale etički kodeks i prihvatile osnivanje savjeta za štampu. Još jedna mogućnost, za

koju se na primjer odlučila Velika Britanija, je da članove nominuje nezavisni odbor za nominacije.

### ***Koje su dužnosti članova upravnog odbora?***

Postoje različite prakse, ali u prvom redu članovi odbora se staraju da savjet za štampu ostane vjeran svojoj misiji i da radi u skladu sa svojim osnovnim principima. Oni takođe moraju odobriti pravila i procedure za postupanje po pritužbama. Ponekad oni daju savjete za rješavanje komplikovanijih slučajeva.

Oni generalno doprinose podizanju svijesti i promociji koncepta samoregulacije.

### ***Rade li članovi odbora puno radno vrijeme?***

Ne, oni svoju dužnost obavljaju u slobodno vrijeme. Učestalost održavanja sastanaka odbora varira u zavisnosti od pojedinačnih poslovnika o radu. Bugarski odbor, čija je nadležnost da se bavi strateškim pitanjima, sastaje se u prosjeku tri puta godišnje.

### ***Da li savjet za štampu treba da ima administrativno osoblje koje bi bilo stalno zaposleno?***

Time se postiže da proces evaluacije pritužbi glatko funkcioniše – oni bi se bavili dnevnim pitanjima, bili zaduženi za predselekciju prigovora, sakupljanje dodatnih informacija, pripremu sastanaka upravnog odbora, ugovaranje angažmana spoljnih eksperata kad je to neophodno i brinuli za publicitet odluka i rješениh prigovora savjeta za štampu.



## 6. Članovi odgovorni za postupanje po pritužbama

### *Koliko članova treba da radi na rješavanju žalbi?*

To zavisi od toga koliko je medija obuhvaćeno samoregulacijom, kao i od nacionalnih prilika. Njihov broj bi trebalo da bude dovoljno veliki da bi se mogla čuti različita mišljenja, jer to pomaže očuvanju objektivnosti savjeta i izgradnji povjerenja u ideju o samoregulaciji, ali opet ne toliko veliki da ne može da se postigne zajednički zaključak. Takođe, njihov broj bi trebalo da bude neparan da pri glasanju ne bi dolazilo do izjednačavanja u broju glasova. Optimalan broj je između 7 i 11 članova.

### *Moraju li ovi članovi imati pravosudnog iskustva?*

Svakako da ne. Etički kodeks nije zvanični pravni dokument i savjet ne donosi sudske odluke. Članovi treba da imaju lični i profesionalni moralni integritet prije nego bilo kakvo pravno znanje.

Za razliku od sudskih odluka koje pravdu vezuju sa kažnjavanjem, odluke savjeta za štampu su korektivne i svrha im je podupiranje novinarskih standarda i odbrana prava društva da prima objektivne informacije. Ove odluke ne sprječavaju podnosioca pritužbe da eventualno uloži i sudsku tužbu.

## 7. Finansiranje savjeta za štampu

### *Kako se finansira savjet za štampu?*

Najbolji način za finansiranje savjeta za štampu je onaj koji ne dovodi u pitanje njegovu nezavisnost. U idealnoj situaciji, trebalo bi da postoje različiti izvori finansiranja, gdje najveće učešće treba da ima medijska industrija, kao što je slučaj u Holandiji ili Švedskoj, ili da podjednako učešće u finansiranju imaju vlasnici i novinari, kako je to riješeno u Norveškoj. Međutim, u nekim zemljama kao što je Švajcarska, sredstva obezbjeđuju isključivo novinari. U zemljama u tranziciji ili u onima koje su na nižem stepenu razvoja samoregulacije najveću ulogu igraju međunarodni donatori.

### *Koja je uloga države u finansiranju savjeta za štampu?*

U nekim zemljama — Luksemburgu i Kipru na primjer — učešće države u finansiranju savjeta je prihvatljivo jer javni mediji takođe podliježu etičkom kodeksu. Takvo učešće treba kontrolisati snažnim mehanizmima koji će spriječiti miješanje države u rad savjeta za štampu.

### *Ako savjet za štampu većinski finansira medijska industrija, kako onda to tijelo može biti nepristrasno?*

Nepriistrasnost se postiže jasnim procedurama i transparentnim mehanizmima. Proces finansiranja i proces odlučivanja o pritužbama moraju biti odvojeni.

### *Koji su mogući modeli finansiranja?*

Finansiranje može biti bazirano na članarini ili se određivati po prirodi medija, uzimajući u obzir njihov tiraž ili poslovni uspjeh. Treba voditi transparentnu evidenciju dodatnih donacija i svi mediji koji su uključeni u samoregulatorno tijelo moraju imati osiguran pristup toj evidenciji. Godišnji izvještaji savjeta za štampu treba da sadrže finansijski izvještaj u kojem će biti prikazan sav finansijski doprinos svakog pojedinačnog medija.

Članovi komisija koje donose odluke, ili bar njihova većina, ne bi smjeli imati

veze sa medijima, a pravilnik savjeta treba jasno da istakne da odluke ni na koji način ne smiju imati veze sa finansiranjem ili donacijama koje daju mediji.

### ***Kako obezbijediti siguran izvor finansiranja savjeta za štampu?***

Prvo, godišnjim doprinosima svih medija koji su pristali da se povinuju etičkom kodeksu i da poštuju odluke savjeta za štampu. Finansijska sigurnost se može obezbijediti i ohrabrivanjem savjeta za štampu da počne da se bavi aktivnostima kao što su izdavanje godišnjih publikacija, osmišljavanje projekata i razvijanje baza podataka, kao i organizacijom kampanja za prikupljanje novca za određene svrhe. O izvorima finansiranja mora se voditi čista evidencija.

Primjer dobre prakse je bugarska promotivna kampanja “Izaberi bugarski proizvod”, u okviru koje je svaka medijska kuća pristala da donira određeni procenat prihoda savjetu za štampu.

### **Deset stvari koje treba uraditi prije osnivanja savjeta za štampu**

1. Okupiti sve medijske kuće
2. Dobiti saglasnost urednika
3. Dobiti saglasnost izdavača
4. Dobiti podršku vlade i javnosti
5. Napraviti nacrt zajedničkih etičkih pravila i složiti se oko njih
6. Identifikovati troškove i mogućnosti finansiranja
7. Razmotriti i utvrditi strukturu tijela (zaposleni, medijske članice)
8. Odlučiti o nadležnostima tijela (proaktivno, način odlučivanja o žalbama)
9. Podignuti nivo svijesti o etičkom kodeksu u medijima i kroz obuku novinara
10. Sarađivati sa drugim sličnim tijelima i razmijeniti iskustva

## 8. Uspostavljanje savjeta za štampu u novim demokratijama

### *Koji su glavni izazovi u stvaranju savjeta za štampu u novim demokratijama?*

Glavni izazovi su:

- Nedostatak tradicije i iskustva u samoregulaciji;
- Politički raskoli koji stvaraju podjele u okviru novinarske zajednice: posljedice toga su nedostatak dijaloga i solidarnosti među različitim frakcijama što onemogućava novinare da se ujedine u odbrani svojih zajedničkih interesa;
- Veličina medijskog tržišta i generalna nerazvijenost nacionalne ekonomije: u takvoj situaciji samo mali broj štampanih i elektronskih medija može da opstane, ostali moraju da se vežu za političke centre moći da bi dobili finansijsku podršku;
- Stalan politički pritisak na medije, naročito na javne medijske servise, kojim se želi postići da mediji ostanu lojalni vlastima i da izbjegavaju kritičko novinarstvo;
- Bliska saradnja i međusobna zavisnost političke elite i poslovnih grupacija koje imaju uloženi interes u medijskoj industriji, što novinare stavlja u položaj političke i ekonomske zavisnosti.

### *Je li moguće osnovati savjet za štampu u zemljama u kojima se političke snage protive samoregulaciji?*

To je tipičan problem u zemljama u tranziciji. Savjet za štampu je moguće osnovati uz aktivno učešće međunarodne zajednice. Da bi se osigurao uspjeh novoosnovanog samoregulatornog tijela, to pitanje treba uključiti u agendu međunarodnih političkih odnosa te zemlje.

### ***Kako savjet za štampu može da funkcioniše ako se većina medija nalazi pod nadzorom vlasti?***

U zemljama sa dugom demokratskom tradicijom, tip vlasništva nad medijskim preduzećima nema nikakvog uticaja na samoregulaciju medija. Međutim, u totalitaristički uređenim zemljama gdje je većina medija u državnom vlasništvu veoma je teško uspostaviti nezavistan i efikasan savjet za štampu. Pa ipak, takvi savjeti za štampu postoje čak i u nekim afričkim državama gdje je sloboda izražavanja još uvijek predmet međunarodne brige.

U različitim dijelovima svijeta mogu se naći zemlje u čijim vladajućim državnim strukturama postoje ministarstva informisanja i komunikacija koja imaju značajnu i ponekad prilično kontroverznu ulogu u medijskoj etici i samoregulaciji. U takvim zemljama, apsolutno je neophodno uticati na vlade i ubijediti ih u prednosti koje ima samostalna medijska regulacija.

### ***Kako novine mogu izbjeći pritisak oglašivača od čije dobre volje zavisi njihov opstanak?***

To se postiže stvaranjem organizacione strukture u kojoj su jasno podijeljene odgovornosti informativne redakcije i sektora za marketing. Pravilnik o radu treba da sadrži pravila za izbjegavanje konflikta interesa, u kojima će biti naznačeno da na rad novinara ne smiju uticati razlozi komercijalne prirode, uključujući i interese oglašivača. Medijske kuće treba da utvrde pravila o prihvatanju poklona od kompanija ili o plaćanju troškova za pripremu materijala, uključujući putovanja i besplatne uzorke.

Pritisak oglašivača se može izbjeći ohrabriranjem konkurencije u medijima, transparentnošću nad vlasništvom, nezavisnim mjerenjem povjerenja javnosti u medije i objavljivanjem godišnjih poslovnih i finansijskih izvještaja. Takođe treba ohrabriti diskusije između predstavnika oglašivača i marketinških agencija s jedne strane i asocijacija novinara/urednika s druge.

### ***Kako se mogu prevazići političke razlike između zaposlenih u medijima i stvoriti jedinstveno samoregulatorno tijelo?***

Savjeti za štampu su profesionalna, a ne politička tijela i zato prevagu treba da imaju profesionalni kvaliteti medijskih predstavnika. Potrebno je usvojiti zdrave procedure za izbjegavanje konflikta interesa da bi se osigurala

politička nepristrasnost. Te procedure bi mogle sadržati pravilo da članovi tijela koja su donosioci odluka u nekoj političkoj stranci ne mogu biti članovi upravnog odbora savjeta za štampu, a može se i zahtijevati od članova da potpišu izjavu o nepostojanju konflikta interesa.

### ***Šta se radi ako savjet ne prima dovoljno pritužbi?***

Prije svega, savjet za štampu treba da ispita zašto se ovo dešava.

Obično je razlog to što u javnosti ne postoji dovoljno informacija o savjetu i nema dovoljno publiceta. Takođe, može biti i da je procedura za podnošenje pritužbi previše komplikovana ili da nema dovoljno povjerenja u članove savjeta. Kada se utvrdi šta je pravi razlog, moguće je preduzeti odgovarajuće mjere.

Broj podnijetih pritužbi znatno varira od zemlje do zemlje. Prosječan broj pritužbi u Velikoj Britaniji je 3 500, od kojih se riješi svega 300, u Njemačkoj 400, a u Holandiji svega 80.

## Poglavlje 5

# Ombudsman

## Samoregulacija unutar pojedinačnih medija

*Véronique Maurus*

Za razliku od savjeta za štampu, većina ombudsmana radi samo za jednu određenu medijsku kuću. Oni posreduju između zaposlenih u medijskom sektoru i auditorijuma (čitalaca, gledalaca ili slušalaca), primaju njihove komentare i pritužbe i nastoje da riješe nesuglasice.

Ovo poglavlje govori o ulogama koje ombudsman može imati, pruža smjernice za uvođenje funkcije ombudsmana i razmatra izazove njegovog posla.

# 1. Nastanak i razvoj funkcije ombudsmana

## *Kako je počela samoregulacija u okviru medijske organizacije?*

Isprva, najčešći oblik bilo je odjeljenje za žalbe. U New York World-u 1913. godine, jedan od radnika zabilježio je pritužbe nezadovoljnih čitalaca i prenio ih urednicima. Ovaj model je 20-ih godina prošlog vijeka usvojio Detroit News iz Mičigena i, na jedan organizovaniji način, Asahi Shimbun u Tokiju, gdje je postojala komisija koja je ispitivala pritužbe i prenosila ih glavnom i odgovornom uredniku.

Termin "ombudsman" potiče iz švedskog jezika i znači "predstavnik", a usvojen je u mnogim drugim jezicima kao naziv za medijatora (važi za oba pola) koji se bavi žalbama građana. Prvi primjer u oblasti štampe veže se za dnevni list Courier-Journal iz Luizvila u Kentakiju koji je 1967. godine angažovao bivšeg šefa lokalne rubrike da se bavi odnosima između čitalaca i novinara. Korak dalje otišao je 1970. godine Washington Post, koji je zadužio zamjenika izvršnog urednika da sluša pritužbe čitalaca, sastavlja interne memorandume i piše rubriku u kojoj mu je dato da slobodno iznese svoja mišljenja o datom problemu. Postepeno se sistem popravljao i postajao sve interaktivniji kako su komentari, kritike, zapažanja i ispravke bivale obrađivane, prenošene i vraćane čitaocima.

Taj primjer je zaživio i na drugim mjestima u svijetu. Međutim, još i danas samo dva odsto dnevnih listova u Sjedinjenim Državama imaju ombudsmana, a u drugim zemljama još i rjeđe.



### Stvaranje ombudsmana u *Le Mondeu*

*Le Monde* je uvijek nastojao da održi blizak kontakt sa čitaocima. Šezdesetih godina prošlog vijeka, direktor je, uz zamjenikovu pomoć, lično odgovarao na pristigla pisma, objavljivao isječke iz pisama i starao se da sve ustanovljene greške budu ispravljene.

1994. godine, nakon ozbiljne krize povjerenja i gubitka čitateljstva, na čelo odjeljenja za pisma čitalaca postavljen je ombudsman koji je trebalo da obnovi dijalog između čitalaca i urednika. Cilj je postignut, uprkos činjenici da je nakon nekiliko godina odnos između menadžmenta i ombudsmana postao zategnut.

Ombudsman je potpuno nezavisan od glavnog urednika i on odgovara jedino izvršnom direktoru koji i odlučuje o njegovom imenovanju. Ombudsman ne može da izriče sankcije, ali iznosi svoj sud u nedjeljnoj rubrici, i pri tom je slobodan da odabere temu o kojoj će govoriti. Njegovu rubriku niko ne može uređivati, skraćivati ili mijenjati bez njegovog odobrenja.

Interna povelja ili stilski priručnik objavljen je 2002. i revidiran 2004. godine.

Ova „biblija“ na 212 strana, sadrži praktična pravila (pravopis, akronimi, lična imena, itd.) i kodeks ponašanja namijenjen urednicima. Posao ombudsmana je da se pobrine da se povelja poštuje, da kontroliše njenu ažurnost i dalji razvoj i pobrine se da se korekcije objave.

### **Da li ombudsmani postoje samo u štampanim medijima?**

Ne. U Francuskoj su, na primjer, javne radijske i televizijske stanice odigrale pionirsku ulogu. France 2, France 3 i Radio France Internationale imaju ombudsmane od 1998. godine. Oni su taj potez povukli ubrzo nakon Le

Mondea, a isti primjer su kasnije slijedili i mnogi drugi štampani mediji kao što su La Dépêche du Midi (2001), Midi Libre (2004), Sud-Ouest (2006) i l'Express (2006).

### ***Gdje se može naći više informacija o ombudsmanu?***

Organizacija novinskih ombudsmana (ONO) je međunarodna asocijacija koja broji 60 članova. Većina njenih članica dolaze iz Sjedinjenih država (35 registrovanih publikacija), daleko drugo mjesto zauzimaju Ujedinjeno kraljevstvo i Holandija (po tri predstavnika), a zatim slijede Švedska i Turska (po dva). Francusku predstavlja jedan dnevni list, Le Monde, i dvije javne televizijske stanice France 2 i France 3. Ostale zemlje koje imaju samo jednog predstavnika iz štampe uključuju Brazil, Kanadu, Dansku, Izrael, Španiju, Portugaliju i Japan.

Ombudsmane možete kontaktirati preko udruženja novinara ili tako što ćete stupiti u kontakt sa nekim medijem koji ima ombudsmana: spisak tih medija možete naći na internet stranici ONO-a ([www.newsombudsmen.org](http://www.newsombudsmen.org)).

## 2. Posao ombudsmana

### *Koje su funkcije ombudsmana?*

Ombudsman promovira dijalog između onih koji čitaju, slušaju ili gledaju sadržaj nekog medija i onih koji rade u tom mediju. Ideja je da se ponudi kontakt korisnicima medija i da se, ohrabriranjem samokritičnosti, unaprijedi kredibilitet medija, posebno ako on nema naročito dobar imidž.

### *Koja je glavna uloga ombudsmana?*

Ombudsman se stara da se poštuju pravila i praksa koju je ustanovila određena medijska kuća, pružajući jednu vrstu unutrašnje kontrole kvaliteta. Medij sa publikom ima prećutni dogovor o:

- Pružanju što preciznijih, potpunijih i jasnijih informacija;
- Pravljenju jasne razlike između informacije i komentara;
- Ispravljanju grešaka;
- Poštovanju pluralizma i različitosti mišljenja;
- Staranju da se ne krše prava pojedinaca i da se njihova privatnost poštuje.

### *Da li je uloga ombudsmana ista u svim medijima?*

Ona značajno varira od jednog medija do drugog. Neki ombudsmani imaju blizak odnos sa novinarima, dok drugi drže distancu i ne miješaju se u dnevni posao. Neki tek naprave siže pisama koja su primljena, dok drugi pišu dopise ili interne bilješke; neki sami objavljuju ispravke ili imaju blog na internetu na kojem odgovaraju na komentare čitalaca u realnom vremenu. Drugi odgovaraju na praktična i pravna pitanja koja postavljaju čitaoci, iako je ovo možda produžetak granica njihove funkcije. I konačno, ima i nekih koji igraju ulogu portparola i službenika za odnose sa javnošću u ime menadžmenta.

### ***Kakva je priroda svakodnevnog posla ombudsmana?***

Ombudsman sakuplja kritike i sugestije medijskih korisnika kao i objašnjenja urednika, menadžmenta ili administracije i pokušava da pomiri ove dvije strane. Pored toga što djeluje kao medijator, ombudsman razmišlja i o načinu funkcionisanja medija i ukazuje na devijacije od implicitnog dogovora sa čitaocima. U slučaju štampanih medija, svi ovi aspekti se javno objavljuju u okviru redovne rubrike.

### ***Da li ombudsman komunicira direktno sa čitaocima, slušaocima i gledaocima?***

Da, naravno. Oni su glavni izvor informacija i legitimnosti ombudsmana. Većina komunikacije odvija se kroz direktnu prepisku. To nije naročito teško, posebno danas kada imamo elektronsku poštu, ali pod uslovom da ombudsman ima dobro organizovan sistem za vođenje korespodencije. Važno je, na primjer, imati dobre fajlove i određenu količinu iskustva u prepoznavanju (ili izbjegavanju) lobija, sekti, manipulatora ili kompulzivnih pisaca (a takvih je dosta!).

U listu Le Monde, pošta je klasifikovana u četiri kategorije u skladu sa tim na šta se pretežno odnose zamjerke čitalaca:

- Komentari na vijesti/informacije generalno;
- Ukazivanje na greške (naša čitalačka publika uključuje solidan broj stručnjaka za cjepidlačenje kojima ništa ne promiče i kojima posebno zadovoljstvo predstavlja da nalaze greške);
- Komentari na naš odnos prema vijestima/informacijama;
- Izvještavanje o događajima koje su vidjeli ili u kojima su učestvovali.

Moguće je takođe postaviti blog na internetu, ali to zahtjeva stalan nadzor, a time i dodatno osoblje.

### ***Da li prepiska odražava probleme u mediju?***

Prepiska omogućava da se brzo identifikuju generalni trendovi i, iznad svega, devijacije. Većina onih koji pišu pritužbe su nezadovoljni nečim, ali to nijesu uvijek isti ljudi. Kada iznenada pristigne gomila pisama koja se odnosi na isti problem ili stav, važno je da medijska kuća toga bude svjesna tako da može to da ispravi. Ombudsmanova je uloga da osluškuje raspoloženje medijske publike.

### 3. Sankcije koje izriče ombudsman

#### *Kako ombudsman donosi odluke?*

Kada dobije kritiku (pismom, i-mejlom, telefonom, itd.), ombudsman prvo procjenjuje da li je opravdana – jer nije neuobičajeno da medijski konzumenti pretjeraju ili pogriješe. Ombudsmeni će imati svoj etički kodeks, ali u idealnoj situaciji o pritužbama će suditi na osnovu utvrđenog internog kodeksa ponašanja. Ukoliko on ne postoji, ombudsmeni mogu sugerisati da se takav dokument napiše. Tom prilikom pozvaće se i na profesionalne kodekse ponašanja.

#### *Koje sankcije se mogu preduzeti?*

Objavljivanje dijelova pisma, ispravki i povrh svega ombudsmanove rubrike, u kojoj se objavljuju omaške i greške — predstavljaju veoma snažnu mjeru. Moguće je nametnuti moralne sankcije različite težine. Tako ombudsman može:

- Proslijediti prepisku i zatražiti od autora članka da odgovori (minimalna “kazna”);
- Zahtjevati da list dodatno objavi ispravku (normalna);
- Objaviti isječak iz prepiske koja sadrži kritiku kao pismo čitaoca (stroga);
- Izložiti grešku u ombudsmanovoj rubrici (ekstremna): ovo treba da bude rezervisano za najozbiljnije slučajeve, jer ovu mjeru novinari doživljavaju kao javnu prozivku i sramotu.

#### *Kako ombudsmeni biraju najpogodniju sankciju?*

Ako žele da budu djelotvorni i da održe dobar kontakt sa zaposlenima, ombudsmeni ne bi trebalo da sankcionišu baš sve slučajeve, a takođe bi trebalo da izbjegavaju mjere koje ozbiljno utiču na novinare ili narušavaju njihovu reputaciju. Oni moraju zdravo rasuđivati i izbjeći nepravdu ili pretjerivanje. Često je suvišno navoditi imena jer oni na koje se sankcija odnosi – kao i njihove kolege – već znaju o kome se radi.

Važnije je i konstruktivnije razumjeti zašto su greške napravljene. Često je moguće otkriti skrivene uzroke opštije prirode. Tako se može, na primjer, dešavati da rukopis olako prođe put do štamparije usljed produkcionih

pritisaka ili problema sa ljudskim resursima zbog čega neki od članaka budu loše korigovani, ili čak ne budu uopšte. U takvim slučajevima, ombudsman može sugerisati rješenje, ali mora biti taktičan kako ne bi zalazio u nadležnosti ostalih u hijerarhiji. Ombudsmani nijesu sudije niti policajci. U idealnoj situaciji, oni su savjest grupe.

## 4. Uvođenje pozicije ombudsmana

### *Ko odlučuje o stvaranju pozicije ombudsmana?*

U slučaju privatnih medija, to je menadžment, a ako se radi o javnim medijima onda je to upravni odbor.

### *Kako se neki medij može ohrabriti da angažuje ombudsmana?*

U većini slučajeva, pozicija ombudsmana se uvodi nakon krize među čitaocima, kada medij hitno treba da ponovo uspostavi vezu sa publikom. To je bio slučaj i sa New York Times-om, koji je postavio ombudsmana u oktobru 2003. godine nakon što mu je kredibilitet bio poljuljan otkrićem da je jedan od njegovih novinara plagirao i izmišljao priče.

### *Koji argumenti mogu ubijediti vlasnike medija u prednosti ombudsmana?*

Ombudsman, pored toga što je "popularan" (većina vodećih svjetskih listova ga ima), predstavlja značajan gest prema čitaocima i ohrabruje komunikaciju s njima. On popravljiva kvalitet informacija, stila i uređivanja vijesti. On sprječava veće katastrofe: ombudsman koji uživa dobre odnose sa glavnim urednikom može imati funkciju napredne zaštite. I konačno, ako ombudsman dobro piše, njegove rubrike će biti popularne i veoma čitane. Javnost veoma zanima da otkrije kako se informacije nalaze i šta se dešava iza scene.

### *Koje korake je potrebno preduzeti da bi se stvorila pozicija ombudsmana?*

Prva faza bi mogla biti uspostavljanje odjeljenja za prepisku sa čitaocima koje bi primalo poruke (poštom, i-mejlom ili telefonom), procesuiralo ih, odgovaralo na njih, prosleđivalo komentare do ljudi koji su uključeni u problem, i, gdje se ukaže potreba - objavljivalo isječke iz pisama. Moguće je, takođe, osposobiti takvu službu na internetu.

Potom treba usaglasiti povelju između svih strana u mediju koja će služiti kao osnova za implicitni sporazum sa publikom. Povelja lista Le Monde, na

primjer, kaže da informacije moraju biti date što preciznije, što potpunije i što je moguće jasnije; da mora da postoji jasna distinkcija između informacije i komentara; da greške moraju biti ispravljene; da list mora da poštuje pluralizam i različitost mišljenja; i da se prava pojedinaca i njihove privatnosti moraju poštovati.

Potom treba izabrati ombudsmana i o tome obavijestiti čitaoce.



## 5. Izbor ombudsmana

### *Treba li ombudsman da bude novinar?*

Da. Samo profesionalac može na odgovarajući način procijeniti težinu načinjenih grešaka i, s druge strane, znati teškoće vezane za novinarski posao. Medijska publika je često veoma stroga i ne razumije uslove pod kojima novinari rade i probleme sa kojima se suočavaju, kao što su vremenska ograničenja, teškoće u dolaženju do izvora i ukupni stres. Dio posla ombudsmana jeste da sve to objasni čitaocima, a oni veoma cijene kada ih informišete o tome kako novine nastaju.

U isto vrijeme, novinari ne shvataju u kojoj mjeri njihove greške (pretjerivanje, pristrasni naslovi, pravopisne i gramatičke greške, itd.) šokiraju čitaoce i uništavaju kredibilitet lista. Oni ne podnose dobro kritiku. Za njih je dovoljno teško kada kritika dolazi od kolege, a gotovo je nemoguće da će je prihvatiti od nekoga sa strane.

### *Koji su kriterijumi za regrutovanje ombudsmana?*

Iskustvo, dobre uređivačke vještine, ugled zasnovan na profesionalnoj kompetentnosti i, iznad svega, nepristrasnost. Glavni kriterijum bi trebalo da bude nezavisnost duha, što baš i nije lako izmjeriti, ali se može utvrditi iz porijekla i karijere kandidata. Ombudsman takođe mora posjedovati određene diplomatske vještine, što će se pokazati važnim na duge staze. Takođe ne škodi ni autoritativan stav.

Ombudsman ne bi smio biti previše blisko vezan za neku novinarsku kliku (takve uvijek postoji), sindikalnu organizaciju, političku stranku ili menadžment, i mora biti prihvaćen od strane različitih grupa neistomišljenika u okviru medijske organizacije.

### *Ko vrši izbor ombudsmana?*

Obično je to menadžment, a poželjno bi bilo da se pri izboru konsultuje i sa uredništvom. Idealno bi bilo da se izbor prepusti novinarskoj asocijaciji, ukoliko takva postoji. U nekim glasilima ombudsman se bira na određeni

period, što mu dozvoljava da stekne popularnost u narodu, ali isto tako mu ne dozvoljava da zaboravi da se nalazi pod budnim okom menadžmenta.

### ***Kako biti siguran da će uredništvo prihvatiti ombudsmana?***

Uredništvo i menadžment moraju imati prihvaćen i usaglašen kodeks ponašanja i mora postojati interni konsenzus oko ciljeva lista i njegovog implicitnog sporazuma sa čitaocima. Unutar organizacije mora postojati dobra komunikacija, kao i atmosfera u kojoj je dozvoljena interna kritika i sloboda izražavanja.

### ***Koliko su novinari osjetljivi na kritiku ombudsmana?***

Previše osjetljivi. Novinari ne vole ljude koji guraju nos u njihov posao i ne podnose dobro kritiku. Njihova klasična reakcija je: "Zašto se ombudsman miješa? To nije njegov posao." Ombudsman mora dobro paziti da ostane nepristrasan kako bi izbjegao da novinari na njega gledaju kao na nelojalnog kolegu koji glumi "policajca" (ili, još gore, špijuna) menadžmenta.

### ***Koja je prosječna plata ombudsmana?***

Ona je na nivou urednika redakcije ili glavnog urednika, ponekad i viša. Generalno je ona prilično visoka jer su ombudsmani obično afirmisani novinari koji uživaju poštovanje kolega i koji su već radili na odgovornim pozicijama.

### ***Ko plaća ombudsmana?***

Medijska kuća, eventualno uz poreske olakšice u vidu odbijanja iznosa ombudsmanove plate od poreza.

## 6. Izazovi ombudsmanove pozicije

### *Kako se može osigurati nezavisnost ombudsmana?*

Ombudsman bi trebalo da bude imenovan za period od najmanje dvije godine, da ima stalan prostor u kojem će iznositi svoja mišljenja bilo u novinskoj rubrici ili televizijskom programu koji ne podliježe hijerarhijskoj kontroli i da ima direktan kontakt sa čitaocima.

Nezavistan prostor za mišljenja ombudsmana je od vitalne važnosti. U listu *Le Monde* ovo je jedini tekst koji ne prolazi regularnu uredničku kontrolu. Rubrika ombudsmanu daje priliku da se obrati čitaocima, novinarima i, ako je potrebno, i menadžmentu. Njen sadržaj je veoma osjetljiv, a izbor teme je najteži od svega.

Glavnu zaštitu za ombudsmane predstavlja njihova popularnost. U listu *Le Monde* glavni i odgovorni urednik je jednom pokušao da promijeni ombudsmana, ali ga je u tome osujetilo negodovanje koje je ovaj pokušaj izazvao među zaposlenima. Prilično je teško za menadžment da ukine ovu poziciju ili da promjeni njenog vršioca, jer bi to imalo katastrofalan efekat na ugled lista.

Nekoliko američkih novina je nedavno ukinulo mjesto ombudsmana u cilju smanjenja troškova. Bilo bi veoma opasno ako bi se na to mjesto postavio "komunikator" i ako bi tu poziciju zamijenio portparol menadžmenta. Čitaocima to ne može zavarati, kao ni uredništvo: zamjena u najbolju ruku bude neefikasna, a u najgorem slučaju predmet prezira.

### *Da li čitaoci vjeruju u nezavisnost ombudsmana i njegov uticaj na novinare?*

Mnogi su sumnjičavi po tom pitanju. Oni ne mogu da razumiju da su postojanje ombudsmana i strah od kritike iznijete u ombudsmanovoj rubrici veoma moćni mehanizmi samoregulacije. Oni zaboravljaju da se rubrika čita i u samom mediju. Čitaoci bi željeli da ombudsman bude na njihovoj strani svake sedmice i da kritikuje novinare bez izuzetka. Zato je važno održati direktan kontakt sa njima da bi na pravi način opravdali i objasnili ulogu ombudsmana.

Isto tako čitaoci su generalno veoma srećni kad dobiju odgovore na njihova pitanja i veoma polaskani kada ih ombudsman pomene u svojoj rubrici. "Vukovi" postaju "jaganjci". Zapanjujuće je vidjeti kako jedan prost čin slanja odgovora na pitanje publike lako i brzo stvara veze sa čitaocima.

### *Koliki prostor za manevrisanje ima ombudsman?*

Veoma mali. Stalno se mora nalaziti kompromis između toga kako predstaviti legitimne zamjerke čitalaca (što je dokaz kvaliteta lista) i održati odnos sa novinarima (što je dokaz njegove efikasnosti).

Sve zavisi od toga hoće li ombudsman razviti odnos povjerenja, a ne neprijateljstva, i sa novinarima i sa upravom. Ombudsmeni ne bi trebalo da budu previše bliski ni sa jednim, ali isto tako ne smiju biti ni njihovi neprijatelji. Ako su previše bliski, onda će ih tretirati kao agente odnosa sa javnošću i onda oni neće biti ni od kakve koristi: čitaoci će biti razočarani i neće čitati njihove ocjene. Ako su pak previše neprijateljski postavljeni, neće biti u stanju da ostvare konstruktivan dijalog: čitaoci će biti srećni, ali ih novinari više neće slušati. Najveći izazov sa kojim ombudsman treba da se suoči je kako održati ovu kritičnu distancu.

### ***L'Hebdo du Médiateur*: primjer iz elektronskih medija**

Jean-Claude Allanic (Ombudsman u France 2, od 2000. do 2005.)

Emisija *L'Hebdo du Médiateur* ("Nedjelja medijatora") je prvi put emitovana 1998. godine na francuskoj televizijskoj stanici France 2 nakon što je postavljen njen prvi ombudsman za informativni program. U ovom dvadesetominutnom programu, koji je emitovan odmah nakon vijesti u 13 sati svake subote, novinari su pozivani da odgovore na kritike, komentare i pitanja gledalaca.

Sadržaj emisije predstavlja ombudsman, a on se zasniva na pismima koja je primio prethodnih nedjelja, i tu se analizira kako su se različite informativne emisije i magazini bavili nekom viješću. Tu se daju informacije i, gdje treba, korekcije, objašnjavaju uslovi pod kojima su izvještaji nastali, pojašnjavaju pogrešno shvaćene informacije iz vijesti i loše protumačeni komentari, priznaju greške i daju izvinjenja – što nije nimalo lako!

Obično se dva ili tri gledaoca pozovu u studio, ili se njihovo učešće obezbijedi putem telefonskih uključanja ili direktnim linkom iz njihove kuće. U programu se čitaju isječci iz pisama i i-mejlova. Novinari odgovaraju i raspravljaju o datoj temi sa gostima, a rasprava ponekad može postati prilično užarena. Mogu se pozvati i eksperti da daju stručno mišljenje o temama o kojima se diskutuje (to mogu biti na primjer ekonomija, nauka ili religija).

Neke od tema u emisijama se često ponavljaju: nasilje na televiziji, neprikosновенost (ili njen nedostatak) u prezentaciji činjenica, novinarsko uopštavanje, raspored prioriteta u vijestima, zaštita privatnosti i poštovanje pojedinaca, nedovoljno poštovanje pluralizma i političke neutralnosti. Učestalost ostalih tema zavisi od aktualnih informacija: sukob na Bliskom istoku, izbori, vodeće ekonomske teme, socijalni problemi, katastrofe, naučne diskusije, sport i kulturna dešavanja. Drugim riječima, emisija se bavi najvažnijim dnevnim pitanjima iz jednog posebnog i originalnog ugla, tj. iz kritičkog gledišta javnosti na rad novinara.

Uspjeh emisije *L'Hebdo du Médiateur* i povjerenje koje uživa kod gledalaca potiče prvenstveno iz posebnog statusa ombudsmana – potpune nezavisnosti od menadžmenta, uredničke orijentacije i hijerarhije. Ombudsman sam odlučuje ko će biti pozvan da učestvuje. To je jedini segment programa stanice koji se ne kontroliše prije emitovanja. Princip funkcionisanja ombudsmana kao samoregulatornog mehanizma i njegov mandat sprječavaju bilo kakav pokušaj pritiska ili miješanja.

Od ombudsmana se zauzvrat očekuje da osigura iskren i uravnotežen dijalog koji omogućava i gledaocima i novinarima da iznesu svoje stavove na fer i konstruktivan način. Postoje dvije zamke koje ombudsman mora izbjeći. Emisija ne smije biti doživljena kao izgovor za pravdanje novinara i spiranje njihove krivice svake sedmice za prekoračivanje granica i za pravljenje grešaka. S druge strane, ombudsman ne smije biti ni previše grub, da novinari to ne bi doživjeli kao napad od strane gledalaca ili kao osudu kvaliteta njihovog rada. Ombudsman s tim mora da se izbori kako bi sačuvao povjerenje kako javnosti tako i svojih kolega.

Ombudsman mora ostati maksimalno neutralan. Ali, on ili ona mogu sumirati zaključke na kraju programa, podsjetiti na osnovna pravila novinarstva, ili dati svoje mišljenje ili preporuku za ubuduće koja se zasniva na profesionalnom kodeksu ponašanja i uređivačkom poveljom France Télévisions, javne televizijske grupacije kojoj pripada France 2.

# Dodatak

## Primjeri žalbi riješenih od strane samoregulatornih tijela

Rješavanje pritužbi je osnovni zadatak samoregulatornog tijela koje nastoji da osigura poštovanje etičkog kodeksa. Time se izbjegavaju dugi i skupi sudski postupci, jer, iako ovo tijelo izriče samo moralne sankcije, pravo na odgovor ili ispravka često budu dovoljni da zadovolje podnosioca pritužbe. Većina samoregulatornih tijela nastoji da postigne dogovor između sukobljenih strana prije donošenja presude.

Ovaj dodatak sadrži primjere pritužbi i presuda samoregulatornih tijela. O svakom slučaju suđeno je u skladu sa etičkim kodeksom zemlje u kojoj se slučaj dogodio, i zato bi rezultati na različitim mjestima mogli biti drugačiji. Pa ipak, ovi primjeri daju ideju o tome koliko savjet za štampu može biti efikasan kao zamjena za sudove i u postizanju rješenja bez sudske intervencije.

Većina pritužbi sa kojima se savjeti za štampu bave odnose se na narušavanje privatnosti ili na netačnost.

## Slučaj 1: Prigovor zbog narušavanja privatnosti

Otac žene koja je nestala u Aziji u tragediji izazvanoj cunamijem žalio se njemačkom Presserat-u (Njemački savjet za štampu) zbog objavljivanja njenog imena i fotografije u jednom tabloidu. Taj list je objavio nekoliko fotografija žrtava koje su preuzete sa internet sajta postavljenog da pomogne u nalaženje nestalih osoba. Otac se žalio da je časopis narušio lično pravo porodice na privatnost.

### **Rezultat:**

Pritužba je prihvaćena. Presseratova žalbena komisija je kazala da nikakav javni interes od pokazivanja slika u ovim okolnostima ne može nadjačati prava pojedinaca. Žrtve katastrofa, kakva je ova izazvana cunamijem, ne postaju automatski javne figure.

Činjenica da je ova informacija već objavljena na veb-sajtovima namijenjenim traganju za nestalim osobama nije bila dovoljan razlog za časopis da je ponovo objavi bez pristanka porodice.



## Slučaj 2: Prigovor zbog narušavanja privatnosti

Vijeće za štampu Bosne i Hercegovine razmatralo je izvještaj objavljen u dnevnom listu Dnevni Avaz o jednoj saobraćajnoj nesreći. Podnosilac pritužbe nije imao prigovora na sami izvještaj, ali su prateće fotografije žrtava predstavljale narušavanje privatnosti i nijesu trebale biti objavljene.

### **Rezultat:**

Pritužba je prihvaćena. Vijeće za štampu je konstatovalo da je razmatralo slične slučajeve i ranije i da je u nekoliko navrata podsjećalo urednike da čitaoci mogu prigovoriti objavljivanju takvih fotografija. U ovom slučaju, Dnevni Avaz prekršio je Član 9 Kodeksa za štampu, koji glasi: “Teme koje uključuju lične tragedije će biti obzirno tretirane, a pogođenim ličnostima će se prići diskretno i sa saosjećanjem”.

Vijeće za štampu je ponovilo svoj stav da objavljivanje fotografija sa mjesta nesreće i objavljivanje imena maloljetnih žrtava nasilja ili žrtava seksualnog zlostavljanja, nije u skladu sa profesionalnim novinarskim izvještavanjem.

## Slučaj 3: Prigovor na netačnost

Izvršni direktor jedne islamske knjižare žalio se Britanskoj Komisiji za žalbe na rad štampe (Press Complaints Commission -PCC) da je članak u listu London Evening Standard, pod naslovom “Teror i mržnja se prodaju ne nekoliko metara od Ulice Bejker”, netačan, obmanljiv i da krši odredbu o tačnosti informacija sadržanu u uređivačkom pravilniku komisije.

Tema članka bila je ekstremistička literatura koja se navodno prodaje u islamskim knjižarama, a povod su bila nedavni bombaški incidenti u Londonu. Knjižara tužioca bila je jasno istaknuta na jednoj fotografiji, pored slika tri naslova za koje je list tvrdio da podržavaju terorizam i za koje je naveo da se prodaju u objektima “kao što je Dar Al-Taqwa”. Podnosilac tužbe je rekao da njegova knjižara nije nikada imala u ponudi knjige i DVD sa slike. Članak je bio obmanljiv i navodio je ljude da misle kako knjižara promovira terorizam.

List je selektivno citirao jedan pamflet o džihadu koji se prodavao u knjižari. Podnosilac žalbe je naveo da taj pamflet ne podstrekava na teror i mržnju kao što se tvrdilo u članku. Kao posljedica objavljivanja članka, zaposleni u knjižari su bili maltretirani i prijetilo im se nasiljem, tako da je bilo neophodno da zatraže policijsku zaštitu.

### **Rezultat:**

Prigovor je prihvaćen. PCC je rekla da Odredba 1 kodeksa zahtjeva od listova da “vode računa da ne objavljuju netačne, obmanjive ili iskrivljene informacije”. U ovom slučaju — s obzirom na ozbiljnost navoda i osjetljivost trenutka u kojem su objavljeni, ubrzo nakon terorističkih napada — postojala je pojačana potreba da se osigura da se informacije koje je list sakupio tačno predstave.

Iako nije bilo spora da je knjižara prodavala navedeni pamflet, njegov sadržaj nije podržavao izuzetno ozbiljne tvrdnje sadržane u naslovu. Stoga se dalo zaključiti da list nije s dovoljno pažnje poveo računa o tačnosti priče.

PCC je kazala da, u atmosferi uznemirenosti koja je uslijedila nakon napada, posljedice obmanjujućih tvrdnji mogle su biti naročito ozbiljne za podnosioca žalbe — naročito jer su kontakt detalji knjižare bili vidno istaknuti.

## Slučaj 4: Prigovor zbog netačnosti na internet sajtu

Novinarski savjet Flandrije u Belgiji primio je prigovor na članak u arhivi veb sajta jednog lista.

2005. godine, list je objavio članak u kojem je stajalo da je podnosilac prigovora bio optužen za seksualno uznemiravanje. Informacija je bila netačna i list je objavio ispravku u narednom izdanju. Međutim, članak je 2007. još bio dostupan na veb sajtu lista, gdje su se mogla pročitati sva prethodna izdanja, a mogao se lako i preuzeti s interneta uz pomoć pretraživača poput Google-a. Podnosilac prigovora je naveo da kao rezultat toga nije dobio posao za koji je konkurisao.

### **Rezultat:**

Ombudsman Savjeta šalje slučajeve Savjetu ako se ne može postići prijateljska nagodba. U ovom slučaju, takva nagodba između podnosioca prigovora i lista nije se mogla postići.

List je bio svjestan ozbiljne greške koju je članak sadržao, ali nije mogao mijenjati originalni tekst, jer bi to na neki način značilo falsifikovanje istorijskih činjenica. Međutim, list je takođe bio svjestan da članak može imati štetu po tužioca, i bio je raspoložen da nađu rješenje. Podnosilac prigovora je razumio da se originalni članak ne može mijenjati, ali je želio da članak ima neposredno pojašnjenje da sadrži ozbiljnu grešku. Konačno je dogovoreno da se napravi veoma jasan link na veb sajtu sa originalnog članka do ispravke, tako da čitaoci originalnog članka mogu odmah vidjeti da je ispravljen. Podnosilac prigovora je bio zadovoljan ovim rješenjem i povukao je prigovor.

## Slučaj 5: Prigovor zbog izostanka zaštite vulnerabilnih osoba

Vijeće za štampu Bosne i Hercegovine primilo je prigovor na članak naslovljen “Srednjoškolka u paklu prostitucije” u dnevnom listu Dnevni List, koji je navodio ime jedne nestale djevojke, maloljetnice, koja je, kako se tvrdilo, bila uključena u prostituciju.

### **Rezultat:**

Prigovor je prihvaćen. Vijeće za štampu presudilo je da je list prekršio Član 11 Kodeksa za štampu koji se odnosi na zaštitu djece i maloljetnika. Iako je majka nestale djevojke dala informacije o njoj medijima, list je bio u obavezi da zaštiti njen identitet. To je bilo naročito važno u priči zasnovanoj samo na sumnjama majke, koje nije potvrdila ni policija, ni kancelarija tužioca ni sud. Vijeće za štampu je dalo preporuku da se ova presuda objavi u redovnom izdanju lista.

## Slučaj 6: Prigovor zbog izostanka zaštite vulnerabilnih osoba

Thames Valley Police uložila je prigovor britanskoj Komisiji za žalbe na rad štampe u ime jedne neimenovane žrtve seksualnog napada zbog članka pod naslovom “Silovatelj odsjekao kosu ženi oboljeloj od raka” (Rapist cuts off cancer woman’s hair”), objavljenom u listu London Metro. U članku je stajalo da je jedna mlada žena bila silovana, naveden je grad u kom se incident desio i dati su detalji o napadu. Takođe su bile date informacije o žrtvi, među kojima njena godine, zdravstveni problemi i detalji o “porodičnoj kući” u kojoj se napad desio.

Policija je tvrdila da članak sadrži previše detalja na osnovu kojih je moguće identifikovati ženu ili koji mogu pomoći u njenoj identifikaciji, čime se narušava odredba 12 kodeksa koja se odnosi na žrtve seksualnog napada.

List je isticao da oni nijesu precizno naveli stambenu četvrt u kojoj se napad desio i da se iz članka nije moglo jasno zaključiti da žrtva živi u tom dijelu grada niti da uopšte živi u tom gradu.

### **Rezultat:**

Prigovor je prihvaćen. PCC je kazala da kodeks iz mnogo razloga, od kojih je samo jedan izuzetna vulnerabilnost žrtava tako užasnih zločina, stavlja veoma težak teret na urednike. Ne samo da kodeks zabranjuje identifikaciju, već zabranjuje i objavljivanje informacija koje bi mogle doprinijeti identifikaciji. U ovom dijelu kodeksa ne postoji odbrana u vidu javnog interesa pošto je od suštinske važnosti da se ovi strogi uslovi detaljno ispoštuju od strane svih urednika.

U ovom slučaju, u članku nije navedeno ime ili adresa žrtve napada, ali je bilo dato dovoljno informacija koje su mogle doprinijeti potencijalnoj identifikaciji, čime je kodeks prekršen.

Komisija je konstatovala kako je izuzetno važno da izvještaji o seksualnim zločinima budu obazrivo sačinjeni. Bilo kakvi detalji izuzev onih najosnovnih, bez obzira koliko mali bili, mogu otkriti identitet žrtve nekome ko nije znao za

zločin. Svrha kodeksa je da osigura da se takvo što ne desi i da žrtve zadrže anonimnost koju zaslužuju. Komisija je napomenula da su prekršaji ove vrste veoma rijetki, zahvaljujući generalno visokim standardima izvještavanja.

## Slučaj 7: Prigovor zbog diskriminacije

Švajcarski savjet za štampu primio je prigovor na karikaturu Chappattea u dnevnom listu Le Temps. Ona je prikazivala pokojnog Papu Jovana Pavla II kako leži ispod krsta pored kojeg stoji masa vjernika, od kojih neki drže kamere. Raspeti Isus ih pita: “Nadam se da vam ja ne smetam?”

U prigovoru se navodilo da ovaj crtež vrijeđa hrišćane i kulturne narode, te da njihovo objavljivanje krši odredbu o diskriminaciji Novinarskog kodeksa. I da su jevreji ili muslimani na sličan način napadnuti, bila bi podnijeta sudska tužba zbog rasisma.

### **Rezultat:**

Prigovor nije prihvaćen. Švajcarski savjet za štampu je odgovorio da su satira i karikature koje se tiču religioznih tema obično prihvatljive. Ova sloboda nije ograničena činjenicom da neke religije zabranjuju slikovito predstavljanje određenih objekata ili osoba i da se ovdje nije morala uzeti u obzir naročita osjetljivost nekih ortodoksnih krugova. Ova sloboda se mora srazmjerno primjenjivati i u demokratskom duhu.

U ovom slučaju, granice slobode na komentar nijesu prekoračene s obzirom na ogroman interes javnosti i medija za Papinu smrt. Mišljenje na kojem je ova karikatura počivala i njeno utemeljenje u stvarnosti javnost je mogla prepoznati.





# Biografije autora

## O autorima

### *Yavuz Baydar*

Pošto je uveo koncept ombudsmana u tursku štampu i među čitaoce, Yavuz Baydar sada već sedmu godinu radi kao ombudsman i piše svoju rubriku koja svakog ponedjeljka izlazi u dnevnom listu Sabah. Prvi put je imenovan za ombudsmana 1999. u Milliyetu. Yavuz Baydar je takođe aktivan član Organizacije novinskih ombudsmana (ONO) gdje je bio referent, potpredsjednik, a 2003. i 2004. godine i prvi predsjednik organizacije koji nije sjevernoameričkog porijekla. Prije nego što je postao ombudsman, Baydar je radio kao reporter, strani dopisnik i urednik u različitim medijima.

### *William Gore*

William Gore se pridružio Komisiji za žalbe na rad medija (PCC) 2000. godine kao službenik za prigovore, nakon što je diplomirao na Univerzitetu Oksford, gdje je studirao savremenu istoriju. Nakon godinu dana, počeo je da se bavi međunarodnim poslovima Komisije, u okviru kojih je, između ostalog, bio savjetnik u osnivanju savjeta za štampu u Bosni i Hercegovini. U martu 2004. godine, William Gore je imenovan za pomoćnika direktora Komisije. Nastavio je da se bavi međunarodnim aktivnostima i dnevnim poslovima rješavanja prigovora, ali uz veće odgovornosti u sveukupnom radu Komisije.

### *Miklos Haraszti*

Mađarski pisac, novinar, borac za ljudska prava i univerzitetski profesor, Miklós Haraszti stupio je na dužnost OEBS-ovog predstavnika za slobodu medija 10. marta 2004. godine. Haraszti je studirao filozofiju i književnost na Univerzitetu u Budimpešti. Godine 1976. bio je jedan od osnivača mađarskog Demokratskog opozicionog pokreta, a 1980. godine postao je urednik mjesečnika Beszélő. 1989. godine Haraszti je učestvovao u

„pregovorima za okruglim stolom” o prelasku na slobodne izbore. Bio je član mađarskog parlamenta od 1990. do 1994. godine, od kada radi kao predavač u oblasti procesa demokratizacije i medijske politike na brojnim univerzitetima. Haraszti je objavio knjige među kojima su „A Worker in a Worker’s State” i „The Velvet Prison”. Obje su prevedene na nekoliko jezika.

### *Véronique Maurus*

Véronique Maurus je ombudsman francuskog dnevnog lista Le Monde od 2006. godine. Nakon studija engleskog jezika i ekonomije, Véronique Maurus se pridružila uredničkom timu Le Mondea sa 22 godine, i tu je izgradila karijeru. Počela je u ekonomskoj rubrici lista i do 1995. dostigla je status ozbiljnog reportera i postala zamjenica urednika reporterskog dijela redakcije. Napisala je dvije knjige: „Voyage au pays des mythes” i „La vie secrète du Louvre”.

### *Ognian Zlatev*

Ognian Zlatev je izvršni direktor Centra za razvoj medija Bugarske. Ova organizacija je osnovana 1998. godine u cilju promocije razvoja nezavisnih medija u Bugarskoj, izgradnje kapaciteta medija i lakšeg umrežavanja i prekogranične saradnje u jugoistočnoj Evropi.

Ognian Zlatev je takođe član upravnog odbora Nacionalnog savjeta za novinarsku etiku Bugarske, jedan od osnivača i član upravnog odbora Mreže za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope (SEENPM), i član upravnog odbora Medijske organizacije Jugoistočne Evrope (SEEMO), koja je povezana sa Međunarodnim institutom za štampu u Beču.

## Urednici

### *Adeline Hulin*

Adeline Hulin je mlađi referent za projekte Kancelarije OEBS-ovog predstavnika za slobodu medija od 2006. godine. Prije toga, radila je kao konsultant za Francuski centar za odnose između medija i obrazovanja (CLEMI) i UNESCO, gdje se bavila programima medijske edukacije. Diplomom mastera u oblasti novinarstva stekla je na Univerzitetu Paris Dauphine, a bačelora političkih nauka na Institut d'Etudes Politiques u Bordou.

### *Jon Smith*

Jon Smith je radio kao novinar za više britanskih listova, uključujući The Times, da bi postao viši predavač novinarstva na Darlington koledžu u Engleskoj, specijalizujući se za medijsko pravo i etiku. Član je ispitne komisije Nacionalnog savjeta za obuku novinara Velike Britanije i autor preporučenog udžbenika iz osnova novinarstva „Osnove izvještavanja”.

## Bilješke

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---