



## PRIRUČNIK ZA ETIKU U ONLAJN MEDIJIMA

---

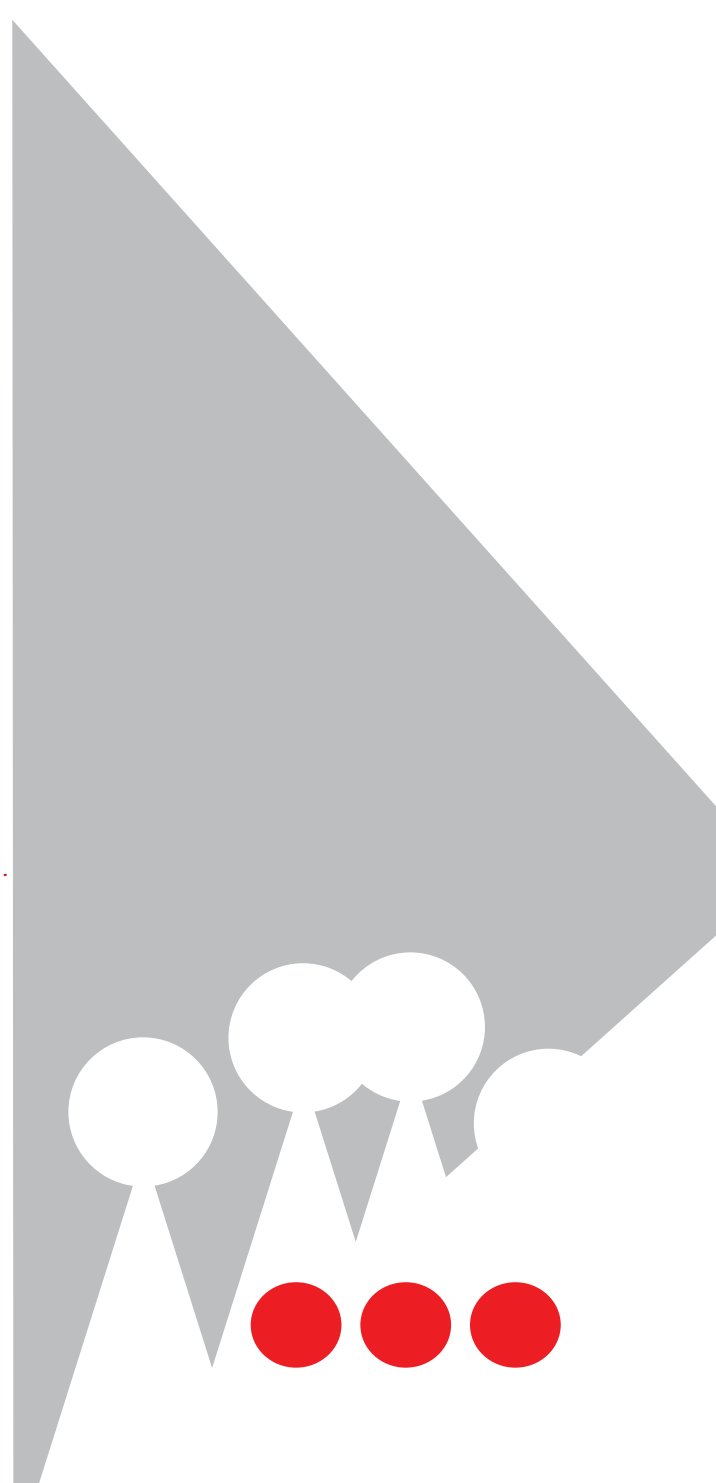


Projekat finansira  
Evropska unija



Ministarstvo javne uprave

Projekat kofinansira  
Ministarstvo javne uprave  
Crne Gore





## PRIRUČNIK ZA ETIKU U ONLAJN MEDIJIMA

Priručnik je nastao na osnovu interesa onlajn medija iz Crne Gore iskazanog tokom sastanaka predstavnika medijske zajednice i Mreže za etičko novinarstvo, u okviru projekta “Respekt - za podizanje etičkih standarda u medijima i povjerenja građana u etičke medije”, a kojim želimo da podstaknemo na unapređenje etičkih načela u sadržaju i upravljanju onlajn medija u Crnoj Gori. Priručnik je baziran na iskustvu Mreže za etičko novinarstvo u radu sa onlajn medijima širom svijeta i zasnovan je na načelima: tačnosti, nezavisnosti, nepristrasnosti, čovječnosti i odgovornosti novinara i medija.

1. Kao opšte načelo, onlajn novinarstvo u Crnoj Gori mora poštovati sve etičke standarde profesije i osnovne vrijednosti novinarstva, nezavisno od konteksta i vrste formata.

Konkretno, informacije koje objavljuju onlajn mediji moraju biti:

- tačne i zasnovane na činjenicama
- provjerene i objavljene bez senzacionalizma
- objavljene bez namjere da nanese štetu drugima
- nepristrasne, obuhvatajući sve relevantne tačke gledišta
- pouzdane u pogledu porijekla sadržaja i korišćenih novinarskih metoda.

Onlajn novinari i onlajn mediji uvijek bi morali imati u vidu da sistematsko prenošenje sadržaja treće strane bez provjere njegove tačnosti može ozbiljno ugroziti integritet i vjerodostojnost onlajn medija i novinarstva, i prouzrokovati kršenje prava intelektualne svojine.

2. Osobnost onlajn publikacija, njihova posebna osjetljivost, upotreba interneta i tehnoloških sredstava kao što su mobilni telefoni, onlajn medijima i novinarima nalažu da se povinuju nekim obrascima i smjernicama.

Principi koji se odnose na osobnost onlajn publikacija u Crnoj Gori:

3. Novinari i mediji u Crnoj Gori treba da poštuju ugled i privatnost pojedinca, bez izuzetka. U onlajn novinarstvu, na taj ključni princip stavlja se poseban naglasak, usljed ozbiljne štete koja bi mogla biti nanijeta trećim licima ili ugroziti njihova zakonska prava.



Izveštaj je urađen u okviru projekta „Respekt – Za podizanje etičkih standarda u medijima i povjerenja građana u etičke medije“. Izveštaj je nastao uz finansijsku podršku Evropske unije i Ministarstva javne uprave. Za sadržaj ovog izvještaja isključivu odgovornost snose Institut za medije Crne Gore i autorka i on ni na koji način ne odražava stavove Evropske unije i Ministarstva javne uprave.



4. Urednici ili administratori veb-stranica ne smiju objavljivati bilo kakav vizuelni ili pisani sadržaj u kome se podstiče na mržnju ili nasilje, ili se, na direktan ili indirektan način zagovara diskriminacija na osnovu roda, godina, bračnog statusa, jezika, fizičkog ili mentalnog invaliditeta, seksualne orijentacije, političkih ili religioznih uvjerenja, etničkog ili socijalnog porijekla.
5. Forume posvećene prvenstveno djeci i mladima treba nadzirati s posebnom pažnjom, radi sprečavanja nasilja na internetu i objavljivanja zlonamjernog sadržaja s ciljem da se drugima nanese šteta.
6. Neophodno je jasno razgraničiti urednički sadržaj od forumskog sadržaja koji kreiraju treća lica, tj. korisnici. Urednici snose etičku a potencijalno i zakonsku odgovornost za sadržaj treće strane koji objavljuju u svojim publikacijama.
7. Potrebno je voditi računa da linkovi koji se nalaze u sadržaju veb-stranica ne usmjeraavaju korisnike na druge stranice koje sadrže zlonamjerne, štetne i lažne informacije ili koje nijesu u saglasnosti sa smjernicama Kodeksa novinara/novinarki Crne Gore.

#### Sadržaj korisnika

8. Urednici i administratori veb-stranica moraju nadzirati svoje stranice (uključujući i s njima povezane naloge na društvenim mrežama) i preduzimati mjere da spriječe objavljivanje sadržaja koji krše zakon, povrjeđuju ljudsko dostojanstvo ili privatnost ili sadrže elemente govora mržnje. Ukoliko je moguće, preporučljivo je ovu vrstu nadzora sprovesti prije samog objavljivanja sadržaja.

Govor mržnje podrazumijeva diskurs čija je namjera da se proizvede ekstremna mržnja, podstiče na direktno nasilje ili diskriminaciju pojedinca ili grupe, a posebno manjina. Odgovorni na pozicijama moderatora čitalačkih komentara trebalo bi da prođu posebnu obuku da bi se upoznali s osnovama domaćeg i međunarodnog prava i standarda u oblasti zaštite ranjivih grupa.

9. Urednici i administratori veb-stranica trebalo bi da usvoje i vidljivo istaknu smjernice za upravljanje sadržajem korisnika i pravila koja korisnici moraju poštovati prilikom davanja komentara ili drugih sadržaja na veb-stranicu. Navedena pravila moraju jasno definisati dozvoljeni sadržaj korisnika, postupanje u slučajevima anonimnih komentara i procedure za prijavljivanje kršenja pravila ili ukazivanje na kršenja pravila stranice ili zakona.

10. Smjernice za upravljanje sadržajem moraju precizno naznačiti kako se moderacija sadržaja koji korisnik kreira na veb-stranici sprovodi (prije ili nakon objavljivanja i sl.) i koje se tehnologije koriste u tu svrhu. Ukoliko je moguće, urednici ili administratori treba da koriste raspoložive alate – filtere ili druge tehnologije da bi se spriječilo objavljivanje uvredljivog govora ili drugog, lako prepoznatljivog i neprimjerenog sadržaja.
11. Urednici i administratori veb-stranica korisnicima moraju obezbijediti jednostavne procedure za prijavljivanje sadržaja za koji korisnik procijeni da je protivzakonit ili da krši pravila stranice.
12. U vezi s komentarima koji sadrže govor mržnje, ugrožavaju sigurnost ili fizički integritet pojedinaca ili mogu izazvati druga ozbiljna kršenja ljudskih prava – urednici i administratori veb-stranica moraju upotrijebiti efikasne mehanizme za identifikaciju i onemogućavanje takvog sadržaja koristeći sva raspoloživa sredstva.

Urednici i administratori veb-stranica u obavezi su da bez odlaganja ispituju neprihvatljiv sadržaj i da ga uklone od trenutka kad se takav sadržaj označi kao problematičan. Urednici su slobodni da postupaju prema sopstvenoj procjeni (čak i ukoliko ne postoji pritužba oštećenih lica ili drugih strana) i moraju bez odlaganja preduzeti utvrđene mjere neposredno po prijemu opravdane pritužbe.

13. U slučajevima gdje urednici ili administratori veb-stranica ne sprovedu prethodnu, načelnu modifikaciju sadržaja treće strane, trebalo bi se razmotriti uspostavljanje sistema prethodne ili promptne moderacije za teme za koje se opravdano pretpostavi da mogu generisati znatnu količinu ekstremnih ili neprimjerenih komentara. U odgovarajućim slučajevima, uredništvo u potpunosti može blokirati sadržaje i komentare treće strane.
14. Urednici i administratori treba da imaju jasno utvrđene smjernice i procedure za označavanje i pravovremeno uklanjanje seksualnog sadržaja ili intimnih sadržaja postavljenih bez saglasnosti subjekta (fotografije, video i sl.) imajući u vidu njihovu izuzetnu osjetljivost i uticaj na privatnost i dostojanstvo oštećenih.
15. Navedene smjernice treba da obuhvate (u mjeri u kojoj mogu da se primijene) i naloge na društvenim mrežama medijskih servisa, uzimajući u obzir potencijalno veliki uticaj objava na ovim platformama. Pored toga, mediji treba da budu upoznati sa smjernicama i procedurama svih relevantnih društvenih mreža da bi mogli spriječiti ili zaustaviti objavljivanje spornog sadržaja na sopstvenim nalogima.



#### Obavještenja i procedure za uklanjanje sadržaja

16. Urednici ili administratori veb-stranica moraju primijeniti efikasne mehanizme za razmatranje pritužbi javnosti ili prijave sadržaja koji su potencijalno nezakoniti ili u suprotnosti s politikom određene internet stranice. Podnosioci prijave treba da dobiju potvrdu da se njihove prijave razmatraju.
17. Po pravilu, urednici ili administratori treba da postupe po prijemu pritužbe u najkraćem mogućem roku, a najkasnije u rasponu od 48 sati. Izuzetno, ovaj vremenski rok može se produžiti za slučajeve koji su posebno kompleksni iz pravne ili etičke perspektive.
18. Urednici mogu privremeno onemogućiti pristup spornom sadržaju u slučajevima koji zahtijevaju dalje razmatranje. Kad god je moguće i pod uslovom da sporni sadržaj treće strane nije očigledno protivzakonit, urednici treba da ulože sve napore da bi stupili u kontakt s autorima takvog sadržaja, pozivajući ih da iskažu svoje stavove povodom primljene prijave. Urednici mogu vratiti bilo koji sadržaj kome je prethodno onemogućen pristup, ukoliko se u međuvremenu utvrdi da je taj sadržaj ispravan i u skladu sa zakonom.
19. Urednici treba da obrate posebnu pažnju na sadržaj anonimnih korisnika. Anonimnost je pravo koje se može dodijeliti osobama u posebnim okolnostima (to se uglavnom odnosi na djecu, žrtve nasilja ili druge ugrožene grupe). Uobičajeno je da urednici i osobe zadužene za sadržaj veb stranice očekuju od svojih korisnika da budu transparentni i da dostave tačne i provjerene imejl adrese i kontakt detalje. Oni mogu, na određeno vrijeme ili trajno, blokirati korisnike (bili oni anonimni ili ne) koji uzastopno krše pravila platforme, ili njihov sadržaj mogu podvrgnuti moderaciji prije objavljivanja.
20. Urednici mogu ustanoviti pravila koja privrednim subjektima ili drugim licima koja taj prostor koriste zabranjuju korišćenje prostora za komentare radi sticanja materijalne koristi i upotrebu indirektnog ili skrivenog oglašavanja u navedenom prostoru.

#### O korišćenju sadržaja treće strane pribavljenog posredstvom društvenih mreža ili crnogorske javnosti

21. Lične fotografije, video snimci ili pisani materijal objavljeni na društvenim medijima takođe pripadaju javnom prostoru, a njihova upotreba u mas-medijima izlaže ih širem auditorijumu. Mediji moraju biti svjesni posljedica korišćenja ovakve vrste ličnog materijala i informacija, posebno kad se odnose na tragične događaje. Implikacije vezane za autorska prava takođe treba uzeti u obzir.

22. Fotografije i video snimci s društvenih mreža moraju se pažljivo analizirati i provjeriti radi utvrđivanja njihove autentičnosti.

23. Lakoća pribavljanja slika s društvenih mreža ili ličnih profila ne oslobađa medije od sopstvene odgovornosti za javnu dobrobit. U objavljivanju ovakvih informacija javni interes je često suprotstavljen pravu na privatnost i zaštiti maloljetnika i neophodan je oprez pri odlučivanju. Objavljivanje slika na društvenim medijima ne smije se tumačiti kao saglasnost originalnog izvora za ponovno objavljivanje na drugim platformama ili putem medija.

24. Mediji treba da budu svjesni rizika prilikom objavljivanja slika koje prikazuju protivzakonito ili antisocijalno ponašanje. Posebno oprezni mediji treba da budu da ne bi postali sredstvo za promociju ili opravdanje nelegalnih aktivnosti uopšte, a naročito organizovanog kriminala.

#### Onlajn arhiv, prenošenje sadržaja koji kreiraju korisnici

25. Onlajn mediji treba, koliko god je moguće, da održavaju onlajn archive objavljenog sadržaja. Trajni arhivski materijal doprinosi očuvanju istorijske evidencije i može se redigovati ili ukloniti samo u izuzetnim okolnostima, na primjer, kad to naredi sud ili kad aktuelna publikacija može ozbiljno ugroziti dobrobit djece ili fizički i psihološki integritet ranjivih pojedinaca, ili pak ukoliko je izvorna publikacija bila netačna ili je sadržala ozbiljne etičke propuste. Po pravilu, svaka redakcija treba da bude praćena objašnjenjem na istoj stranici.

26. Principi Etičkog kodeksa novinara Crne Gore treba da budu saobrazni i s propisima o zaštiti autorskih prava i da se u potpunosti primjenjuju na onlajn publikacije. Kontinuirano prenošenje sadržaja i drugih materijala koje su proizveli drugi mediji, bez njihove dozvole ili odgovarajuće saglasnosti, predstavlja kršenje autorskih prava i smatra se ozbiljnim kršenjem novinarske etike. Štaviše, za korišćenje bilo kojeg citata (s dozvolom za upotrebu) iz sadržaja treće strane, neophodno je jasno naznačiti izvor/autora sadržaja i tako ispoštovati propise o zaštiti autorskih prava.

#### Smjernice za dobro upravljanje i menadžment onlajn medija

27. Menadžment i vlasništvo onlajn medija treba da budu vidljivi. Podaci o statusu, ime i adresa medijske kuće, sve njene aktivnosti, članovi Upravnog odbora, struktura menadžmenta, finansijska imovina medijske kuće i njenih vlasnika treba da budu dostupni javnosti. Izvještaj o potezima preduzetim u borbi protiv korupcije, i o odgovorima



na korupcijske incidente, prihodi primljeni iz državnih izvora (reklame, grantovi itd.), detalji o članstvu i učešću u medijskim udruženjima ili nacionalnim i međunarodnim inicijativama takođe treba da su transparentni.

28. Onlajn mediji treba da poštuju državne i međunarodne standarde rada uključujući priznavanje sindikata, kolektivnog pregovaranja i rodne ravnopravnosti, da rade na poboljšanju novinarskog umijeća i omogućavanju druge obuke za zaposlene; treba da se zalažu za princip različitosti u procesu zapošljavanja.

29. Bezbjednost i zaštita novinara i medijskih radnika treba da budu jedan od prioriteta medijskih kuća, najviše u smislu omogućavanja obuke i pripreme za izvještavanje u opasnim zonama, i obuke za pružanje prve pomoći.

30. Onlajn mediji u Crnoj Gori trebalo bi da uspostave repere za periodičnu provjeru etičkih i upravljačkih sposobnosti, takozvane revizije (audits). Ovo su samo neke od informacija koje bi se trebale naći u izvještaju nakon obavljene revizije.

1. UREĐIVAČKI UČINAK – Obezbijediti što više relevantnih podataka i brojki i fokusirati se na rad koji je ojačao ulogu etičkog novinarstva

2. UREDNIČKA NEZAVISNOST – Kako medijska kuća obezbjeđuje pravo uredničkog tima da radi etički i prema savjesti, uključujući:

- Obaveze u postovanju uredničkog pravilnika ponašanja, u slučaju da takav pravilnik postoji i da je sastavni dio ugovora, a takva praksa je poželjna
- imenovanje i nezavisnost glavnog i odgovornog urednika
- sistem za monitoring novinarskih tekstova i priloga i ispravljanje greški
- strukture za postavljanje uređivačke politike i postupanje s internim kršenjem pravilnika i novinarskih odrednica
- politika povodom upotrebe društvenih mreža poput Twitter-a i Facebook-a

3. EKONOMSKI UČINAK – Postaviti ekonomske tendencije i izazove u pogledu prihoda i troškova, i prihoda iz državnih izvora što je transparentnije moguće.

4. ZAPOŠLJAVANJE – Obezbijediti informacije o zaposlenima prema tipu zaposlenosti, prema ugovorima, regionalnim, rodnim i nacionalnim karakteristikama.

5. ZDRAVLJE I BEZBJEDNOST – Odrediti način zaštite novinara i medijskog osoblja uključujući:

- obezbjeđivanje obuke i bezbjednosne zaštite
- obezbjeđivanje zdravstvenog i životnog osiguranja za zaposlene iz ugroženih kategorija
- informisanje, obuku, savjetovanje, zaštitu i postupke za kontrolu rizika koji pokrivaju ozbiljne bolesti, stanja izazvana stresom i fizičke napade
- da se pitanja iz oblasti zdravstvene i bezbjednosne zaštite nađu u zvaničnim ugovorima sa sindikatima
- angažovanje po pitanju bezbjednosnih aktivnosti na nacionalnom i međunarodnom nivou uključujući i aktivnosti koje organizuje International News Safety Institute.

6. OBUKA I OBRAZOVANJE – Postaviti mjere u pogledu obuke uključujući:

- obuku za zaposlene prema kategoriji zaposlenih
- programe za usavršavanje menadžmenta i dugoročnu obuku koja bi podržavala radnike i pomogala im na kraju karijere
- kako radnici primaju izvještaje o učinku i razvoju karijere; ima li u tome razlika s obzirom na njihov pol.

7. RAZLIČITOST I RAVNOPRAVNOST – Odrediti učinak kompanije prema sastavu upravljačkih tijela i radnika svrstanih u kategorije u odnosu na pol, starosnu grupu, pripadnost manjinama, nacionalnost i prema drugim indikatorima različitosti.

8. JEDNAKE PLATE ZA ŽENE I MUŠKARCE – Obezbijediti informacije o osnovnim platama i nadoknadama za žene i muškarce prema kategorijama zaposlenosti.

9. LJUDSKA PRAVA – Izvijestiti o načinu na koji kompanija poštuje državne i međunarodne standarde i kako se oni primjenjuju, na primjer, u slučajevima ograničenja prava zaposlenima (ograničenja u korišćenju društvenih mreža i političkog izvještavanja):



- sloboda izražavanja
- opis u vezi s ljudskim pravima kakav je, na primjer, način izvještavanja o manjinama
- kulturna prava
- intelektualna svojina
- zaštita privatnosti
- korupcija i lobiranje
- interakcija s publikom (čitaoci, slušaoci i gledaoci)
- oglašavanje
- medijska pismenost

Postaviti dogovore i ugovore za situacije gdje postoji zabrinutost u pogledu poštovanja ljudskih prava (prethodno navedenih), organizovati obuke zaposlenih u pogledu pravila i procedura na polju ljudskih prava da bi se informisali o tome kakva su pravila medijske kuće u tom pogledu i kakvi su nacionalni zakoni na temu ovih pitanja. Izvijestiti o broju slučajeva diskriminacije i koracima koji su tim povodom preduzeti.

10. SLOBODA UDRUŽIVANJA I KOLEKTIVNOG PREGOVARANJA – Izvijestiti o tome da medijska kuća priznaje pravo na upražnjavanje slobode udruživanja i kolektivnog pregovaranja, i potezima koje preduzima u skladu sa zakonskim obavezama. Izvijestiti o broju internih žalbi zbog diskriminacije ili kršenja socijalnih i političkih prava zaposlenih. Izvijestiti kako se postupilo po ovim žalbama i koji je njihov zvaničan ishod ako su zvanično razriješene.
11. JAVNA POLITIKA – Postaviti pozicije javne politike i učešća u razvoju javne politike i lobiranju, uključujući i ukupnu vrijednost finansijskih doprinosa i doprinosa u naturi političkim partijama, političarima i relevantnim institucijama.
12. RAZVOJ MEDIJSKOG SADRŽAJA – Izvijestiti o potezima preduzetim da bi se poboljšao kvalitet sadržaja (posebno u pogledu uredničke pokrivenosti pitanja koja se tiču publike koja pripada ugroženim društvenim grupama) i izvijestiti o rezultatima s tim u vezi. Izvijestiti o uređivačkim pitanjima i pitanjima medijskog sadržaja zbog koji su uloženi prigovori i, gdje je moguće, izvijestiti o relevantnom broju žalbi i odgovorima koje je medijska kuća uputila. Dati glavne crte procesa pokrenutih da bi se odgovorilo na pomenute prigovore.

13. INTERAKCIJA S PUBLIKOM I REJTINZI – Izvijestiti o metodama za interakciju s publikom i postignutim rezultatima. Objaviti rezultate i objasniti ocjenu rejtinga i istraživanja koja su se ticala zadovoljenja potreba potrošača.
14. MARKETINŠKI STANDARDI – Objasniti politiku medijske kuće u vezi s poštovanjem zakona, standarda i propisa na dobrovoljnoj osnovi u oblasti marketinga, uključujući i oglašavanje, promocije i sponzorstva. Dati primjere o potezima preduzetim da se razdvoji marketing (oglašavanje i komercijalne aktivnosti) od uredničkog posla.
15. MEDIJSKA PISMENOST – Izvijestiti o potezima preduzetim na osposobljavanju publike kroz razvitak medijske pismenosti i rezultatima koji su tom prilikom dobijeni.
16. PRIVATNOST I KLEVETA – Izvijestiti o broju prigovora koji se odnose na kršenje privatnosti ili o prigovorima podnijetim za klevetu i povredu časti i ugleda.

#### **Impresum:**

AUTOR: **Aidan White**

UREDNICI: **Aidan White, Danica Ilić**

IZDAVAČ: **Institut za medije Crne Gore**

ZA IZDAVAČA: **Olivera Nikolić**

LEKTORKA: **Lida Vukmanović-Tabaš**

PREVOD: **Ksenija Latinović**

DIZAJN: **Radmila Beća Radulović**

**Podgorica, decembar 2018.**

