

# ■ ВОДИЧ ЗА САМОРЕГУЛАЦИЈА ВО МЕДИУМИТЕ

Сите прашања и одговори

Скопје 2017

The Media Self-Regulation Guidebook - All Questions and Answers  
Foreword by OSCE Representative on Freedom of the Media, Miklós Haraszti  
Edited by Adeline Hulin and Jon Smith  
© 2008 Office of the Representative on Freedom of the Media  
Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE).  
ISBN 3-9501995-7-2

**Издавач:** Мисија на ОБСЕ во Скопје  
Булевар 8-ми септември 16, 1000 Скопје

**Превод:** Сами Буши  
**Лектура:** Лидија Антоновска  
**Печати:** Европа 92, Кочани  
**Тираж:** 100 примероци

CIP - Каталогизација во публикација  
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

316.774:17

ВОДИЧ за саморегулација во медиумите : сите прашања и одговори /  
[Јавуз Бајдар ... [и др.] ; превод од англиски јазик Сами Буши]. -  
Скопје : ОБСЕ, 2016. - 100 стр. : илустр. ; 21 см

Превод на делото: The media self-regulation guidebook : all  
questions and answers. - Биографии на автори и уредници: стр. 96-98.  
- Авторы: Јавуз Бајдар, Вилијам Гор, Миклош Харашти, Вероник Мауруш,  
Огњан Златев

ISBN 978-608-4788-18-8

1. Бајдар, Јавуз [автор]

а) Регулација на медиуми б) Етика во новинарството в) Медиуми -  
Македонија

COBISS.MK-ID 102242826

Печатењето на оваа публикација се реализираше со поддршка на  
Мисијата на ОБСЕ во Скопје.

## СОДРЖИНА

- 7**    **Миклош Харашти Предговор**
- 9**    **I. Заслуги на саморегулацијата во медиумите**  
*Рамнотежа на правата и одговорностите*  
*Од Миклош Харашти*
- 10    1. Природата на саморегулацијата
- 13    2. Медиумската саморегулација наспроти регулацијата на медиумите
- 19    3. Промоцијата на заемната доверба и културното разбирање
- 21**    **II. Подготовка на новинарски етички кодекс**  
*Суштина на медиумската саморегулација*  
*Од Јавуз Бајдар*
- 22    1. Етичките кодекси се од суштинско значење за одговорно новинарство
- 24    2. Етичките кодекси се разнолики
- 25    3. Содржината на секој етички кодекс е оригинална
- 26    4. Подготовка на етички кодекс: улогата на медиумските професионалци
- 30    5. Подготовка на етички кодекс: улогата на власта и на општеството
- 31    6. Етичките кодекси треба редовно да се ажурираат и да се промовираат

**33 III. Тела за саморегулација**

*Поддршка за етичките кодекси*

*Од Вилијам Гор*

- 34 1. Сигурна алтернатива за судските постапки
- 36 2. Моралното обесштетување е моќно
- 40 3. Временските ограничувања за жалбите се неопходни
- 41 4. Сите медиуми може да се регулираат преку телата за саморегулација
- 43 5. Главниот предизвик: да се обезбеди јавноста да знае дека може да се жали

**IV. Совет за етика во медиумите**

*Архетипот на саморегулаторно тело*

*Од Огњан Златев*

- 46 1. Основното функционирање на советот за етика
- 48 2. Советите за етика во областите на ОБСЕ
- 51 3. Прашања што треба да се постават пред да се формира совет за етика
- 53 4. Структура и правила на советот за етика
- 56 5. Членки и претставници на одборот на советот за етика во медиумите
- 60 6. Одговорни членови за обработка на жалбите
- 61 7. Финансирање на советот за етика во медиумите
- 64 8. Формирање совети за етика во медиумите во новите демократии

**67 V. Омбудсман**

*Медиумска саморегулација во рамки на медиумот*

*Од Вероник Мавруш*

- 68 1. Еволуција на омбудсманот
- 71 2. Работата на омбудсманот

74	3. Санкции од омбудсманот
76	4. Формирање на работното место на омбудсманот
78	5. Избор на омбудсман
80	6. Предизвици за позицијата омбудсман
<b>85</b>	<b>VI. Прилог</b> <i>Примери на жалби што се решиле од саморегулаторните тела</i>
86	Случај 1: Жалба за нарушување приватност
87	Случај 2: Жалба за нарушување приватност
88	Случај 3: Жалба за невестинитост
90	Случај 4: Жалба за невестинитост на веб-страница
91	Случај 5: Жалба за незаштита на ранливи категории на лица
92	Случај 6: Жалба за незаштита на ранливи категории на лица
94	Случај 7: Жалба за дискриминација
<b>96</b>	<b>VII. Биографии</b>



## ПРЕДГОВОР

Миклош Харашти

Иницијативата за овој *Водич за саморегулација во медиумите* е во центарот на мандатот на мојата Канцеларија за одбрана и поддршка на медиумската слобода на теренот на ОБСЕ.

Канцеларијата ги поддржува новинарите коишто сакаат да се обединат во своите заложби за подигнување на професионалните стандарди и, со самото тоа, да ги зацврстат општествените позиции на новинарството. Соработката меѓу новинарите на полето на етиката е, исто така, одлична основа за обука за нивна соработка во барањето легитимни права од владите.

Сепак, квалитетот никогаш не треба да биде предуслов за слободата. Само целосно слободни медиуми може да бидат и целосно одговорни.

На саморегулацијата и на промоцијата на квалитетно новинарство гледам како на дополнителни чувари на медиумската слобода, а дури и на моќта на медиумите. Токму во овој дух, Водичот има за цел да им понуди информации на новинарите, уредниците, издавачите, студентите по медиуми, како и на владините претставници.

Овој Водич, кој е составен од прашања и одговори, практичен е и лесен за употреба. Не постои универзален модел што би можел како таков да биде применет насекаде. Според тоа, оваа публикација не се фокусира на конкретни држави, туку на широк спектар практични прашања. На кој начин функционираат сегашните механизми за саморегулација? Со какви предизвици се соочуваат тие? Како да се воспостават или зацврстат?

Секој дел нагласува одредени аспекти од медиумската саморегулација, вклучувајќи ја улогата на етичките кодекси и различните механизми за одговорност, како што се омбудсманите или советите за етика. Читателите, се надевам, ќе пронајдат решенија што би можеле да ги приспособат на условите во своите држави.

Се надевам, овој Водич ќе го поттикне натамошниот развој на медиумската саморегулација, ќе го зајакне квалитетот на новинарството и, според тоа, ќе помогне да се подобри севкупната состојба со медиумските слободи на теренот каде што дејствува ОБСЕ.

Дозволете ми да им искажам благодарност на владите на Франција, Германија и на Ирска за несебичната поддршка во креирањето на оваа оригинална публикација.



## Глава 1

# ЗАСЛУГИ НА МЕДИУМСКАТА САМОРЕГУЛАЦИЈА

Рамнотежа на правата и на одговорностите

*Од Миклош Харашти*

Медиумската саморегулација е заедничка заложба на медиумските професионалци да воспостават доброволни уредувачки насоки и да се придржуваат на нив во процесот на учење што е отворен за јавноста. Со тоа, независните медиуми го прифаќаат својот дел од одговорноста за квалитетот на јавниот дискурс во земјата, истовремено целосно чувајќи ја својата уредувачка самостојност во обликувањето на дискурсот.

## 1. Природата на медиумската саморегулација

### *Дали се однесува саморегулацијата на политичка содржина?*

Никогаш. Саморегулацијата не е цензура, ниту, пак, самоцензура. Станува збор за воспоставување минимални принципи на етика, точност, лични права и така натаму, додека истовремено целосно се штити уредувачката слобода во однос на нештата за коишто треба да се известува и за мислењата што треба да се изразуваат.

### *Дали се однесува саморегулацијата на непогрешливи медиуми?*

Никој не е совршен. Освен тоа, јавно искажаната критика секогаш ќе се смета за некоректна од оние што се под надзор. Саморегулацијата им помага на медиумите да одговорат на легитимните жалби и да ги коригираат грешките врз основа на методот 'проба – грешка'.

### *Кои се актерите?*

Саморегулацијата е залагање од медиумските професионалци кои се свесни за потребата од квалитет во одржувањето дијалог со јавноста. Воспоставен е механизам на поднесување жалби заради справување со оправданите грижи на рационален и автономен начин.

Очигледно дека само оние новинари, уредници и сопственици што се стремат кон создавање одговорни медиуми ќе се ангажираат во овој вид дијалог. Саморегулацијата може да биде воспоставена како во рамки на индустријата, така и во рамки на самите редакции.

Надвор од медиумите, главни подносителите на жалби вообичаено се политичките институции и јавните личности, со оглед на тоа што известувањето и коментирањето на нивните активности е важна работа за сериозните медиуми. Но, подеднакво заинтересирани партнери би можеле да бидат и протагонистите од граѓанското општество, како што се бизнис организациите, трудовите организации, религиозните и малцинските организации, традиционалните и нововоспоставените групи од интерес и, секако, поединечни претставници на публиката.

***Зошто е добра медиумската саморегулација?***

Преку промовирањето стандарди, саморегулацијата му помага на кредибилитетот на медиумите кај публиката. Ова е особено добредојдено во новите демократии, од кои повеќето се со нови до независни медиуми. Медиумската саморегулација помага да се убеди публиката дека слободните медиуми не се неодговорни.

Во исто време, саморегулацијата го штити правото на новинарите да бидат независни и да им се суди за професионалните грешки од нивните колеги, а не од оние што поседуваат моќ.

Кога станува збор за коригирање на фактичките грешки или прекршувањето на личните права на медиумите, задоволството од одлуките на саморегулаторните тела го намалува притисокот врз судскиот систем за санкционирање на новинарите.

***Зошто е добра саморегулацијата во медиумите за јавноста?***

Сосема природно е за публиката на медиумите да бара гаранции за вредноста на новинарските информации. Етичките кодекси обезбедуваат насоки за уредувачките стандарди, додека механизмите за жалење нудат еден вид „гаранција за квалитетот“.

Жалбите до саморегулаторните тела се доставуваат бесплатно, за разлика од судските постапки. Ова е значителна предност за просечниот граѓанин. За политичарите кои се жалат постојат придобивки, како што се брзото решавање на споровите, како и задоволството од тоа грешките да се признаат јавно и доброволно од медиумите.

***Зошто е добра медиумската саморегулација за демократијата?***

Демократијата не се однесува само за споровите. Станува збор и за една заедничка култура на оспорување на рационален и чесен начин. Владите, дури и кога се слободно избрани, учесници се во политичката борба и, според тоа, не одговараат најдобро на потребата за примена на рационалност и чесност. Освен тоа, демократијата е неспоива со државниот надзор над медиумите. Медиумската саморегулација е обид да се воспостави политичка култура во демократијата, што ќе

биде независна од политичките актери. Таа, исто така, ја унапредува транзицијата од медиумите кои се во сопственост на владата кон медиуми кои се во сопственост и се контролирани од граѓанското општество.

### **Пет причини за медиумите да развијат саморегулација**

1. Таа ја штити уредувачката слобода;
2. Помага да се намали државното влијание;
3. Промовира квалитет во медиумите;
4. Доказ е за медиумската одговорност;
5. Им помага на читателите да им пристапат на медиумите.

## 2. Медиумска саморегулација наспроти регулација на медиумите

### *Дали се неопходни медиумските закони?*

Да, до одредено ниво. Но, медиумите единствено може да ја спроведуваат својата суштинска улога како набљудувач на владата доколку постои што помалку државна контрола.

Во општествата што се на пат кон демократијата, неопходни се уставни и правни гаранции за да се овозможи слободата во медиумите да биде извршна. На пример:

- Уставите треба да ја забранат цензурата и да ја заштитат слободата на изразување;
- Законите треба да го гарантираат слободниот пристап до владини информации и да ги заштитат новинарите од тоа да бидат принудувани да ги откриваат доверливите извори на истражувачки стории;
- Регулативите треба да гарантираат фер и транспарантно администрирање на медиумскиот бизнис, како што е регистрација, лиценцирање, откривање на сопственоста и оданочување.

Во демократијата, неизбежните исклучоци од слободата на изразување мора да бидат определени според закон. Но, со цел да се задржи бестрашната дебата за јавните прашања потребно е да се криминализираат само мал број видови прекршувања преку говорот. Тие вклучуваат зборови или слики што јасно и несомнено го загрозуваат владеењето на правото, мирот во општеството или безбедноста на поединците, како, на пример, поттикнување насилство, повикување на дискриминација или дистрибуција на детска порнографија.

Говорот со кој „едноставно“ се шокира, вознемирува или се навредува треба да биде третиран во судовите за граѓанско право. Истото се однесува и на говорот што ја нарушува приватноста, го навредува достоинството или ја клевети честа, дури и доколку се прави свесно од невнимателните и непрофесионални новинари.

### ***Дали може владините регулации да ѝ наштетат на слободата на медиумите?***

Несоодветните законски ограничувања донесени од слободно избраните влади може да бидат речиси исто репресивни, како и диктаторското самоволие во минатото. Ова е особено случај кога се создаваат законски ограничувања (или се злоупотребуваат) со јасна намера да се елиминира независното известување и мислење. Ваквите злонамерни медиумски закони можат, на пример:

- Да ги дискриминираат недржавните медиуми, за сметка на сè уште постојните медиуми во државна сопственост, на пример, во администрацијата во областите како што се регистрацијата, оданочувањето, печатењето, претплатата и дистрибуцијата;
- Нефер контрола врз издавањето радиодифузни лиценци;
- Криминализирање на издвоените мислења или непожелните истражувачки стории;
- Користење селективен пристап во примената на кривични или граѓански одредби со кои се штитат личните права.

### ***Дали може владините регулативи несвесно да ѝ наштетат на слободата на медиумите додека заштитуваат други слободи?***

Повторно, патот кон непотребното законско мешање е поплочен со добри намери и поттикнато од вистинската потреба на јавноста за стандарди во новинарството. Многу непотребни ограничувања се наменети за „да помогнат“ да се зацврсти етиката и квалитетот или „рамнотежата“ во слободата на медиумите, во споредба со други, важни, вредности како што се безбедноста, мирот во општеството или личните права. Со надеж дека ќе се елиминира јавната дебата која избобилува со омраза, владите често ги надминуваат легитимните ограничувања за криминализација на говорот и дозволуваат гонење на сите видови нетолерантен, дискриминаторен говор или, едноставно, гледиштата што ги навредуваат другите. Таквите закони имаат тендеција да ги наметнат само вкусовите на владејачкото парламентарно мнозинство.

Освен тоа, демократиите може да бидат бавни во отстранувањето на рестрикциите на говорот што биле наметнати во времињата кога се применувале различни стандарди. Таквите примери би можеле да го опфатат следново:

- Криминализација на невредата и клеветата, наместо предавање на овие случаи на граѓанските судови;
- Казнување за „нарушување на тајноста“ на граѓани, вклучувајќи ги и новинарите, наместо ограничување на ова кривично дело на оние што имаат службена должност да ги заштитат тајните;
- Посебна заштита на високи службеници од вербални злоупотреби.

### ***Дали ги прават владините регулативи медиумите непрофесионални или повеќе етични?***

Не. Вистинските етички стандарди може да се создадат само од независни медиумски професионалци и може да се почитуваат од нив само доброволно. Без разлика дали поминуваат со добра волја или не, секој обид да се наметнат стандарди врз новинарите со помош на законот ќе резултира со своеволно ограничување на нивните легитимни слободи и ограничување на слободниот проток на информации во општеството.

Секако, јавните радиодифузни медиуми кои се платени со парите од даночниците со закон се обврзани да известуваат и да коментираат на објективен, чесен и етички начин. Но, барањата за јавниот сервис, исто така, мора да бидат формулирани и наметнати од независни професионални тела, а единствено ќе функционираат доколку политичарите се ограничат од мешање во уредувачката работа.

### ***Што доаѓа прво: слободата или квалитетот?***

Квалитет и саморегулирањето не смеат да бидат третирани од владите како предуслов за гарантирање на целосна слобода; напротив, етичкото новинарство може да се развие само во атмосфера на загарантираната слобода. На воздржаноста на новинарите мора да ѝ претходи и да биде придружена со воздржаност од владата во справувањето со медиумите.

### ***Дали може саморегулацијата да фигурира во законот?***

Тоа би било од помош само во една смисла: за да се обезбеди дека етичките одлуки на саморегулаторното тело нема да се користат во судот на правдата од критикуваните медиумски професионалци, државата или од оштетеното лице.

### ***Дали може саморегулацијата да помогне во промовирање на подобри закони?***

Да, може, но не преку понуда на самоцензура. Саморегулираните медиуми може многу поефективно да се борат за укинување на непотребните регулативи преку:

- Убедување на јавноста дека медиумите се свесни за потребата од стандарди;
- Откривање и обезличување на корупцијата во медиумите;
- Понуда за решавање жалби во оправдани случаи.

### ***Што може да сторат владите за да ја промовираат саморегулацијата?***

Владите најдобро може да ја промовираат саморегулацијата преку:

- Одбивање на државната контрола врз медиумите;
- Обезбедување целосна слобода од владино влијание врз медиумите;
- Одржување плурализам во медиумите преку антимонополски мерки.

### **Меѓународни правни стандарди во однос на медиумските регулативи**

Универзалната декларација за човекови права и Европската конвенција за заштита на човековите права и основни слободи овозможуваат слободата на изразување да биде право на секој човек.

Граѓаните кои сметаат дека нивните права на говор се скратени може да се обратат до Европскиот суд за човекови права во Стразбур, доколку не се задоволни од правните механизми во нивните земји.



Судската пракса на Европскиот суд за човекови права го утврди „трипартитниот тест“ за мерење на коректноста на медиумската регулација. За да биде компатибилна со слободата на изразување, регулативата треба да биде:

- Определена со закон;
- Да исполнува легитимна цел;
- Да биде неопходна во демократското општество.

Според тоа, ако има помалку рестриктивни методи за да ги задоволи легитимните регулаторни цели, повеќето рестриктивни методи не успеваат во однос на стандардите за заштита на плурализмот и слободата на изразувањето.

Граѓаните кои сметаат дека е скратено нивното право на говор, исто така, може да се обратат до Комитетот за човекови права на Обединетите нации на:

<http://www.ohchr.org/english/bodies/hrc>

Образложението за начинот на пополнување на жалбите се наоѓа на:

<http://www.ohchr.org/english/bodies/petitions/individual.htm#ccpr>

Членките на ОБСЕ, во период од 30 години од донесувањето на хелсиншките договори, усвоија многубројни обврзувачки документи за слободата на медиумите. Тие може да се најдат на:

[www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253\\_108\\_en.pdf](http://www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253_108_en.pdf)  
(на англиски јазик)

[www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253\\_108\\_ru.pdf](http://www.osce.org/publications/rfm/2003/10/12253_108_ru.pdf)  
(на руски јазик)

Претставникот на ОБСЕ за слобода во медиумите ([www.osce.org/fom](http://www.osce.org/fom)) промовира усогласеност со овие заложби преку рано предупредување и препораки.

### 3. Промоција на заемна почит и културно разбирање

#### ***Дали ги ослободува саморегулацијата медиумите од конфликти?***

Не. Ниту добрите закони, ниту етиката можат целосно да ја задоволат јавноста околу тоа што го прават медиумите. Слободните медиуми, вклучувајќи ги и тие што работат квалитетно, секогаш ќе ги вознемируваат оние што се засегнати од откриените факти, од изнесените мислења или, едноставно, поради тоа што се плуралистични.

Саморегулацијата не е замислена да го намали нивото на гласност во демократијата. Таа е замислена како прифатлива музика за јавноста, која особено во новите демократии ја смета вжештената дебата за непријатна доколку ѝ се чини дека е неоснована. На крајот на краиштата, јавноста и политичарите мора да прифатат дека слободата на изразување значи, според зборовите на Европскиот суд за човекови права, „правото да се шокира, вознемирува и навредува“. Медиумите имаат силен интерес во тоа да ја направат таа слобода не само поднослива туку и пријатна. Одговорната саморегулација е начинот да се постигне тоа.

#### ***Дали постои глобална културна криза околу слободата на медиумите?***

Во 2006 година се случија масовни протести од муслимани против секуларниот уметнички приказ на исламски теми, по објавувањето на карикатурите на кои се прикажува пророкот Мухамед. Протестите го потврдија постоењето на еден нов, глобален, вид на тензија околу слободниот печат, слично на она што постоело на национално ниво со векови претходно, во зората на слободата на изразување.

Карикатурите беа, најпрво, објавени од данскиот весник *Jyllands – Posten* во контекст на одбрана на слободата против заплашување. Тие подоцна беа повторно објавени од голем број медиуми, и како прашање за информирање и во знак на солидарност. Муслиманските протести, од

кои некои се претворија во насилство, беа, исто така, делумно засновани на вистинскиот бес околу неучтивата содржина на цртаните филмови. Оваа криза покажа дека печатот повеќе не може да го брани своето традиционално право да ги исмева дури и воспоставените религии. Во ера на порозни граници, медиумите мора да биде културно сензитивни на глобално ниво.

### ***Дали постои глобална улога на саморегулацијата?***

Почитта на традициите треба да биде заемна. Она што го бараа многу демонстранти, а и некои влади, беше државна вмешаност во работата на медиумите. Глобалноста на културниот судир не ја менува вистината дека владите не треба да играат улога во бизнисот на одговорното новинарство. Саморегулацијата е вистинскиот начин да се поттикне професионализмот и глобалната одговорност. Изданијата кои навредуваат одредени делови од општеството или се неодговорно игнорантни спрема глобалниот контекст треба да се предмет на работа на саморегулаторните етички тела за квалитетни медиуми.

### ***Каква улога може да има медиумската саморегулација во промовирањето заемна почит и културно разбирање?***

Медиумските професионалци имаат голема одговорност за квалитетот на дискурсот во општеството и во светот. Во време на зголемени општествени или верски недоразбирања, од голема важност е медиумите да не ги разгоруваат овие тензии. Кодексите на однесување треба да ја соберат и да ја резимираат мудроста на медиумите околу ова прашање.

Нема потреба да се ограничува слободата на говорот заради повеќе почит и повеќе внимание. Зголемената свест за различните култури и подобриот одговор на глобалните императиви треба да бидат дополнување на слободата на говорот, а не нејзино ограничување. Од друга страна, зголемена чувствителност не треба да значи задушвање на критиката и дебатата меѓу културите. Не само што треба да биде заштитен плурализмот туку и динамиката без која нема да има напредок и без која светот би се состоел само од цивилизации одделени со ѕидови.



## Глава 2

# ВОСПОСТАВУВАЊЕ НОВИНАРСКИ ЕТИЧКИ КОДЕКСИ

Суштината на медиумската саморегулација

*Од Јавуз Бајдар*

Кодексите на етика јавно ги дефинираат функциите, правата и должностите на новинарите и, на тој начин, на новинарите им обезбедуваат водечки принципи за тоа како да ја применуваат својата професија. Имињата на овие кодекси се разликуваат: етички стандарди, етички повелби, кодекси на однесување, кодекси на работа, кодекс на етика, итн. Сепак, сите тие имаат слични цели: заштита на автономијата на професијата и служење на јавниот интерес. Овде најчесто ќе го користиме терминот „Кодекс на етика“.

Оваа Глава обезбедува практични информации за создавање и користење на таков кодекс. Тоа објаснува зошто секој кодекс е од суштинско значење и е уникатен, на кој начин медиумските професионалци треба да бидат вклучени во неговото создавање и функционирање, и како тој треба да се промовира и да се менува.

## 1. Етичките кодекси се од суштинско значење за одговорно новинарство

### *Зошто се неопходни кодексите?*

Во демократиите, новинарите уживаат заштитени права и привилегии кои гарантираат слобода на основање различни медиуми, движење во јавноста за да се соберат факти и ставови, дистрибуција на вести и барање одговорност. Од друга страна, новинарите мора да биде одговорни. Тие мора да работат со чиста совест и со транспарентни цели.

Неминовно, ќе има времиња новинарите кога ќе ги тестираат границите на своите слободи во име на одбрана на јавното добро. Доколку новинарите работат според договорените етички стандарди на однесување - врз основа на точност, праведност, независност и одговорност - тие со помала веројатност ќе паднат на законот. Всушност, кодексите на етика обезбедуваат доминација на слободата на медиумите.

### *На кои новинари се однесуваат кодексите?*

Доброто новинарство е во интерес на јавноста. Тоа нуди точни, вистинити и урамнотезени вести, им дава глас на безгласните и содржи разноликост на гледишта што ги бара дадена сторија. И додека во исто време е слободно да заземе страна, тоа мора јасно да прави разлика меѓу фактите, коментарите и мислењата, за разлика од „пропагандното новинарство“, камуфлираното „мисионерско новинарство“ или таблоидното новинарство, кое се користи за дадени каузи или интереси. Сите добри новинари мора континуирано да им посветуваат внимание на кодексите на етика.

### *Кој има придобивки од кодексите на етика?*

Секој. За сопствениците на медиумите и издавачите, кодексот е заштита против критиките и законските постапки; за новинарите, тие

се стандард врз основа на кој може да се оцени нивната работа; за јавноста, тие се гаранција дека информациите што ги добива се фер, точни и проверени.

## 2. Кодексите за етика се разнолики

### *Зошто етичките кодекси се разликуваат од држава во држава?*

Прво, традициите во новинарството се разликуваат од една во друга држава. Второ, некои држави дејствуваат или реагираат малку побавно, отколку други во развивањето и надградбата на таквите насоки. Трето, и најважно, постојат различни видови чувствителност во рамки на општеството, врз основа на природата на демократијата и на социо-културните, етничките и религиските кодекси на однесување. Овој вид чувствителност често се рефлектира и во новинарските содржини.

### *Дали може да има различни кодекси во иста држава?*

Да, весниците, радио - станиците, телевизиските канали и Интернет - страниците се различни и флуидни, како што е и самата содржина во новинарството. Секој медиум може да развие свој кодекс на етика, во согласност со своите потреби.

### *Дали вреди да се има еден унифициран кодекс во државата?*

Не е неопходно. Постоенето на еден кодекс би можело да биде соодветно, односно еден за печатените и еден за електронските медиуми. Еден широкоприфатен кодекс на национално ниво би можел да се користи како главен ресурс за различни видови кодекси. Меѓународната пракса покажува дека она што е важно е заложбата од секој медиум за своите стандарди. И, навистина, во ретки случаи заедничкиот кодекс би можел дури да предизвика и индиферентност или запоставување.



### 3. Содржината на секој етички кодекс е уникатна

#### *Што го прави кодексот да биде добар?*

Напишан е на јасен јазик; сеопфатен е и компактен и континуирано е предмет на разгледување и редовно се менува.

#### *Дали постои модел на кодекс што може да се користи низ светот?*

Не. Може да изгледа дека е пожелно, но примената би била многу тешка. Сепак, некои насоки почесто се споменуваат отколку други, како на пример оние што ги креираат меѓународните новински агенции или квалитетни весници, како што е *Вашингтон Пост*. Весниците се свесни и се под влијание на различни национални, локални и приватни кодекси. Ова промовира добри стандарди.

#### *Кои се најчестите етички принципи?*

Прашањето околу приватноста стана значително поважно во последниве години, а барањата поврзани со нарушувањето на приватноста во кодексите станаа уште посериозни. Саморегулација ја штити и слободата на изразување и граѓаните од злоупотребата на оваа слобода, а овие две нешта често доаѓаат во конфликт. Потребна е јасна дефиниција за она што е од јавен интерес. Кодексот може да ја дефинира приватноста и приватните сфери, како и основите на кои луѓето можат да се жалат во врска со упадот на медиумите во нивните приватни животи.

#### *Дали треба кодексот да опфати прашања околу вкусовите и пристојноста?*

Перцепциите за вкус и пристојност варираат од еден медиум до друг, како и од една држава во друга, а се во постојана состојба на менување како што се менуваат и општествата. Најквалитетните весници имаат стриктни правила за вкусовите и пристојноста, а сите медиуми треба да се обидат да ги дефинираат овие концепти и да ги ажурираат за да ги рефлектираат промените во јавното мислење.

Делови од публиката кога сметаат дека нешто е навредливо во вестите и коментарите, ова, во основа, влијае врз кредибилитетот на медиумите. Весниците треба да погледнат подалеку од своите редовни публикации, со цел да избегнат ненамерно да ги навредат читателите кои не се редовни.

### ***Какви треба да бидат етичките насоки кога се известува за тероризам?***

За актите на тероризам треба да се известува точно и одговорно. Потребно е посебно внимание околу речникот што ќе се користи, со што би се избегнало поддршка на актите на насилство, а потребно е да се елиминираат термините кои содржат емоционални или вредносни судови. Терминот „тероризам“ се толкува на различни начини. Или како што наведува Би-Би-Си: „самиот збор ‘терорист’ може да биде бариера наместо помош во стекнувањето разбирање. Новинарите треба да се обидат да го избегнуваат терминот, без соодветно да го атрибуираат. Тие треба да им дозволат на другите луѓе да карактеризираат додека самите тие известуваат за фактите“.

Деталните описи на она што се случило, со избегнување на термини како „борци за слобода“ или „терористи“ го подигнуваат кредибилитетот меѓу публиката. Целите на новинарот остануваат исти како при известувањето за која било сторија: да им се дозволи на читателите самите да носат проценки.

### ***Какви треба да бидат етичките насоки во мултикултурните општества?***

Етичките кодекси треба да опфатат насоки кои се експлицитно поврзани со малцинските прашања. Примерот со британската Комисија за жалби покажува што може да биде направено. Нејзиниот Кодекс на уредувачки практики содржи посебна реченица за антидискриминацијата: „Медиумите мора да одбегнат укажувања на расата, бојата на кожа, религијата, полот, сексуалната ориентација или физичката или менталната болест или неспособност на поединецот што содржат предрасуди или пејоративни изрази. Поединостите околу расната припадност, бојата на кожа, религијата, сексуалната ориентација, физичката или менталната болест или неспособност мора да се одбегнуваат, со исклучок на ситуациите кога тие се релевантни за приказната“.

Ова, на пример, значи дека кога известува новинарот за криминал тој не треба да ја спомене расната припадност или етничкото потекло на осомнечниот, со исклучок на ситуациите во кои полицијата обезбедила опис на поединецот по кој трага (на пример, „белец“ или „жена со азиски црти“). Овој принцип нашироко се почитува во Велика Британија, а Комисијата за жалби остро ги критикуваше весниците кои го прекршија Кодексот кога грубо ги напаѓаа имигрантите.

### **Полиња што се покриваат со Етичките насоки на Би-Би-Си:**

1. Точност
2. Непристрасност и различни мислења
3. Чесност, соработници и согласност
4. Приватност и јавен интерес
5. Криминал и антисоцијално однесување
6. Штета и навреда
7. Деца
8. Политика и јавна политика
9. Војна, терор и вонредни ситуации
10. Религија
11. Уредувачки интегритет и независност
12. Надворешни односи
13. Интеракција со публиката
14. Законот
15. Одговорност

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

## 4. Креирање етички кодекс: улогата на медиумските професионалци

### *Кој треба да биде одговорен за креирање кодекс?*

Новинарите. Квалитетот на весникот се дефинира според одредени компоненти – точност, праведност, рамнотежа, искреност, и така натаму – што ја префрла одговорноста за креирање на кодексот во рацете на професионалците кои придонесуваат за негова продукција.

### *Дали треба да бидат консултирани групи во индустријата/ сопственици на медиуми?*

Не е неопходно. Доколку сопствениците на медиумите се активни новинари во медиумот, тие треба да бидат консултирани. Во некои, ретки, случаи кодексот може да биде предмет на одобрување од индустријата. Но, конечната одговорност треба да биде во рацете на уредниците.

### *На кој начин новинарите и уредниците се убедуваат да скицираат кодекс?*

Новинарите и уредниците мора во центарот на своето внимание да го имаат својот кредибилитет. Ова станува уште потешко кога јавноста е пософистицирана и е повеќе навикната на интеракција со медиумите преку Интернет и веднаш добива брзи и сигурни одговори. Во многу општества, нивото на образование и „новинска писменост“ рапидно се зголемува и јавноста е посвесна за пристрасноста и дисторзијата во вестите. Применетиот етички кодекс им помага на медиумите да се соочат со овие предизвици и да одржуваат чесен однос со своите читатели. На долг рок, етичкиот кодекс станува моќна комерцијална алатка и компетитивен инструмент.

### ***На кој начин издавачите/сопствениците на медиуми се убедуваат да го почитуваат кодексот?***

Применливи се сите аргументи наведени погоре. Освен тоа, почитувањето на постојниот етички кодекс значително го намалува ризикот од статутарна интервенција и скапи правни мерки. Алтернативата на кодексот е судницата.

### ***На кој начин новинарите се убедени да го почитуваат кодексот?***

Преку свесност: Раководството мора да овозможи редовна дискусија на етичките прашања од вработените, а не само кога се појавува некое конкретно прашање. За стандардите може да се учи внатрешно од почитувани и искусни уредници. Колку што поактивно се дискутира за овие прашања, толку се посилен и заложбите.

Преку контрола: Голем број весници именуваат независен омбудсман за да ја контролира содржината, и како одговор на жалбите на читателите и како независна иницијатива. Проценката на омбудсманот, врз основа на етичкиот кодекс, се објавува или емитува. Со ова се овозможува да се одржува свесноста за кодексот и институционалната култура во која новинарите на етичкото однесување гледаат како на норма.

Со „стап и морков“: Посветените медиуми треба редовно и јавно да го наградуваат етичкото однесување и да опоменуваат за престапот. Пофалбите и критиките се ефикасни алатки за усовршување на квалитетот на професионалното однесување.

### ***Што да се преземе доколку новинарите не се согласуваат со некои правила во кодексот?***

Новинарите мора да се придржуваат на основните стандарди што се поставени од институцијата во која се вработени. Со прифаќање на работата се подразбира дека го одобриле кодексот на етика, односно компасот кој го спречува отстапувањето од прифатените стандарди за добро новинарство.

Некои медиуми определуваат и формална обврска во договорите за работа според која новинарите треба да се придржуваат кон кодексот. Други претпочитаат необврзувачки пристап, во комбинација со силна посветеност на етиката.

## 5. Креирање етички кодекс: улогата на владата и на општеството

### *Каква треба да биде улогата на владата во скицирањето и усвојувањето на кодексот?*

Владата не треба да биде активен учесник. Медиумските професионалци се тие кои се единствено одговорни за подготовка на етички кодекс. Вмешувањето на власта ќе ја узурпира независноста на проектот.

### *Каква треба да биде улогата на општеството во формулирањето на кодексот?*

Советодавна. Оние што го скицираат кодексот треба да бараат правна помош, да се осврнат на претходни кодекси и да консултираат домашна и меѓународна литература. Тие треба да ја слушаат публиката и тие кои се информирани. Гледиштата на други професионалци, односно законодавни претставници, адвокати, академици, исто така, треба да бидат земени предвид. Граѓанските организации, а особено оние што застапуваат интереси што би можеле да предизвикаат етички проблеми кога ќе се известува за тоа во медиумите ќе имаат ставови кои бараат почитување и треба да бидат консултирани. Сепак, мора да се запомни дека овие професионалци и организации имаат свои посебни интереси и нивните сугестии треба да бидат гледани со критичка дистанца и со голема грижа.

Потребно е да им се даде приоритет на гледиштата на новинарите, кои треба да ја штитат својата уредувачка независност во скицирањето на етички кодекс за нивната професија на исто толку посветен начин како за која било друга публикација.

## **6. Кодексите за етика треба редовно да бидат менувани и промовирани**

### ***Зошто треба да бидат менувани кодексите?***

Општествата континуирано се менуваат. Ова влијае врз начинот на кој се прибираат, оценуваат и дистрибуираат вестите. Новите дилеми, истражувања и размислувања влијаат врз начинот на кој работат новинарите. На пример, неодамна беше докажано дека начинот на кој се известува за самоубиства може да поттикне одредени луѓе да го имитираат ова штетно однесување. Новинарите се под притисок да не охрабрат такво однесување и, според тоа, потребно е соодветно да ги променат етичките кодекси.

### ***Кога треба да бидат изменети кодексите?***

Предупредувачкиот знак е кога не може кодексот да одговори на некои дилеми што произлегуваат во текот на продукцијата на вестите. Кога се согласуваат новинарите дека има недостатоци или празнини во кодексите за етика, време е тие да бидат сменети и да се направат дополнувања.

### ***Кој треба да биде одговорен за измените?***

Доколку станува збор за етички кодекс на новинарска организација – федерација, здружение или сојуз, тоа може да биде комисија од професионални новинари коишто се назначени од организацијата. Доколку станува збор за кодекс на медиумот, тоа може да биде група на искусни новинари коишто се именувани од главниот уредник, кој, исто така, би можел да биде вклучен.

### ***Што треба да се направи за сите новинари да знаат дека постои кодекс?***

Доколку етичкиот кодекс е издаден од новинарска организација, тогаш таа организација треба да ја подигне свеста преку известување на изданијата и/или веб-страниците, за време на дискусии, конференции, радио и ТВ дебати.

Доколку кодексот е издаден од медиум, неговото раководство треба да ги извести вработените преку внатрешна комуникација и дискусии, обезбедувајќи континуиран пристап до него и охрабрувајќи ги да го користат секогаш кога е неопходно.

Етичките прашања треба да бидат опфатени на универзитетите преку курсеви за професионална обука.

### ***Дали треба и публиката да биде свесна за постоењето на кодексот?***

Публиката, односно читателите, слушателите, гледачите и корисниците на Интернет, треба да бидат свесни дека медиумите имаат етички кодекси и тие се користат. Од суштинско значење е да се одржува кредибилитетот, достапноста и довербата.

Кодексите треба да се објавуваат во вестите и коментарите во самите медиуми. Тие треба да бидат ставени и на Интернет страниците на медиумите. Прекршувањето на кодексите и одлуките треба да бидат објавени што е можно побргу. Извештаите од омбудсманот, доколку медиумот има таков, треба да се повикуваат на кодексот, секогаш кога е соодветно.



## Глава 3

# САМОРЕГУЛАТОРНИ ТЕЛА

Да се обезбеди почитување на етичките кодекси

### Од Вилијам Гор

Подготовката на етички кодекс е само првиот чекор кон ефективна медиумска саморегулација. Од суштинско значење е да се воспостави тело за надзор и за санкции против оние што ги прекршуваат правилата.

Овие тела може да имаат различни форми. Главните видови се омбудсман и саморегулаторни совети за етика, коишто се опишани во другите глави.

Во оваа глава се споредува моќта на саморегулаторните тела со судските процедури, се оценува моќта на моралните санкции, се проучува до кој степен саморегулаторните тела може да соодветствуваат на сите видови медиуми и се истражуваат аспектите на управување со жалбите, како што се временските ограничувања, свеста за правото на жалење и потребата да се биде проактивен.

## 1. Веродостојна алтернатива на судските постапки

### ***Зошто е корисно саморегулаторното тело?***

Саморегулаторните тела ги утврдуваат границите меѓу легитимните права на слободните медиуми и легитимните права на луѓето кои привлекуваат медиумско внимание. Тие обично го прават ова преку испитување на поплаките наспроти договорениот етички кодекс и проценуваат дали се прекршени неговите правила. На тој начин обезбедуваат насоки за новинарите и јавноста за тоа кои практики се прифатливи и стандардите кои се очекуваат од медиумите. Преку разгледување на жалбите може да се зголемат професионалните стандарди.

### ***Зошто да се воспостави тело за разгледување на жалбите кога веќе ја обезбедуваат оваа услуга судовите?***

Додека судовите мора да имаат улога во придржувањето на законот, во демократијата медиумите треба да бидат ослободени од големо политичко и судско мешање. Подобрно е медиумите да се согласат да се регулираат самите или да го доделат регулирањето на независно тело. Читателите имаат повеќе доверба во весниците што сакаат да преземат одговорност за своето дејствување.

Постојат и практични придобивки. На пример, трошоците за жалителите треба да се пониски отколку кога се вклучени адвокати. Времето што е потребно за решавање по жалбите е пократко, промените на регулативите се прават побрзо, а процесот треба да биде помалку конфронтирачки отколку кога проблемот се решава во судница.

### ***Дали во исто време може да се поднесе жалба до судовите и до саморегулаторното тело?***

Пожелно е да не е случи тоа.. Саморегулаторните тела најдобро функционираат кога двете страни во спорот се соочуваат со медијација и случаите се решаваат преку корекции, извинувања и така натаму. Ова е потешко да се постигне доколку во исто време е во тек и судска

постапка. Медиумите може помалку да сакаат да соработуваат со саморегулаторното тело доколку страхуваат дека нивните заложби за решавање на жалбите спогодбено ќе бидат искористени против нив во суд.

## 2. Моралната оштета е моќна

### *Каков вид санкции треба да бидат искористени од саморегулаторното тело?*

Главната санкција е „критичката одлука“ која мора да биде објавена од медиумот против кој е поднесена жалба, со самото тоа што на доброволна основа се приклучил на системот. Ова ги принудува уредниците да признаат пред вработените, колегите и читателите дека направиле лоша проценка и не успеале да се придржуваат на стандардите за кои се согласиле дека ќе ги применуваат.

### *Дали се ефикасни моралните санкции ?*

Комисијата за жалби во Велика Британија покажа дека најголем дел од жалбите се решаваат спогодбено. Ова е случај поради тоа што уредниците избегнуваат да се поднесуваат жалби против нив, секогаш кога е тоа возможно, што е знак за тоа колку ефективна може да биде заканата од критичка одлука. Моќта на моралните санкции не смее да биде потценета.

### *Дали казнувањето на весниците не е подобра казна?*

Доброволното регулирање е најнефективно санкциите кога не подразбираат финансиски казни. Секој систем што подразбира финансиски казни станува полегалистички и конфронтирачки, со тоа што адвокатите се расправаат околу големината на казните што треба да се наметнат. Ова го разводнува сеона што ги прави саморегулаторните тела да бидат практични и корисни.

Постои евиденција дека финансиските казни не се толку ефективна казна за весниците, бидејќи зголемената продажба од некоја сензационалистичка сторија може да ги компензира последователните казни. Освен тоа, влијанието на паричните казни значително и неправедно ќе варира, во зависност од благосостојбата на засегнатиот весник.

Во секој случај, саморегулаторното тело ќе има сериозни потешкотии за воведување парични казни или компензација, освен ако има законска основа, а тоа, секако, би било во конфликт со идејата за постоење саморегулаторен систем.

### ***Дали треба саморегулаторното тело да има моќ за доделување компензација?***

Паричен надоместок, во основа, не се доделува на успешните жалители од истите причини поради кои обично не се изрекуваат казни.

### ***Дали треба саморегулаторните тела да имаат моќ за суспендирање новинари или весници?***

Постојат сериозни потенцијални проблеми околу ова. Прво, спречувањето на протокот на информации од медиумите кон јавноста нанесува штета на општиот принцип на слободата на медиумите. Суспендирањето на изданието ја казнува јавноста, исто како и весникот. Второ, може да изгледа нефер да се казнат одредени новинари во систем кој се заснова на преземање одговорност од уредниците за она што е објавено.

### ***Дали треба правото на одговор да се гарантира од законот?***

Ова е непотребно и непрактично. Не е соодветно судиите да определуваат кога ќе биде доделено таквото право. Многу подобро е да донесе одлука саморегулаторното тело.

### ***Дали треба саморегулаторното тело да обезбеди автоматско право на одговор?***

Комисијата за жалби во Велика Британија не верува дека поединците треба да имаат автоматско право на одговор на тврдењата за нив. Наместо тоа, Комисијата смета дека таквата фер можност за одговор на некоректните информации мора да биде дадена „кога тоа е оправдано“. Некои други саморегулаторни тела сметаат дека треба да биде обезбедена можност на одговор на критиката секогаш кога се посочува на поединец или организација. Сепак, постои опасност дека ова може да ја задуши слободата на медиумите за вршење надзор и за критика, поради што прашањето околу „правото на одговор“ е чувствително.

### **Правото на одговор како што е дефинирано од Комисијата за жалби во Велика Британија**

Точката 1 (прецизност) на Кодексот за работа на Комисијата за жалби вели дека „медиумите мора да се грижат да не објавуваат неточни, погрешни или искривени информации“ пред да додаде дека „значителната неточност, лажните изјави или нарушувања, откако ќе бидат препознаени, мора да се коригираат, веднаш и со соодветно истакнување на тоа...“

Точката 2 (можност да се одговори) од Кодексот вели: „Фер можност на одговор мора да биде дадена кога постои основана причина за тоа.“ Самата Комисија треба да реши кога е „разумно“ да се даде можност за одговор.

### ***Дали треба жалителите да имаат можност да се жалат на одлуките на саморегулаторното тело?***

Потребно е да постои механизам за жалителите дополнително да реагираат доколку има на располагање нови докази или ако тие имаат доказ дека нивната жалба е погрешно разбрана. Жалбите, исто така, би можело да бидат дозволени доколку телото не успеало соодветно да ги исполни своите процедури. Во Велика Британија, доколку Комисијата за жалби погрешно ги адресирала претставките, жалби може да се поднесат до Омбудсманот, Комесарот за Повелбата, кој е назначен од Комисијата, но дејствува независно. Комесарот може само да ги испита поплаките во врска со самата постапка, но не и околу суштината.

Во Велика Британија, одлуките донесени од „јавните власти“ може да бидат оспорени во судовите, со користење постапка наречена „судска ревизија“. Никогаш не беше формално определено дали Комисијата за жалби на Велика Британија е „јавна власт“, но Комисијата не ја оспори можноста дека нејзините одлуки, во теорија, ќе бидат отворени за ваков вид проверка. Во периодот од 15 години постоење, само три случаи се разгледани од судовите. Во сите овие случаи, судијата констатира дека Комисијата е соодветно тело за донесување одлуки за тоа дали бил прекршен Кодексот на пракса во новинската индустрија и донел одлука дека Комисијата правилно ги следела своите процедури. Како резултат на тоа, судиите не ја разгледале суштината на одлуките на Комисијата.

Дали постојат слични процедури во други држави зависи од статусот на саморегулаторното тело и природата на правните структури на државата.

### **3. Временските ограничувања на жалбите се неопходни**

#### ***Дали треба да постои временско ограничување за жалбите?***

Повеќето саморегулаторни тела определуваат рок во кој мора да се поднесат жалби. Овој рок изнесува од околу еден месец до над шест месеци од објавувањето или на крајот на секоја ефективна преписка меѓу тужителот и уредникот (под услов дека жалбата е поднесена веднаш по објавувањето).

#### ***Зошто се определуваат временски ограничувања?***

Жалбите најнефективно се истражуваат кога се уште свежи околностите во мислите на оние што се вклучени и додека темата во написот или прилогот останува релевантна. Поткрепувачките докази - како што се белешките на новинарите - е помалку веројатно дека ќе бидат достапни доколку се однесуваат на нешто што се случило долго време пред да се поднесе жалба. Исто така, мерките на телото за саморегулација, како, на пример, извинување, корекции или критични пресуди, се позначајни кога се појавуваат веднаш.

#### ***Дали се применуваат временските ограничувања кога се прави копија од написите?***

Некои саморегулаторни тела го сметаат копираниот, односно спуштениот, материјал како за неодамна објавена содржина. Според тоа, материјалот што е на располагање на веб-страницата на весникот, во основа, може да се обжали, дури и доколу станува збор за нешто што не е оригинално објавено во рамки на определеното временско ограничување.



## 4. Сите медиуми може да се регулираат со саморегулаторни тела

### *За кој вид медиуми е добра саморегулацијата?*

Саморегулаторните тела соодветно може да се користат за да се надгледуваат сите видови медиуми. Тие може да бидат најдобро приспособени за справување со уреднички прашања, наместо со видот на технички проблеми што можат да произлезат во однос на емитувањето. Електронските медиуми може да бараат поспецифични регулативи, бидејќи се лиценцирани на поинаков начин од печатените медиуми. Всушност, процесот на лиценцирање бара посебен надзор.

### *Каков е предизвикот со Интернетот во однос на медиумската саморегулација?*

Регулацијата на Интернетот може да биде особено тешка, бидејќи онлајн сферата е навистина глобална. Со оглед на тоа што веб-страниците може да се со седиште во држави кои се далеку од целната публика, проблемите се појавуваат околу опфатот на регулаторната организација на која ѝ е дадена задачата да ги администрира кодексите за надзор.

Како резултат на тоа, регулацијата на Интернетот најсоодветно се постигнува преку регулација на конкретни полиња. На пример, саморегулаторните тела кои во минатото ги нагледувале печатените медиуми сега, исто така, може да ги регулираат веб-страниците на весниците и списанијата, дури и доколку нивните онлајн верзии се разликуваат од „традиционалните“ изданија. Таквите страници може да содржат аудиовизуелни материјали кои можеби саморегулаторното тело претходно не ги опфаќало и мора да реши дали ќе прима жалби за таквиот материјал како што тоа би било случај со напис или фотографија објавена во весник или списание.

Саморегулаторните механизми може да бидат крајно приспособени за да бидат во тек со забрзаниот технолошки напредок, бидејќи тие покажуваат тенденција да бидат пофлексибилни отколку статутарните инструменти.

***Дали може саморегулаторните тела да ги надгледуваат содржините што ги генерира публиката на Интернет (user-generated content)?***

Содржината што ја генерира публиката не е специфична за веб-страниците на медиумите. Таа, исто така, се појавува и во весниците, на традиционалните ТВ и радиостаници. Во сите случаи, саморегулаторните тела може да се приспособат за да го адресираат и таквиот материјал. Клучно нешто е да се обезбеди дека случаите ќе се третираат врз основа на нивните заслуги и дека посебно внимание ќе се посвети на степенот на уредувачки надзор над материјалот. На пример, видеоматеријалите што ги генерира публиката и ги става на веб-страницата на весникот ќе бидат предмет на уредувачка одлука за објавување на тој материјал. Спротивно на тоа, коментарите на читателите што автоматски се праќаат на пораката што е објавена на страницата можеби не поминале низ таков процес. Како резултат на тоа, различни видови материјал може да бидат отворени за различни нивоа на регулација. Сепак, избегнувањето на контрола на уредниците не треба да биде изговор за избегнување на уредувачката одговорност.

## 5. Најголем предизвик: да се обезбеди јавноста да знае дека може да се жали

### *Дали треба публиката да знае за своето право да се жали?*

Ова е од суштинско значење. Ниту едно саморегулаторно тело не може да биде ефективно доколку луѓето не се свесни за своето право да се жалат за она што го читаат во весниците, гледаат на телевизија или го слушаат на радио.

Во некои држави, нивоата на свесност меѓу публиката се многу високи. Ова е особено случај во држави како Норвешка и Шведска, каде што советите за етика во медиумите и комисиите за жалби постојат подолго време. Сепак, во некои држави треба да се направи повеќе за да се обезбеди дека публиката ќе знае како да ја искаже својата загриженост околу медиумите. Саморегулаторните тела со поголеми ресурси, како што е Комисијата за жалби во Велика Британија, се, секако, способни да обезбедат поголема информираност отколку телата што имаат помали буџети и вработени.

### *На кој начин може да биде подигната свеста за правото на поднесување жалби?*

Најдобриот начин е самите медиуми да објават информации со кои ќе ги известат читателите за начинот на кој може да се жалат. За некои медиуми ова може да биде анатема, односно кој весник или радиодифузен медиум би сакал да привлече жалби? Сепак, значењето на медиумската одговорност е веќе нагласено и ова е еден дел од исполнување на одговорноста.

Постојат и други мерки. Ефективни се и рекламните кампањи, иако се доста скапи. Отворените денови, кога е поканета јавноста да ги сретне членовите на регулаторното тело, може да предизвикаат големо внимание, но за тоа можеби ќе бидат потребни значителни ресурси. Можеби најдиректниот метод е да се објавуваат редовни и, по можност, новинарски вредни информации за активностите на саморегулаторните тела на колку што е можно повеќе страни. Медиумското известување за тие активности ќе биде многу повеќе од корист за да се зголеми свеста отколку кој било друг начин.

### ***Дали може саморегулаторното тело да биде проактивно и да иницира истрага доколку не е поднесена жалба?***

Голем број саморегулаторни тела се во можност самите да иницираат жалби, но зачестеноста со која, всушност, го прават тоа значително варира.

Може да биде опасно да се иницира истрага доколу тие кои се во центарот на написот или прилогот самите не поднеле жалба. Луѓето имаат апсолутно право да не се жалат, од која било причина. Саморегулаторните тела може да нарушат нечија приватност според законската рамка за човековите права, доколу иницираат истрага без согласност.

Освен тоа, често е невозможно некој друг, со исклучок на тие коишто се засегнати, да знаат на кој начин произлегол некој напис или прилог што навредува: можеби тоа се случило со целосна соработка на очигледно засегнатата страна. Саморегулаторното тело кое се фокусира на медијацијата не може да знае што засегнатите би сметале дека е соодветно решение, освен доколку самите не се пожалиле. Тие кои сакаат да донесат одлука ќе биде тешко да добијат целосна слика за ситуацијата без да погледнат кон еден од централните актери.

## Глава 4

# СОВЕТ ЗА ЕТИКА

## Архетипот на саморегулаторно тело

*Огњан Златев*

„Советот за етика“ е најчестата форма на саморегулаторно тело. Овие совети, главно составени од медиумски професионалци, се независни од политичко влијание. Нивната главна задача е да работат на жалбите за работата на медиумите, преку колективно донесување одлуки. Со тоа, тие нудат гаранции за јавноста во врска со квалитетот на информациите што ги добиваат, покажуваат дека медиумските професионалци се одговорни и дека не е потребна проширена државна регулација на медиумите.

Секој формиран совет за етика е уникатен и е резултат на специфичната историја и медиумските околности на неговата држава. Осврнувањето надвор од националниот контекст со цел да се обезбедат информации за медиумските професионалци кои се обидуваат да создадат, да управуваат или да трансформираат едно такво тело е предизвик на оваа Глава.

## 1. Основната функција на советот за етика

### *Зошто е добро да се има совет за етика?*

Советот за етика, во суштина, е добар за градење доверба и кредибилитет во медиумите; за подобрување на стандардите за квалитет во медиумите; за спречување вмешаност од државата и од државните органи; и за намалување на бројот на судски случаи против новинари.

### *Кои се основните задачи на советот за етика?*

Основните задачи на советот за етика се:

- Да прифати жалби;
- Да потврди дека тие се во рамките на надлежноста на кодексот за етика;
- Да ги разгледаат темелно од секој агол;
- Да биде медијатор меѓу тужителот и медиумот;
- Да донесе одлуки по жалбите, врз основа на правилата и на прописите, на праведен начин;
- Да ги издвои медиумите за прекршување на насоките за етика;
- Да обезбеди транспарентност и јавност за сите донесени одлуки;
- Да анализира и коментира за медиумските трендови и да обезбеди насоки во врска со барањата во кодексот;
- Да предложи измени и дополнувања на кодексот за етика (доколку има мандат за тоа);
- Да поставува стандарди за професионално новинарство;
- Да ја одбрани новинарската слобода.

### *Кои се придобивките на советот за етика во споредба со други саморегулаторни механизми?*

Советите за етика, како колективни тела, уживаат највисок степен на застапеност, а оттука и поголем кредибилитет. Тие се најинтерактивната форма на саморегулација, бидејќи овозможуваат преглед на сите гледишта.

### ***Што е суштинско за еден функционален совет за етика?***

Советот треба да вклучи преставници од сите засегнати страни — новинари, уредници, сопственици на медиуми и припадници на јавноста. Сите треба да бидат јавно прифатени и посветени во градењето доверба околу концептот на саморегулација. Советот треба да ги воспостави сопствените правила и процедури на дејствување.

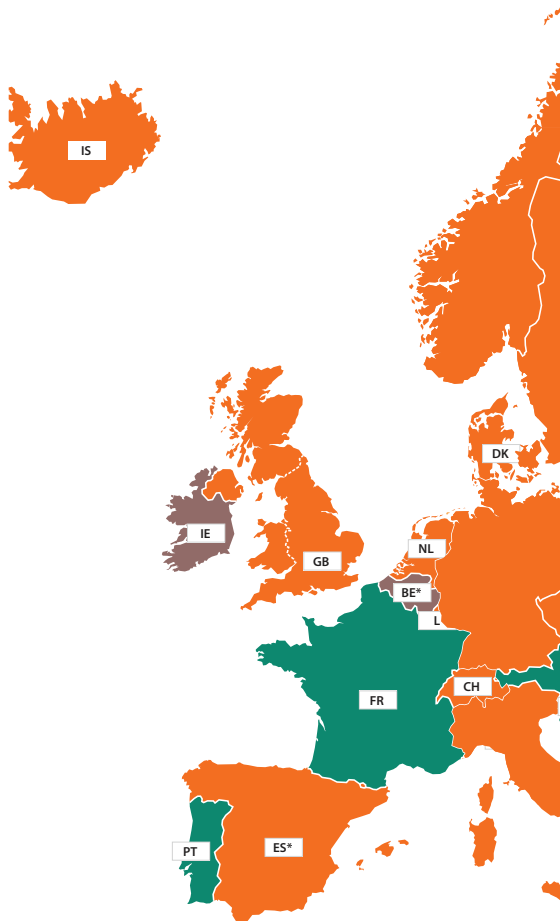
## 2. Совети за етика во областа на ОБСЕ

*јануари 2008 година (врз основа на расположливите податоци)*

### Каде постојат совети за етика?

Некои земји оддамна формирале совети за етика, како на пример: Германија, Холандија и скандинавските земји. Другите, како, на пример, Белгија, формирале од неодамна.

Последните демократски промени во земјите како што се Босна и Херцеговина, Бугарија, Грузија и Ерменија доведоа до експлозија на независните медиуми, со што се создаде потреба за саморегулација во медиумите. Сепак, постојат држави каде што не постојат совети за етика или, пак, престанале да функционираат. Такви примери има во Австрија, Франција и Португалија.



САД

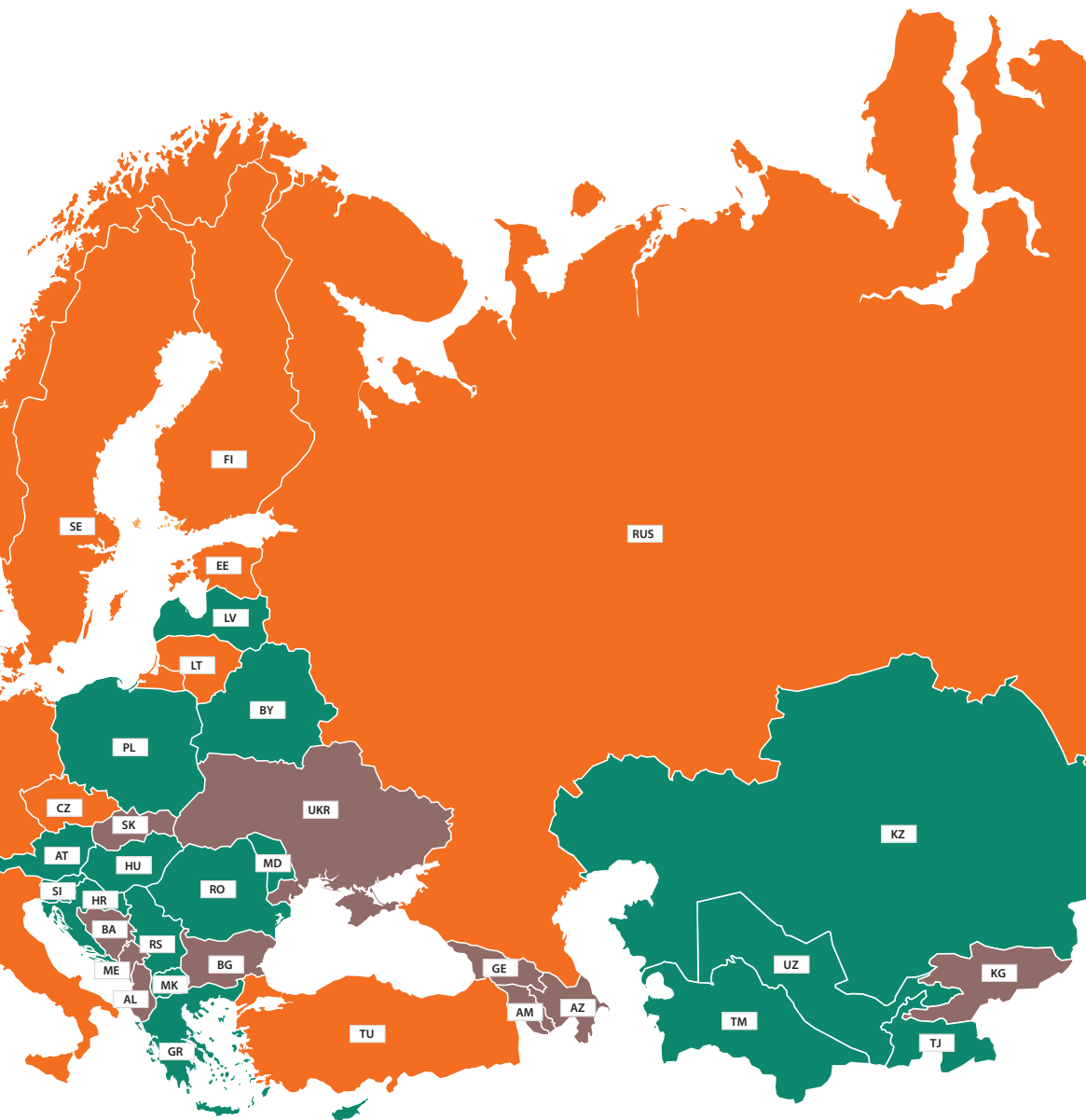
КАНАДА

**Држави со формирани совети за етика**

**Држави со нов совет за етика (после 2000 година)**

**Држави без совет за етика**





### ***Зошто некои држави немаат совет за етика?***

Главни причина за непостоење совети за етика се:

- Политички: на пример, држави во кои властите настојуваат да ги цензурираат медиумите;
- Економски: држави во кои медиумите се користат исклучиво за заработувачка или одржување на интересот на деловните или политички елити, или пак, држави во кои медиумскиот пазар е премногу мал;
- Правни: држави во кои постојат закони за електронски и печатени медиуми што се занимаваат со прашања околу етиката и вистинитоста;
- Културни: држави во кои медиумските професионалци се против саморегулацијата.

### ***Зошто некои медиумски професионалци се против постоењето на совет за етика?***

Саморегулацијата се покажала како бавен процес кој нема крај, дури и во силните демократии, а некои новинари сметаат дека таа претставува закана за слободата на медиумите. За стандардите на новинарството се дебатира низ целиот свет. Некои теоретичари дебатираат за објективност, преку праведност, внатрешен плурализам и неутралност кога се покриваат политички и морални прашања. Други, пак, гледаат на потрагата по објективно новинарство како на „невозможна мисија“ и, оттука, ја отфрлаат идејата за совети за етика .

### ***Каде можам да најдам информации за формирани совети за етика?***

Постојат две веб-страници кои нудат многу информации:

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

Претставници на формираните совети за етика може да се контактираат преку нивните веб-страници или преку учество на годишните состаноци на Алијансата на независни совети за етика во Европа (AIPCE).

### 3. Прашања кои треба да се одговорат пред формирањето на совет за етика

#### *Дали постои модел на совет за етика кој одговара на сите?*

Можно е кога станува збор за „традиционални“ медиуми (радио, телевизија и печатени медиуми), преку анализирање на постојните совети за етика, да се создаде еден модел на општа рамка и структура, но надвор од тоа, секој совет за етика треба да ги земе предвид спецификите на земјата како што се законодавството, културата, медиумската традиција и зрелоста на демократијата.

#### *Дали е соодветен советот за етика за сите видови медиуми?*

Теоретски, да. Во реалноста, зависи од националниот контекст и од степенот на развој на медиумите.

Повеќето совети за етика во светот беа, во основа, формирани за саморегулација на печатените медиуми, бидејќи емитувањето е најчесто статутарно регулирано со акти, директиви и други закони. Сепак, неодамнешните случувања во државите каде што весниците направиле значајни инвестиции во електронските медиуми довеле до воведување прописи за адресирање на сопственоста меѓу повеќе медиуми, односно меѓу телевизијата и весниците.

#### *Дали за формирање нов совет за етика е потребен нов кодекс?*

Не. Во повеќето држави се формира совет за етика, а неговите членови се избираат меѓу главните засегнати страни, без оглед на специфичните кодекси. Ретки се државите со државни совети за етика, како, на пример, Данска, каде што Владата го формираше Советот за етика на Данска, по распаѓањето на саморегулаторното тело во 1992 година, поради економски спорови меѓу новинарите и сопствениците на медиумите и недостигот на поддршка од повеќето медиуми.

***Кои се опасностите од совети за етика формирани од државата?***

Независноста на еден таков совет за етика е спорна. Тој е особено изложен на опасност во државите во транзиција, каде што демократските процеси сè уште се кривки. Со опстанокот на поранешните матрици на политичко однесување, сè уште може да има политичко влијание врз медиумите и висок степен на самоцензура од медиумските професионалци. Државните совети за етика треба да се избегнуваат.

***Дали формирањето совет за етика бара усвојување нов кодекс за етика?***

Не е задолжително. Повеќето кодекси за етика го содржат во себе советот за етика како механизам за нивно спроведување. Доколку кодексот не овозможува формирање совет за етика, тогаш тој треба да се измени.

Во некои држави, усвојувањето нов кодекс бил првиот чекор кон формирање совет за етика, постигнувајќи консенсуз пред основањето.

## 4. Структура и правила на советот за етика

### **Како да се избере најсоодветната структура за локалните околности?**

Не постои универзално решение. Меѓу другото, зависи и од демократската традиција, култура, развојот на медиумите, нивото на слобода на медиумите и географската положба, администрацијата и локалната власт на државата. Во некои држави, можат да играат улога јазичните разлики.

Доколку станува збор за голема држава, со многу административни области, релативно автономни локални власти и значителни разлики во однос на регионалниот пазар одговорот може да лежи во регионалните структури. Сепак, тие ќе им бидат од корист само на регионалните медиуми и не можат да го исклучат постоењето национална структура. На регионалните совети за етика може да им е потешко да се независни, поради субјективни и финансиски причини. Колку се помали регионите, толку е поголема можноста за судир на интереси.

Во повеќето случаи, колку повеќе е централен, независен, силен и почитуван еден совет за етика, толку подобро. Регионалните совети за етика не треба да се формираат без детална анализа на ефектот на саморегулација на медиумите.

#### **Формирањето на бугарскиот Совет за етика**

Во Бугарија, дебатата за саморегулација во медиумите се интензивираше со експлозијата на независните медиуми во раните 1990-ти. Како и во повеќето нови демократии, тоа беше првично дискутирано меѓу мал круг академици, теоретичари и медиумски организации, меѓу кои и Сојузот на новинари.

Повеќе од седум верзии на етички кодекс за бугарските медиуми беа подготвени во периодот меѓу 1990 и 2002 година, но не се создадоа механизми за да стапи во сила, кој било од нив. Тоа се случи единствено по активното вклучување на сопствениците на

медиумите, кога беа преземени практични чекори и постигнати видливи резултати. Меѓународната помош, во облик на проекти финансирани од ЕУ / ФАРЕ, беше само инструментална. Вистинската работа, стратегијата, дискусиите и идеите дојдоа од сите вклучени страни на локално ниво.

На 25 ноември 2004 година, Кодексот на етика на бугарските медиуми беше потпишан од претставниците на повеќето бугарски медиуми, во присуство на претседателот на државата, премиерот и претседателот на Собранието. Потребни беа уште осум месеци пред вклучувањето на телото за спроведување на овој кодекс - Националниот совет за новинарска етика ([www.mediaethics-bg.org](http://www.mediaethics-bg.org)) - кој сега е целосно оперативен.

### ***Како се донесуваат и усвојуваат правилата на советот за етика?***

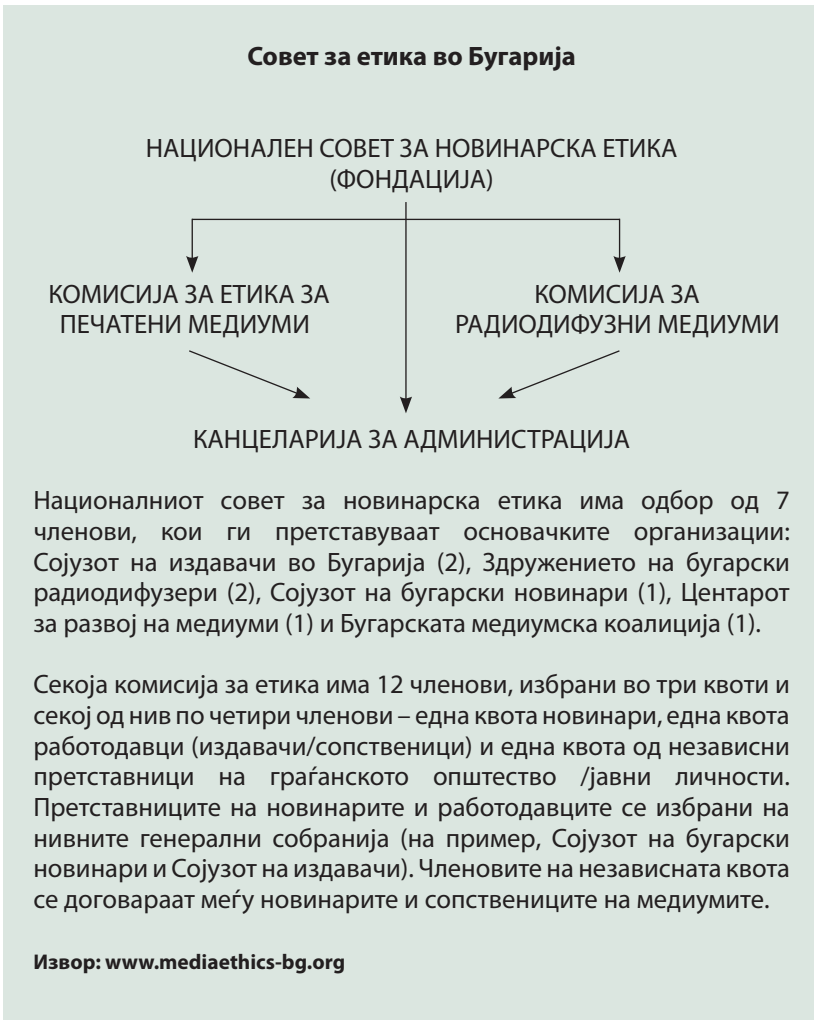
Во принцип, правилата се разгледуваат и усвојуваат по разговорите меѓу сите засегнати страни (новинари, уредници, медиумски сопственици и јавноста). Многу зависи и од правната рамка во секоја држава. Во некои држави, како што е Велика Британија, правилата беа развиени од самата медиумска индустрија. Државите во транзиција или во почетните фази од развојот на саморегулација на медиумите побарале помош од меѓународната заедница.

### ***Како е вообичаено структуриран советот за етика?***

Вообичаено, постои фондација составена од членови на одборот, кои се одговорни за водење на организацијата и управување со нејзините финансии. Под надзор на оваа фондација се основаат една или повеќе комисии за примање и справување со жалбите за работата на медиумите. Овие комисии, исто така, се составени од членови на одборот, кои можат да бидат различни од оние на фондацијата.

**Дали е иста структурата на советот кога се занимава со печатени и со радиодифузни/електронски медиуми?**

Главната улога на советот за етика е да работи на жалби за повреда на кодексот на етика. Во повеќето случаи, советот за етика е структуриран идентично кога се занимава со различни медиуми, од едноставна причина, бидејќи повеќето жалби се слични како за печатените, така и за радиодифузните медиуми.



## 5. Членови и членови на одборот на советот за етика

### *Кој треба да биде член на советот за етика?*

Советот треба да се состои претежно од новинари, медиумски сопственици и издавачи. Членството вообичаено се постигнува преку професионални здруженија.

### *Дали треба да бидат вклучени сите медиумски куќи?*

Доколку повеќето медиуми одбиваат да се придржуваат до кодексот за етика и советот за етика, тие ќе го блокираат целиот концепт на саморегулација и ќе ѝ дадат на државата изговор да интервенира. Со тоа ќе му се нанесе штета на имиџот на медиумите, како модерен бизнис кој спроведува високи професионални стандарди. На подолг рок, тоа би можело да им наштети на кредибилитетот и на квалитетот на информациите обезбедени од медиумите.

### *Дали треба издавачите да бидат членови на советот за етика?*

Издавачите се незаменлив дел од медиумската саморегулација, иако тие немаат уредничка улога. Преку финансирање и издаваштво, тие имаат индиректна улога во дефинирањето на стандардите. Нивното отсуство може да ги демотивира новинарите и да ја намали нивната усогласеност со тие стандарди. Потребата издавачите да бидат членови на советот за етика треба да биде промовирана како корпоративна општествена одговорност на медиумите како бизнис.

Советите за етика се формираа без поддршка на издавачите и сопствениците на медиумите во некои држави, како Швајцарија. Меѓутоа, искуството покажува дека, со активно вклучување на издавачите и сопствениците на медиумите, советите за етика уживаат повисока професионална и јавна почит.



### ***Дали треба да се вклучи „жолтиот печат“, кој настојува да го игнорира кодексот за етика?***

Доколку таквите медиуми го потпишале кодексот за етика, тие треба да бидат подеднакво вклучени со сите соодветни должности и одговорности. Ако не потпишале, тие не треба да претставуваат закана за советот за етика. Повеќето совети за етика не прават разлика меѓу мејнстрим медиуми и „жолтиот печат“, туку разликуваат само професионални и непрофесионални медиуми.

#### **Членовите на Советот за етика во Холандија**

Холандскиот совет за етика ([www.rvdj.nl](http://www.rvdj.nl)) е формиран и одржуван од фондацијата која се вика Stichting Raad voor de Journalistiek. Сите значајни медиумски организации учествуваат во него:

- Холандскиот сојуз на новинари (Nederlandse Vereniging van Journalisten);
- Холандското општество на главни уредници (Nederlands Genootschap van Hoofredacteurs);
- Холандската национална новинска агенција (Algemeen Nederlands Persbureau);
- Неколку координирачки организации на печатени медиуми;
- Координирачки организации на јавната и комерцијалната дифузија;
- Интернет организацијата Planet Internet.

### ***Кој треба да биде член на одбор?***

Постојат различни практики. Во повеќето случаи, советите за етика вклучуваат претставници на главните професионални групации и истакнати членови на јавноста. И јавните службеници може да бидат претставени, во зависност од земјата и од личните квалитети на службениците, но нивното учество треба да биде ограничено и дефинирано во договор со сите преостанати засегнати страни.

Претставниците на јавноста играат важна улога во 80 насто од советите за етика. Со ова се добиваат значајни придобивки со тоа што телото добива поголем кредибилитет, ја обезбедува својата транспарентност и отчетност, претставува независни и непристрасни ставови и е глас на публиката, особено во држави без здруженијата на јавноста.

### ***На кој начин треба да се именуваат членовите на одборот?***

Членовите на управниот одбор треба да бидат номинирани преку демократска процедура. Вообичаено, ова се прави со номинации и гласање од стручната јавност и медиумите кои го потпишале кодексот за етика и го прифатиле идниот совет за етика. Друга можност, која е пракса во Велика Британија, е номинирање на членовите од независен одбор за номинации.

### ***Кои се должностите на членовите на одборот?***

Практиките се разликуваат но, најпрво, членовите на одборот проверуваат дали советот за етика е во согласност со својата мисија и дали работи во согласност со неговите главни принципи. Исто така, тие треба да ги одобрат правилата и прописите во врска со управувањето со жалби. Во некои случаи, тие даваат насоки за решавање на посложени случаи. Тие, во основа, придонесуваат за подигнување на свеста и промовирање на концептот на саморегулација.

### ***Дали работат со полно работно време членовите на одборот?***

Не, тие работат во нивното слободно време. Одржувањето на состаноците на одборот варира од индивидуалните правила на постапување. Во Бугарија, одборот, кој има мандат да се справи повеќе со стратешки прашања, во просек се состанува трипати годишно.

***Дали има потреба советот за етика од административен персонал, кој секојдневно ќе работи?***

Со ова се обезбедува непречено функционирање на процесот на проценка на жалби – управување со дневни барања, спроведување на селекцијата, составување дополнителни информации, подготвување на состаноците на одборот, кога е потребно - организирање на интервенциите од надворешните експерти и организирање публицитет за одлуките и резолуциите на советот за етика.

## 6. Членови кои се одговорни за адресирање на жалбите

### *Колку членови треба да бидат одговорни за адресирање на жалбите?*

Ова зависи од тоа колку медиумски куќи се вклучени во саморегулацијата и од националните околности. Бројката треба да биде доволно голема за да се слушнат различни ставови, со што се придонесува кон зачувувањето на објективноста на советот и градењето доверба околу идејата за саморегулација, но не и преголема за да не можат да постигнат заеднички заклучок. Бројката на членови треба да биде непарна, со цел да се избегнат ист број на гласови. Оптимална бројка може да биде меѓу 7 и 11 членови.

### *Дали треба овие членови да имаат искуство во областа на правото?*

Во никој случај. Кодексот за етика не е официјален правен документ, а советот донесува судски одлуки. Членовите треба да имаат личен и професионален морален интегритет, пред какво било знаење поврзано со правото. За разлика од судските одлуки кои се комбинација од правда и казнување, одлуките на советот за етика се корективни, ги почитуваат новинарските стандарди и го бранат правото на општеството да добијат објективни информации. Овие одлуки не спречуваат евентуален судски случај во име на жалителот.

## 7. Финансирање на советот за етика

### ***Како се финансира совет за етика?***

Најдобар начин за финансирање на совет за етика е преку систем кој овозможува негова независност. Во најдобар случај, би требало да има разновидност на изворите на финансирање, а најголемиот придонес да биде од медиумската индустрија, како што е тоа случај во Холандија и во Шведска, или подеднакво поделени од сопствениците и од новинарите, како во Норвешка. Меѓутоа, во некои држави, како што е Швајцарија, средствата се обезбедени само од новинарите. Во државите во транзиција, или во раните фази на развој на саморегулацијата, меѓународните донатори треба да одиграат голема улога.

### ***Која е улогата на државата во финансирањето на совет за етика?***

Во некои земји – на пример, Луксембург и Кипар – финансиското вклучување на државата е прифатливо, бидејќи јавните медиуми се, исто така, предмет на кодексот за етика. Таквата вклученост треба да се контролира со помош на силни механизми, со цел да се спречи мешањето на државата во работата на советот за етика.

### ***Доколку советот за етика е главно финансиран од медиумската индустрија како може тоа тело да биде независно?***

Ова треба да се гарантира со јасни процедури и транспарентни механизми. Процесот на финансирање и процесот на донесување одлуки по жалби мора да биде одделен.

### ***Какви механизми може да се развијат?***

Финансирањето може да се заснова на членарина или на природата на медиумските куќи, земајќи ги предвид обртот и големината на бизнисот. Неопходно е да се води транспарентен регистар на дополнителни донации и сите медиумски куќи кои се вклучени во саморегулаторното тело, треба да имаат безбеден пристап до него.

Годишните извештаи на советот за етика треба да содржат финансиски извештај, кој ги прикажува финансиските придонеси на секоја медиумска куќа.

Повеќето членови на комисиите за одлучување, треба да бидат луѓе без поврзаност со медиумите, а правилата на советот треба јасно да наведат дека одлуките не смеат, во никој случај, да се поврзуваат со финансирањето или донациите од медиумската куќа.

### ***Како може да се обезбедат финансиите за советот за етика?***

Прво, со годишните финансиски придонеси на сите медиуми кои се согласиле да го почитуваат кодексот за етика и одлуките на советот за етика. Финансиската сигурност, исто така, може да се обезбеди преку поттикнување на советот за етика да се вклучи во активности како што се: годишни публикации, подготовка на проекти и бази на податоци, како и организација на кампањи за прибирање финансиски средства за одредени прашања. Мора да се води прецизно сметководство за сите извори на финансирање.

Пример на добра пракса е промотивната кампања „Бугарите избираат бугарски производ“, каде што секоја медиумска куќа – учесник се согласила да донира процент од нејзиниот профит за советот за етика.

**Десет работи кои треба да се договорат пред формирањето совет за етика**

1. Соберете ги сите медиумски куќи
2. Постигнете ја согласноста на уредниците
3. Постигнете ја согласноста на издавачите
4. Постигнете ја поддршката на владата и публиката
5. Подгответе општи етички насоки и постигнете согласност околу нив
6. Препознајте ги расходите и можностите за можно финансирање
7. Дискутирајте и формирајте ја структурата на телото (вработени, кои медиуми)
8. Донесете одлука за надлежностите на телото (проактивно, како да се одлучува по жалби)
9. Зголемете ја свесноста за кодексот за етика во медиумите и преку обучување новинари
10. Соработувајте со други слични тела и разменувајте искуства

## 8. Развојот на совет за етика во нови демократии

### *Кои се главните предизвици во формирањето совет за етика во нови демократии?*

Главните предизвици се:

- Недостиг на традиција и искуство со саморегулација;
- Политички поделби кои ги делат новинарските заедници: недостигот на дијалог и солидарност меѓу различните групи ги спречува новинарите во одбраната на нивните заеднички интереси;
- Малата големина на медиумските пазари и општата неразвиеност на националните економии: само мал број весници и дифузери може да опстанат, а преостанатите мора да коалицираат со политичките сили, за да добијат финансиска поддршка;
- Постојаниот политички притисок врз медиумите, особено врз јавниот сервис, за да бидат лојални на властодржците и да одбегнуваат критичко новинарство;
- Тесна соработка и меѓусебна зависност меѓу политичките елити и бизнис групи, кои имаат голем интерес во медиумските индустрии, со што ги изложуваат новинарите како на политичка, така и на економска зависност.

### *Дали може да се формираат совети за етика во држави каде што политичките сили се спротивставуваат на саморегулацијата?*

Ова е типичен проблем во земјите во транзиција. Советите за етика може да се формираат со активно вклучување на меѓународната заедница. Со цел да се обезбеди успешност на новото саморегулаторно тело, прашањето треба да се инкорпорира во меѓународната агенда за политички односи на државата.



***Како може да функционира советот за етика ако повеќето медиумски куќи се под надзор на владата?***

Во земјите со долга демократска традиција, видот на сопственоста на медиумите нема влијание врз медиумската саморегулација. Но, формирањето на независен и ефикасен совет за етика во земјите со тоталитарна власт, каде што поголемиот дел од медиумите се во државна сопственост, е исклучително тешко. Сепак, некој вид совети за етика постојат дури и во некои африкански земји за кои меѓународната заедница изразува загриженост околу слободата на изразување.

Во целиот свет, министерствата за информации и комуникација спаѓаат под државните владејачки структури. Тие играат значајна, а понекогаш и доста контроверзна улога во медиумската етика и саморегулација. Апсолутно неопходно е во овие земји да се работи со владите за да се убедат во врска со придобивките од медиумската саморегулација.

***Како можат весниците да го одбегнат притисокот од тие што се рекламираат кај нив, кога се знае дека на повеќето од нив опстанокот им зависи од нивната добра волја?***

Ова се постигнува преку создавање организациска структура која јасно ги определува одговорностите на одделите за вести и за рекламирање. Кодексите за работа треба да вклучуваат правила за спречување судир на интереси, каде што се наведува дека новинарите не треба да бидат под влијание на комерцијалните интереси, вклучувајќи ги и интересите на тие што се рекламираат кога подготвуваат статии. Медиумите треба да утврдат правила во врска со прифаќањето подароци од компаниите или покривањето трошоци за подготовка на материјалите, вклучително и патување и примероци.

Притисокот на тие што се рекламираат може, исто така, да се избегне со поттикнување на конкуренцијата во медиумите, транспарентноста во сопственоста, независното мониторирање на довербата на јавноста во медиумите, како и објавувањето на годишните корпоративни и финансиски извештаи. Треба да се поттикнат дискусии меѓу претставниците на тие што се рекламираат, рекламните агенции и здруженијата на новинари / уредници.

***Како може да се надминат политичките разлики на медиумските професионалци за да се создаде единствено саморегулаторно тело?***

Советите за етика се професионални, а не политички тела, и треба да надвладаат професионалните квалитети на претставниците на медиумите. Потребно е да се воспостават силни процедури за избегнување судир на интереси, за да се обезбеди политичка непристрасност. Таквите процедури може да го опфатат правилото дека членовите на органите на политичките партии за донесување одлуки не можат да бидат членови на одборот на советот за етика и условот дека членовите треба да потпишат изјава за избегнување конфликт на интереси.

***Што може да се направи доколку советот не добие доволно жалби?***

Пред сè, советот за етика треба да провери зошто ова се случува. Обично тоа се случува затоа што нема доволно информации и публицитет за советот. Може да биде и поради преголемата сложеност на постапката за жалби или поради недостигот на доверба во членовите на советот. Треба да се преземат соодветни мерки врз основа на утврдените причини.

Бројот на поднесени жалби е различен од една до друга земја. Просечниот број во Обединетото Кралство е 3.500, од кои само 300 се решени; во Германија просекот е 400; во Холандија, пак, само 80.

## Глава 5

# ОМБУДСМАН

Медиумска саморегулација во рамки на медиумите

*Вероник Маурус*

За разлика од советите за етика, повеќето омбудсмани работат само за одреден медиум. Тие се врска меѓу вработените на медиумот и неговите корисници (читатели, гледачи или слушатели), ги добиваат нивните коментари и жалби и се обидуваат да ги решаваат несогласувањата меѓу двете страни.

Оваа Глава ги анализира функциите на омбудсманот и обезбедува насоки како да се создаде една таква позиција, а ги истражува и предизвиците во работата.

## 1. Еволуцијата на омбудсманот

### **Како почна саморегулацијата во медиумите?**

Најпрво, најчестата форма беше едноставен оддел за жалби. Во *New York World*, во 1913 година, еден од вработените ги забележал забелешките на незадоволните читатели и ги пренел на редакцијата. Овој модел бил усвоен во 1920 година од *Detroit News* во Мичиген, а потоа на подобро организиран начин и од *Asahi Shimbun* во Токио, каде што комисијата ги истражувала жалбите и му ги соопштувала на главниот и одговорен уредник.

„Омбудсман“, шведски збор за „претставник“, бил широкоприфатен од другите јазици како именка за медијатор (без разлика на полот), кој ги истражувал жалбите на граѓаните. За прв пат бил применет во печатот од дневниот весник *Courier-Journal* во Луисвил, Кентаки, кој во 1967 година, ангажирал поранешен шеф за локални информации да се справи со односите меѓу читателите и новинарите. Следниот чекор бил направен во 1970 година, од страна на *Washington Post*, кој назначил заменик-главен уредник да ги разгледа жалбите на читателите, да пишува внатрешни меморандуми и да објавува колумна во која тој бил во можност да го искаже своето мислење. Системот постепено се подобрил, станувајќи сè повеќе и повеќе интерактивен обработувајќи и одговарајќи им на читателите во врска со коментарите, критиките, забелешките и корекциите.

Примерот бил проследен и во другите држави во светот. Сепак, дури и денес, само два процента од дневните весници во САД имаат омбудсман, а во другите земји се уште поретки.

## Основањето на омбудсманот во Le Monde

Le Monde секогаш се обидува да одржува близок контакт со своите читатели. Во 1960-тите, директорот со помош на заменикот, самиот одговорал на писма, објавувајќи извадоци и осигурувајќи се дека сите утврдени грешки се коригирани.

Во 1994 година, по сериозна криза на довербата и губење на читателската публика, омбудсманот бил назначен да го предводи одделот за писма на читателите и да го обнови дијалогот меѓу читателите и уредниците. Ова функционираше и покрај фактот дека по неколку години односите меѓу раководството и омбудсманот се затегнале.

Омбудсманот е целосно независен од главниот и одговорен уредник, а одговара само пред генералниот директор, кој носи одлуки за назначувањето. Омбудсманот не може да наметнува санкции, но ги изразува мислењата во неделна колумна и е слободен да избере тема за дискусија. Колумната не може да се уредува, да се исече или измени од други лица, без дозвола на омбудсманот.

Во 2002 година била објавена внатрешна повелба или прирачник за стилот на работа. Оваа „библија“ на 212 страници, ревидирана во 2004 година, содржи практични правила (правопис, акроними, лични имиња, итн.) и кодекс на однесување за редакцијата. Омбудсманот гарантира дека повелбата се почитува, ја следи нејзината релевантност и развој и уверува дека корекциите се објавуваат.

### **Дали постојат омбудсманите само во печатените медиуми?**

Не. На пример, во Франција, јавните радио и телевизиски сервиси одиграа иновативна улога. *France 2*, *France 3* и *Radio France Internationale*, имаа омбудсман од 1998 година, кратко време после *Le Monde* и пред многу други весници, како што се *La Dépêche du Midi* (2001), *Midi Libre* (2004), *Sud-Ouest* (2006) и *l'Express* (2006).

**Каде може да се најдат повеќе информации за омбудсманот?**

Организацијата на омбудсмани за вести (ООВ) е меѓународна асоцијација со 60 членови. Поголемиот дел од нејзините членови се од САД (35 регистрирани публикации), проследени од Обединетото Кралство и од Холандија (по три) и Шведска и Турција (два). Франција е претставена од еден дневен весник *Le Monde* и две јавни телевизиски станици, *France 2* и *France 3*. Други земји со само еден претставник од печатените медиуми се: Бразил, Канада, Данска, Израел, Шпанија, Португалија и Јапонија.

Омбудсманот може да се контактира преку синдикатите на новинари или со стапување во контакт со медиуми кои имаат омбудсман: список од истите може да се добие од ООВ ([www.newsombudsmen.org](http://www.newsombudsmen.org)).

## 2. Работата на омбудсманот

### **Какви функции има омбудсманот?**

Омбудсманот промовира дијалог меѓу оние што го читаат, слушаат и гледаат медиумот и оние што работат за него. Идејата е да се понуди контакт со корисниците и, преку поттикнување на самокритиката, подобрување на кредибилитетот на медиумите, особено ако нивната репутација не е најдобра.

### **Која е главната улога на омбудсманот?**

Омбудсманот гарантира почитување на правилата и обичаите воспоставени од медиумот, обезбедувајќи еден вид внатрешна контрола на квалитетот. Станува збор за непишан договор со публиката за:

- Обезбедување информации на што е можно попрецизен, сеопфатен и јасен начин;
- Разликување меѓу информација и коментари;
- Корекција на грешките;
- Одржување на мноштвото и различните мислења;
- Гарантирање дека правата на поединците не се прекршени и дека се почитува нивната приватност.

### **Дали е иста улогата на омбудсманот во сите медиуми?**

Во голема мера, тоа се разликува од еден до друг медиум. Некои омбудсмани поминуваат доста време со новинарите, други, пак, стојат настрана и немаат никаква врска со дневните објави. Некои само ги сумираат писмата кои биле примени; некои пишуваат белешки или внатрешни меморандуми; некои самите си објавуваат исправки или имаат блог на Интернет, каде што одговараат на коментарите на читателите во реално време. Други, пак, одговараат на практични и правни прашања поставени од читателите, иако тоа може да се протега зад границите на нивната функција. И, на крај, постојат некои кои дејствуваат како портпароли и одговорни за односи со јавноста на раководството.

### **Која е природата на секојдневното работење на омбудсманот?**

Омбудсманот собира критики и предлози од публиката, како и објаснувања од редакцијата, раководството или администрацијата и се обидува да ги помири двете страни. Освен дејствувањето како посредник, омбудсманот, исто така, внимава како работи медиумот и укажува на отстапувања од напишаниот договор со читателите. За печатените медиуми, сите овие аспекти се достапни за јавноста во редовна колумна.

### **Дали комуницира омбудсманот на директен начин со читателите, слушателите и гледачите?**

Да, секако. Тие се главниот извор на информации и на легитимноста на омбудсманот. Поголемиот дел од комуникацијата е преку директна кореспонденција. Ова не е многу тешко, особено сега, кога постои електронска пошта, под услов омбудсманот да има добро организиран систем за управување со кореспонденција. Важно е, на пример, да има добра база на податоци и одредено искуство во утврдување (или избегнување) лоби групи, секти, манипулатори или компулсивни писатели (а има и такви!).

Во *Le Monde*, поштата се класифицира во четири категории кои одговораат на главните преокупации на читателите:

- Коментари за вестите во целина;
- Известување за грешки (меѓу нашите читатели има експерти кои наоѓаат грешки и кои не пропуштаат ништо и посебно уживаат во наоѓањето грешки);
- Коментари за начинот на обработка на вестите;
- Извештаи за факти за кои биле сведоци или во кои биле вмешани.

Исто така, можно е да има и блог на Интернет, но ова бара постојан надзор и, оттука, и дополнителен персонал.



***Дали ги одразува кореспонденцијата проблемите со медиумот?***

Кореспонденцијата овозможува брзо препознавање на општите тенденции и, над сè, девијации. Повеќето писатели испраќачи не се задоволни, но не се секогаш истите. Кога одеднаш пристигнува еден куп писма, коментирајќи во врска со истиот проблем или чувство, за медиумите е важно да бидат свесни за тоа, за да можат да ги направат потребните приспособувања. Оттука, функцијата омбудсман е слушање на публиката.

### 3. Санкциите на омбудсманот

#### **Како носи одлуки омбудсманот?**

Кога пристигнува критика (преку писмо, e-mail, телефонски повик, итн), најпрво, омбудсманот носи одлука дали е оправдано тоа - не е невообичаено за публиката да претера или да прави грешки. Омбудсманот има свој кодекс на етика, но во идеални услови, ќе им донесува одлуки по жалбите во согласност со воспоставениот внатрешен кодекс на однесување. Доколку не постои таков кодекс, може да укажуваат на тоа да се подготви. Исто така, ќе се консултираат и професионалните кодекси на однесување.

#### **Какви мерки на санкција може да бидат изречени?**

Објавувањето – на извадоци од писма, корекции и, над сè, колумната на омбудсманот, која ги содржи пропустите и грешките - е многу моќна мерка. Може да се изречат и морални санкции со различна тежина. Омбудсманот може:

- Да препрати кореспонденција и да побара од авторот на текстот да одговори (минимум казна);
- Да побара од весникот дополнително објавување на корекцијата (нормална казна);
- Да објави извадок од критичката кореспонденција како писмо на читател (тешка казна);
- Да дискутира за грешката во колумната на омбудсманот (екстремна казна): ова треба да биде резервирано за најсериозни случаи, затоа што новинарите го сметаат за јавна осуда и срам тоа.

#### **Како ја избира омбудсманот најсоодветната санкција?**

Доколку сакаат да бидат ефективни и да одржуваат добар контакт со вработените, омбудсманите не треба да наметнуваат санкции во сите случаи и треба да избегнуваат преземање дејствија кои сериозно ги вознемируваат новинарите или ја нарушуваат нивната репутација. Тие

мора да бидат разумни и да избегнуваат неправда или неумереност. Обично, нема потреба од споменување имиња затоа што засегнатите лица - и нивните колеги - веќе знаат за кого станува збор.

Поважно и поконструктивно е да се сфати зошто се прават грешки. Обично може да се откријат основните причини за прашањата од поопшта природа. На пример, може да има случаи кога циркулира еден примерок со грешки поради притисоците за производство или поради проблеми со бројот на вработени, така што некои статии не се правилно или воопшто лекторирани. Во такви случаи, омбудсманот може да укажува на тактичко отстранување на грешката, запазувајќи ги одговорностите на другите во хиерархијата. Омбудсманите не се судии или полицајци. Во идеални околности, тие се совеста на групата.

## 4. Создавање работно место - омбудсман

### ***Кој носи одлука за создавање работно место - омбудсман?***

Кај приватните медиуми – раководството, додека, пак, кај јавните медиуми – одборот на раководители.

### ***Како може да се поттикне еден медиум да отвори работно место - омбудсман?***

Во повеќето случаи, работната позиција омбудсман се отвора после некоја криза меѓу читателите, кога медиумот итно треба повторно да воспостави односи со нив. Таков беше случајот со *New York Times*, кој назначи омбудсман во октомври 2003 година, откако беше погоден од откритието дека еден од неговите новинари е виновен за плагијат и измислување приказни.

### ***Кои аргументи може да ги убедат медиумските сопственици за основаноста за омбудсман?***

Освен што е „во мода“ (повеќето големи светски весници имаат), постоењето омбудсман е значаен гест за читателите и ја охрабрува комуникацијата со нив. Тоа го подобрува квалитетот на информациите, стилот и уредувањето. Спречува големи катастрофи: омбудсманот кој ужива добри односи со уредникот и директорот може да врши функција на напредна стража. И, на крај, ако пишува добро омбудсманот, неговите колумни ќе бидат популарни и нашироко читани. Јавноста е многу заинтересирана да дознае како се прибираат информации и што се случува зад сцената.

### ***Кои чекори се потребни за создавање работна позиција - омбудсман?***

Првата фаза може да биде создавањето оддел за комуникација со публиката, кој ќе добива пораки (по пошта, e-mail или телефон), ќе ги

обработи, ќе одговори, ќе ги препрати коментарите до засегнатите лица, и, доколку е потребно, ќе објави извадоци од пораките. Исто така, може да се воспостави и сервис на Интернет.

Потоа, треба да се договори повелба со сите страни во медиумот, како основа за напишан договор со публиката. На пример, повелбата во *Le Monde*, вели дека: информациите треба да се обезбедат што е можно попрецизно, целосно и јасно; треба да има јасна разлика меѓу информациите и коментарите; грешките треба да се коригираат; весникот треба да ги одразува мноштвото и разновидноста на мислења; и треба да се почитуваат правата на поединците и нивната приватност.

Потоа, треба да се избере омбудсманот, а читателите да се известат за тоа.

## 5. Изборот на омбудсман

### *Дали треба омбудсманот да биде новинар?*

Да. Само вистински професионалец може соодветно да го процени степенот на направени грешки, а во исто време и потешкотиите поврзани со работата. Публиката честопати знае да биде немилосрдна и да не ги разбира условите во кои работат новинарите и потешкотиите со кои се соочуваат, како што се временските ограничувања, потешкотиите да се дојде до извори и општиот стрес. Дел од работата на омбудсманот е да им го објасни сево ова на читателите, кои во голема мера го ценат фактот да бидат информирани во врска со процесот на правење весници.

Во исто време, новинарите не се свесни за степенот до кој нивните грешки (претерување, пристрасни наслови, правописни и граматички грешки, итн.) ги шокираат читателите и го уништуваат кредибилитетот на весникот. Тие не ја прифаќаат добро критиката. Многу е тешко ако доаѓа критиката од колегите; а ќе биде невозможно да се прифати ако е од аутсајдер (надворешно лице).

### *Кои се критериумите за вработување омбудсман?*

Искуство, добро познавање на уредништвото, репутација за професионална компетентност и, пред сè, непристрасност. Главниот критериум треба да биде независност на духот, што не е лесно да се измери, но може да се препознае гледајќи во историјата и кариерата на кандидатот. Исто така, омбудсманот мора да покаже одреден степен на дипломатија, која, исто така, може да се препознае на подолг рок. Исто така, и авторитетот не е на одмет.

Омбудсманот не смее да биде премногу близок со ниту еден новинар (секогаш постои еден), синдикат, политичка партија или раководство и мора да биде прифатен од различните струи на мислење во медиумската организација.

***Кој го избира омбудсманот?***

Обично, раководството, по можност во консултации со редакцијата. Во идеални околности, изборот треба да се достави до здружението на новинари, ако воопшто постои. Кај некои весници, омбудсманот се избира за определен период, што овозможува и негова популарност, но исто така прави и тој што ја врши функцијата да не стекне доволно доверба во очите на раководството.

***Што може да се направи за омбудсманот да биде прифатен од редакцијата?***

Редакцијата и раководството мора да имаат признаен и заеднички кодекс на однесување и мора да има внатрешен консензус за целта на весникот и неговиот напишан договор со читателите. Информациите мора да циркулираат правилно во рамки на организацијата, а мора да се овозможи и внатрешна критика и слобода на изразување.

***Колку се чувствителни новинарите на критицизмот од омбудсманот?***

Премногу чувствителни. Новинарите не ги ценат луѓето што им се мешаат во нивните работи и не ја прифаќаат најдобро критика. Нивната класична реакција е: „Зошто се мешаат омбудсманите? Тоа не е нивна работа.“ Омбудсманите мора да бидат многу внимателни и непристрасни, за новинарите да не ги сметаат како нелојални колежикои дејствуваат како „полицајци“ (или, уште полошо, шпиони) за раководството.

***Која е просечната плата на омбудсманот?***

Таа изнесува исто колку и на раководител на оддел или главен и одговорен уредник, а понекогаш и повеќе. Обично е доста висока, бидејќи омбудсманите се етаблирани новинари, кои се признаени од нивните колеги и веќе биле на одговорни позиции.

***Кој треба да го плати омбудсманот?***

Самиот медиум, и тоа по можност само основната сума, без други додатни придонеси, а по можност со помош во намалување на данокот.

## 6. Предизвици на работната позиција на омбудсманот

### **Како може да се гарантира независноста на омбудсманот?**

Омбудсманот треба да биде назначен за најмалку две години, да има можност за редовно изразување на мислење во колумна или програма која не е предмет на хиерархиска контрола и да има директен контакт со читателите.

Постоење независен медиум во кој ќе се објавуваат мислењата на омбудсманот е од витално значење. Во *Le Monde* ова е единствената колумна која не се лекторира како другите текстови. Колумната му дава можност на омбудсманот да им се обрати на читателите, новинарите и, доколку е потребно, на раководството. Тоа е исклучително чувствителна работа и изборот на тема е најтешката работа од сè друго.

Главната заштита на омбудсманот е нивната популарност. Во *Le Monde*, главниот и одговорен уредник еднаш се обидел да го замени омбудсманот, но бил исфрустриран од огорченоста која ја предизвикал меѓу вработените со оваа постапка. Многу е тешко за раководството да ја укине или да ја замени функцијата, бидејќи тоа ќе има катастрофален ефект врз имиџот на весникот, а тоа е многу важно.

Неколку американски весници неодамна го укинале омбудсманот како мерка за намалување на трошоците. Наместо тоа, направиле опасен потег, избирајќи „комуникатор“ и трансформирајќи ја позицијата во гласноговорник за раководството. Со ова, не успеале да ги измамат читателите, ниту, пак, редакцијата: замената била крајно неефективна и, во најлош случај, предмет за потсмев.

### **Дали веруваат читателите во независноста на омбудсманот и влијанието врз новинарите?**

Повеќето се сомневаат. Тие не можат да сфатат дека постоењето на омбудсманот и заканата од критиките во колумната на омбудсманот е многу моќен саморегулаторен механизам. Забораваат дека колумната се чита внатрешно. Тие би сакале омбудсманот да ги преземе нивните



ставови секоја недела и да ги критикува новинарите без исклучок. Затоа е важно да се задржат директни врски со нив, за да се оправда и да се објасни улогата на омбудсманот.

Во исто време, читателите обично се многу среќни кога добиваат одговори на нивните прашања и се крајно поласкани кога се цитираат во колумната на омбудсманот. „Волците“ стануваат „јагниња“. Зачудувачки е да се види можноста и брзината со која еден едноставен чин на одговарање на нивното барање може да создаде врски со читателите.

### ***Кој простор за маневрирање го има омбудсманот?***

Многу мал простор. Постојано треба да се бара компромис меѓу застапувањето на легитимните интереси на читателите (и квалитетот на весникот) и одржување контакти со новинарите (доказ за неговата ефективност).

Сè зависи од омбудсманот за да има односи на доверба, а не непријателство со новинарите и раководството. Омбудсманите не смеат да бидат премногу блиски со нив но, исто така, не треба да бидат прогласени за непријатели. Ако се премногу блиски, ќе бидат третирани како лица одговорни за односи со јавноста, а со тоа да го изгубат ефектот: читателите ќе бидат разочарани и нема да ги читаат нивните ставови. Ако, пак, се премногу непријателски настроени, нема да можат да спроведат конструктивен дијалог: читателите ќе бидат среќни, но новинарите нема да слушаат повеќе. Одржувањето на ова критично растојание е најголемиот предизвик со кој мора да се соочи омбудсманот.

**L'Hebdo du Médiateur: пример на емитување**

Жан Клод Аланик (Омбудсман за информации на France 2, 2000-2005)

Програмата L'Hebdo du Médiateur („недела на медијаторот“) за прв пат беше емитувана во 1998 година, на француската телевизија France 2, по денот на именувањето на нејзиниот прв омбудсман за информации. Во оваа 20-минутна програма, емитувана нешто по саботните вести во 13:00 часот, од новинарите се бара да одговорот на критиките, коментарите и прашањата на гледачите.

Претставено од омбудсманот, и врз основа на добиените писма во претходните недели, во програмата се разгледува начинот како различните билтени и списанија се занимавале со вестите. Програмата обезбедува информации и корекции каде што е потребно, ги објаснува околностите во кои се направени извештаите, дава појаснување за неразбраните вести и погрешно протолкуваните коментари, признава грешки и се извинува – што не е најлесната работа!

Вообичаено, два или три гледачи се поканети во студиото или даваат коментари по телефон, или, пак, има двојна, односно двонасочна комуникација, од дома. Извадоците од писмата и е-маил пораките се читаат во живо. Новинарите одговараат и дискутираат за темите со гостите, а понекогаш дискусијата знае и да се вжешти. Може да се поканат и специјалисти да даваат стручни мислења за прашања што се тема на разговор (на пример, економија, наука, религија).

Омбудсманот мора да остане што е можно понеутрален. Сепак, тој/таа може да направи општ преглед на крајот на програмата, да потсети на основните правила на новинарството, или да даде мислење и да сугерира за иднина, врз основа на професионалниот кодекс на однесување и Повелбата за емитување на France Télévisions, јавна телевизиска група, во која припаѓа France 2.

Некои од опфатените предмети со програмата имаат тенденција да се повторуваат: насилството на екранот, строгост (или недостиг на строгост) во презентирањето на фактите, блискоста со новинарите, правењето приоритети во вестите, заштитата на приватноста и почитувањето на поединецот, отсуството на почитување на плурализмот и на политичката неутралност. Другите теми зависат од вестите: конфликтот на Блискиот Исток, изборите, големите економски теми, социјалните проблеми, катастрофи, научните дискусии, спортските и културни настани. Со други зборови, програмата се занимава со главните прашања на денот, од посебен и оригинален агол, односно критичкиот став на јавноста за работата на новинарите.

Успехот на L'Hebdo du Médiateur и довербата во него прикажана од гледачите произлегува, пред сè, од посебниот статус на омбудсманот - целосна независност од раководството, редакциската ориентација и хиерархијата. Самиот омбудсман решава кој ќе биде поканет да учествува. Тоа е единствената програма на телевизиската куќа, којашто не се мониторира пред емитување. Принципот на механизмот – омбудсман - и на нивниот мандат спречува какви било обиди за притисок или вмешување.

За возврат, омбудсманот се очекува да обезбеди фер и урамнотежен дијалог кој им овозможува како на гледачите, така и на новинарите да се изразат на фер и на конструктивен начин. Постојат две стапици кои омбудсманот треба да ги избегне. Програмата не треба да се сфати како изговор за оправдување на новинарите и нивно ослободување секоја недела за истапување од границите и правењето грешки. Од друга страна, тоа не мора да биде направено на суров начин за да не го сметаат новинарите за напад врз себе од гледачите или осуда на квалитетот на нивната работа. Омбудсманот мора да победи и да ја задржи довербата како од публиката, така и од неговите колеги.



# ПРИЛОГ

## Примери на жалби решени од саморегулаторните тела

Одлучувањето по жалбите е основна должност на саморегулаторното тело, кое настојува да обезбеди почитување на неговиот кодекс на етика. Тоа придонесува за избегнување на долгите и скапи судски постапки, иако телото може да изрече само морални санкции и правото на одговор или исправка, кое најчесто е доволно за да ги задоволи тужителите. Повеќето саморегулаторни тела се обидуваат да постигнат договор меѓу двете страни пред да донесуваат пресуда.

Овој прилог дава примери на жалби и пресуди на саморегулаторните тела. Секој случај е решен во согласност со етичкиот кодекс на државата во која се случил, а се разбира резултатите би можеле да бидат различни на други места. Сепак, овие примери даваат претстава за тоа колку ефективни можат да бидат советите за етика, како замена на судовите и изнаоѓањето решенија без судска интервенција.

Повеќето од жалбите на кои работеле советите за етика се однесуваат на повреда на приватноста и на неточност.

## Случај 1: Жалба за повреда на приватност

Таткото на една исчезната жена во трагедија од цунамито во Азија се пожалил на *German Presserat* (Германскиот совет за етика) дека таблоид го објавил нејзиното име и фотографија. Тоа било една од неколкуте такви фотографии од жртвите, преземени од страница на Интернет, која имала за цел да помогне во пронаоѓањето исчезнати лица. Таткото се пожалил дека весникот го прекршил личното право на приватност на семејството.

### **Резултат:**

Поплаквата била уважена. Комисијата за жалби на *Presserat* констатирала дека каков било јавен интерес во прикажување фотографии во вакви околности не може да ги замени правата на инволвираните поединци. Жртвите на катастрофи, како што е цунамито, не стануваат и јавни фигури по автоматизам.

Фактот дека информацијата била објавена на веб - страниците посветени за потрага по исчезнати лица не бил доволен аргумент за весникот да може повторно да ги објави без согласност на семејството.

## Случај 2: Жалба за повреда на приватност

Советот за етика на Босна и Херцеговина дискутирал за напис во дневниот весник *Dnevni Avaz* во врска со сообраќајна несреќа. Тужителот немал забелешка за самиот напис, туку заклучил дека фотографиите од жртвите биле повреда на приватноста и дека не требало да бидат објавени.

### **Резултат:**

Поплаката била уважена. Советот за печат констатирал дека и претходно дискутирале за слични случаи и во неколку наврати ги потсетиле уредниците дека читателите може да се спротивстават на објавувањето такви фотографии. Во овој случај, *Dnevni Avaz* го прекршил членот 9 од Кодексот за етика, во кој се вели: „при обработка на стории кои вклучуваат лична трагедија треба да се постапува внимателно, а на погодените поединци треба да им се пристапи со сочувство и со дискреција“

Советот за етика ги повторил ставовите дека објавувањето фотографии од местото на настанот и објавувањето имиња на малолетни жртви на насилство или жртви на сексуално насилство не е во согласност со професионалното новинарско известување.

## Случај 3: Жалба за неточност

Генералниот директор на исламска книжарница се пожалил на Комисијата за жалби на Велика Британија дека еден напис во *London Evening Standard*, со наслов „Се продава терор и омраза на само неколку метри од Бејкер Стрит“<sup>44</sup>, бил неточен, лажен и спротивно на клаузулата за точност во редакцискиот кодекс за работа на Комисијата.

Написот се однесувал на екстремистичка литература, за која се тврдело дека е во продажба во исламските книжарници после бомбашките напади во Лондон. Книжарницата на подносителот, била истакната на фотографијата, заедно со фотографии од три наслови на книги за коишто весникот пишувал дека се залагаат за тероризам, а за кои се тврдело дека се продаваат во просториите „како што е *Dar Al-Taqwa*“. Подносителот на жалбата рекол дека книжарницата никогаш ги немала прикажаните книги или DVD-ја. Статијата била неточна и ги наведувала луѓето да веруваат дека продавницата промовира и поттикнува тероризам.

Весникот селективно цитирал од еден памфлет за џихад, кој се наоѓал на продажба во книжарницата. Подносителот на жалбата рекол дека памфлетот не поттикнувал тероризам или омраза, како што тврдела самата статија. Како последица на објавувањето, вработените во книжарницата биле подложени на малтретирање и закани за насилство и било неопходно да побараат полициска заштита.

### **Резултат:**

Поплаката била уважена. Комисијата за жалби навела дека според член 1 од Кодексот на работа весниците треба да „внимаваат и да не објавуваат неточни, лажни, или искривени информации“. Во овој случај - со оглед на сериозноста на обвинувањата и чувствителното време во кое тие биле објавени, кратко време по терористичките напади – се појавила потребата за исклучителна внимателност за точно претставување на информациите собрани од весниците. Иако не било спорно дека книжарницата го продавала цитираниот памфлет, неговата содржина не ги поддржувала крајно сериозните



тврдења содржани во насловот. Весникот не водел сметка за точноста на приказната.

Комисијата за жалби констатирала дека, во атмосфера на вознемиреност по нападите, последиците од неточните тврдења би можеле да бидат крајно сериозни за подносителот на жалбата — особено поради фактот дека податоците за контакт на продавницата биле видливо прикажани.

## Случај 4: Жалба за неточност на веб - страница

Советот за новинарство на Фландрија / Белгија добил поплака во врска со статија во делот на архивата на веб - страницата на весникот.

Во 2005 година, весникот објавил напис велејќи дека подносителот бил обвинет за сексуално вознемирување. Ова било неточно, а весникот објавил исправка во следното издание. Сепак, во 2007 година, написот сè уште постоел на веб-страницата на весникот, каде што можело да се прочитаат сите поранешни изданија и можело лесно да се симне, со користење пребарувач како што е Google. Подносителот на жалбата рекол дека, како последица на тоа, тој не успеал да ја добие работата за која аплицирал.

### **Резултат:**

Омбудсманот на Советот ги упатува случаите до Советот, само ако не може да се постигне пријателско спогодување. Во овој случај, можело да се постигне таква спогодба меѓу тужителот и весникот.

Весникот бил свесен за сериозната грешка која ја содржел написот, но не можел да го промени оригиналниот текст, што на некој начин ќе значело фалсификување на историските факти. Сепак, весникот, исто така, бил свесен дека написот би можела да биде штетен за подносителот на жалбата и бил подготвен за изнаоѓање решение. Подносителот на жалбата сфатил дека оригиналниот напис не може да се промени, но побарал итно појаснување дека содржи сериозна грешка. Конечниот договор бил дека треба да се постави јасен линк на веб-страницата од оригиналната статија до корекцијата, така што читателите на оригиналниот напис би можеле веднаш да видат дека таа е искорегирана. Подносителот на жалбата бил задоволен од ова решение и ја повлекол неговата жалба.

## Случај 5: Жалба за незаштита на ранливите категории на лица

Советот за етика на Босна и Херцеговина примил жалба за напис насловен „Средношколец во пеколот на проституцијата“ во дневниот весник *Dnevni List*, кој именува исчезнатата девојка, малолетничка, за која тврдел дека е вмешана во проституција.

### **Резултат:**

Жалбата била уважена. Советот за етика донел одлука дека весникот го прекршил член 11 од Кодексот на етика, кој се занимава со заштита на деца и малолетни лица. Иако мајката на исчезнатата девојка дала информации за неа во медиумите, весникот имал обврска да го заштити нејзиниот идентитет. Ова било особено важно во една приказна заснована само врз сомневањата на мајката, кои не биле потврдени од полицијата, Јавното обвинителство или судот.

Советот за етика препорачал пресудата да биде објавена во редовното издание на весникот.

## Случај 6: Жалба за незаштита на ранливите категории на лица

Полицијата на долината Темза се пожалила на Комисијата за жалби на Велика Британија во името на неименувана жртва на сексуален напад, во врска со напис насловен како “Силувач ѝ ја исекол косата на жртва болна од рак”, објавен во весникот *The London Metro*. Написот објавил дека една млада жена била силувана, го именувал градот во кој се случил нападот и содржел детали за нападот. Исто така, објавил информации за жртвата, вклучувајќи ја и нејзината возраст, скорешните здравствени проблеми и детали за „домот на семејството“ каде што се случил нападот.

Полицијата тврдела дека написот содржел премногу детали и голема е веројатноста да се идентификува жената или да придонесе за нејзина идентификација, нарушувајќи го членот 12 на Кодексот на работа, кој се однесува на жртвите на сексуален напад.

Весникот нагласил дека не го именувал специфичното населено место каде што се случил нападот и дека не е јасно од приказната дали жртвата живеела во таа област, па дури и во истиот град.

### Резултат:

Жалбата била уважена. Комисијата за жалби констатирала дека поради голем број причини, а не само поради крајната чувствителност на жртвите на такви ужасни злосторства, Кодексот за работа поставил многу тежок товар врз уредниците. Кодексот не само што забранува идентификација, туку забранува и објавување на информации кои би придонеле за таква идентификација. Во овој дел од Кодексот не станува збор за одбрана на јавниот интерес, со оглед на тоа што од суштинско значење било да се следат неговите стриктни одредби од сите уредници.

Во овој случај, написот не ја идентификувал жртвата на нападот по име или адреса, но содржел доволно информации кои придонеле за можна идентификација, затоа и станувало збор за прекршување на Кодексот.

Комисијата констатирала дека е исклучително важно извештаите за сексуални кривични дела да бидат внимателно и до крај изградени. Какви било детали надвор од најосновните, без оглед колку се мали, може да ја идентификуваат жртвата за некој кој не знаел за кривичното дело. Целта на Кодексот е да гарантира дека тоа не може да се случи и се одржува анонимност што ја заслужуваат жртвите. Комисијата истакнала дека кршењата на оваа клаузула биле многу ретки, благодарение на генерално високите стандарди на известување.

## Случај 7: Жалба за дискриминација

Жалбата е поднесена до Советот за етика на Швајцарија, за карикатура од *Chappatte* во дневниот весник *Le Temps*. Тој го прикажувал покојниот Папа Јован Павле II распнат покрај толпа верници кои медитирале, а некои од нив и со камери во рацете. Распнатиот Исус ги прашува: „Дали ве вознемирува моето постоење?“

Подносителот на жалбата истакнал дека карикатурата ги навредила христијаните и културните луѓе, а нејзиното објавување ја прекршило клаузулата за дискриминација од Кодексот на новинарите. Ако Евреите и муслиманите би биле нападнати на сличен начин би била поднесена судска тужба за расизам.

### **Резултат:**

Жалбата не била уважена. Советот за етика на Швајцарија решил дека сатирата и карикатурите кои се однесуваат на религиозни теми најчесто се прифатливи. Оваа слобода не е ограничена од фактот дека некои религии забрануваат прикажување одредени објекти или луѓе и дека не требало да се земе предвид особената чувствителност на некои православни кругови. Оваа слобода треба да се применува пропорционално, во демократски дух.

Во овој случај, не биле пречекорени ограничувањата на слободата за коментирање, со оглед на огромниот јавен и медиумски интерес за смртта на Папата. Проценката во оваа карикатура и нејзината фактичка основа биле препознатливи за публиката.

# БИОГРАФИИ

## Автори

### *Јавуз Бајдар*

Јавуз Бајдар го претставил концептот на омбудсманот пред турскиот печат и неговите читатели и работи како омбудсман, а секој понеделник ја објавува својата неделна колумна во дневниот весник *Sabah*. Неговото прво назначување како омбудсман се случило во 1999 година за *Milliyet*. Јавуз Бајдар е, исто така, активен член на Организацијата на омбудсмани за вести (ООВ). Во 2003 и 2004 година, тој служел како службеник, заменик - претседател, и како прв претседател на организацијата, кој не е од Северна Америка. Пред да стане Омбудсман, Бајдар работел како известувач, странски дописник и уредник за различни медиуми.

### *Вилијам Гор*

Вилијам Гор, во 2000 година, стана дел од Комисијата за жалби (РСС) како службеник за жалби, после неговото дипломирање на Универзитетот на Оксфорд, каде што учел за модерната историја. По неговото дванаесет месечно работење, тој ја презеде одговорноста за меѓународната работа на Комисијата, каде што помеѓу другото, имаше советодавна улога во формирањето на нов совет за етика во Босна и Херцеговина. Во март 2004 година, Вилијам Гор беше назначен за помошник-директор на Комисијата за жалби (РСС). Тој ја одржува неговата улога во меѓународните работи и во секојдневното справување со жалби, но има поширока одговорност во целокупното работење на РСС.

### *Миклош Харашти*

Унгарски писател, новинар, застапник за човековите права и универзитетски професор, Миклош Харашти бил назначен за претставник на ОБСЕ за слобода на медиумите од 10 март 2004 година. Г-дин Харашти студирал филозофија и литература на Универзитетот



во Будимпешта. Во 1976 година бил соосновач на Движењето на Унгарската демократска опозиција и во 1980 година станал уредник на периодичниот *Beszélo*. Во 1989 година, Харашти учествувал на „тркалезна маса“ за преговорите за транзиција во слободни избори. Член на унгарскиот парламент во периодот меѓу 1990 и 1994 година, а потоа продолжил со предавања на бројни универзитети, за демократизација и медиумската политика. Во книгите на г. Харашти спаѓаат: „Работникот во работничка држава“ и „Каdifениот затвор“, и двете преведени на повеќе јазици.

### **Вероник Мауруш**

Вероник Мауруш од 2006 година, била Омбудсман на францускиот дневен весник *Le Monde*. По завршување на студиите по англиски јазик и економија, на возраст од 22 години Вероник Мауруш станала дел од уредничкиот тим на *Le Monde* и таму ја изградила својата кариера. Почнала да работи за економскиот оддел на весникот и до 1995 достигнала статус на сериозен известувач и станала заменик - раководител на одделот на известувачи. Таа е, исто така, и автор на две книги: „Voyage au pays des mythes“ и „La vie secrète du Louvre“.

### **Огњан Златев**

Огњан Златев бил генерален директор на Центарот за развој на медиумите во Бугарија. Оваа организација е основана во 1998 година, со цел да го промовира развојот на независните медиуми во Бугарија, да го поттикне градењето на капацитетите на медиумите и да го зајакне вмрежувањето и прекуграничната соработка во Југоисточна Европа. Огњан Златев е, исто така, член на Управниот одбор на Националниот совет за новинарска етика на Бугарија, основач и член на Управниот одбор на Европската мрежа на Југоисточна Европа за професионализација на медиумите (SEENPM), како и член на Одборот на Медиумската организација на Југоисточна Европа (SEEMO), поврзана со Меѓународниот новинарски институт во Виена.

## Уредници

### **Аделин Хулин**

Од 2006 година, Аделин Хулин била асистент на раководител на проект, на канцеларијата на Претставникот на ОБСЕ за слобода на медиумите. Пред тоа, работела како советник во францускиот центар за врски меѓу медиумите и образованието (CLEMI) и за УНЕСКО, работејќи на програми за медиумско образование. Таа е магистер по новинарство од Универзитетот Paris Dauphine, а дипломирала на политички науки во Институтот на Бордо за политички науки - Bordeaux's Institut d'Etudes Politiques.

### **Џон Смит**

Џон Смит работел како новинар за голем број британски весници, вклучувајќи го *The Times*, пред да стане виш предавач по новинарство во колеџот Дарлингтон (Darlington College), Англија, специјализирајќи во областа на медиумското право и етика. Тој е истражувач на Националниот совет за обука на новинари и автор на неговиот воведен новинарски учебник „Суштинско известување“.



