



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

PROFESIONALNO & NOVINARSTVO SAMOREGULACIJA

Novi mediji i stare dvojbe
u Jugoistočnoj Europi
i Turskoj

Izdavač: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, Francuska

© UNESCO 2011

Sva prava pridržana

ISBN 978-92-3-504193-4

Sve predstavljene oznake i prezentacija materijala u ovoj publikaciji ne uključuju mišljenje i stavove UNESCO-a u pogledu pravnog statusa bilo koje zemlje, područja, grada ili regije ili njenih vlasti ili ograničenje njenih granica.

Autori su odgovorni za izbor i prezentaciju podataka koji su sadržani u ovoj knjizi i za mišljenja koja su izrečena i koja ne moraju nužno odražavati stavove UNESCO-a.

Ovo izdanje za objavljivanje je pripremio Stjepan Malović.

Priprema za tisak: UNESCO

Tisak: IZVORI, Zagreb

Tiskano u Hrvatskoj

PREDGOVOR	6
SURADNICI	7
UVODNIK	11
ZAHVALE	15
1 NAČINI OSIGURAVANJA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI MEDIJA (NODO) I NJIHOVA PRIMJENA U JUGOISTOČNOJ EUROPI I TURSKOJ	17
Ognian Zlatev	
Načela samoregulacije	17
Vijeća za medije	19
Primjena NODO-a u Jugoistočnoj Europi i Turskoj	23
Bilješke	38
2 BALKANSKI MEDIJI: IZGUBLJENI U TRANZICIJI ..	39
Remzi Lani	
Poslije zida	40
Ne zaboravite medijske ratove	42
Djelomice slobodni?	44
Produžena ruka politike	47
Neprincipijelna koalicija: mediji, biznis, politika	50
Tko čuva pse čuvare	53
Etičke dvojbe, stare i nove	55
Izvori	60

3 "USAMLIJENI JAHAČ" KAO MISIONAR SAVJESTI: ULOGA NOVINARSKOG OMBUDSMANA 63

Yavuz Baydar

Uvod	63
Pozadina: kako su nastali ombudsmeni	64
Obrazloženje: zašto su potrebni ombudsmeni	68
Struktura funkcije: zadaće ombudsmana	72
Kvalifikacije: što čini dobrog ombudsmana	75
Ponašanje i zadaće: kako ombudsman radi	76
'Cyberombudsmen': kako učiniti <i>online</i> novinarstvo odgovornim?	81
Praksa <i>Guardiana</i> : globalni model?	83
Polazište: Organizacija novinarskog ombudsmana (ONO).....	85

4 TURSKO ISKUSTVO: OMBUDSMAN U NEPRIJATELJSKOM OKRUŽENJU 89

Yavuz Baydar

Uvod	89
Sudar automobila	90
Bolna lekcija	91

5 JAVNI RADIOTELEVIZIJSKI SERVIS I OMBUDSMAN 93

Jacob Mollerup

Osnove su iste	93
Javni radiotelevizijski servis i samoregulacija	94
Šest različitih uloga ombudsmana	97
Devet studija slučajeva: javna radiotelevizija s ombudsmanom	100
Ombudsman – dio procesa	104
Iz kutije s alatom	106
Budućnost	111

6 ISKUSTVA INTERNETSKJE ERE U MEDIJIMA JUGOISTOČNE EUROPE 113

Gordana Vilović

Uvod	113
Korištenje interneta u Jugoistočnoj Europi: brzi razvitak	115
Etika i sloboda izražavanja na internetu	118
Zaključak	126
Bilješke	127
Izvori	128

7 PROMOCIJA ODGOVORNOSTI MEDIJA U JUGOISTOČNOJ EUROPI: PROMIŠLJANJA O BUDUĆIM IZAZOVIMA 129

Tarja Turtia i Adeline Hulin

PREDGOVOR

Ova je publikacija nastala kao sastavni dio projekta "Primjena međunarodnih standarda u području medija u zemljama Jugoistočne Europe" (Alignment to International Standards in the Media Sector of South-East European Countries), sa ciljem da unaprijedi europske standarde medijske etike, promovira osnivanje i djelotvorno funkcioniranje samoregulacijskog mehanizma i stvaranja mreže ključnih sudionika i stručnjaka.

Projekt je inicirao UNESCO u kolovozu 2008., i to zahvaljujući fondovima Europske komisije, a proveden je u suradnji s Mrežom za profesionalizaciju medija Jugoistočne Europe (South-East European Network for the Professionalization of Media (SEENPM), Organizacijom za sigurnost i suradnju u Europi (OSCE) i s Alijansom nezavisnih europskih vijeća za medije (AIPCE). Zemlje koje su sudjelovale u projektu bile su Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Hrvatska, Srbija, Bivša Jugoslavenska Republika Makedonija, Turska i Kosovo [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a].

Tijekom protekle dvije i pol godine, članovi vijeća za medije, novinarski ombudsmeni, urednici i novinari, znanstvenici, predstavnici medijskih instituta i nevladinih organizacija i međunarodne organizacije, zajedno su sudjelovali, u dva kruga godišnjih nacionalnih okruglih stolova, kao i na regionalnim konferencijama koje su se održale u Tirani (ožujak, 2009.) i Istanbulu (veljača, 2010.) te na završnoj konferenciji u Parizu (siječanj, 2011.). Pokrenuta je web stranica posvećena medijskoj odgovornosti koja je postala mjestom razmjene informacija (dostupno: www.unesco.org/new/en/communication-and-information/freedom-of-expression/professional-journalistic-standards-and-code-of-ethics/europe/)

Tekstove koje objavljujemo u ovoj knjizi napisali su poznati stručnjaci u polju samoregulacije medija koji su sudjelovali u projektu, a koji predstavljaju svoje analize glavnih pitanja raspravljenih na održanim skupovima (više informacija o samom projektu nalazi se u posljednjem tekstu kojeg objavljujemo u ovoj publikaciji).

YAVUZ BAYDAR

Novinar s 32-godišnjim iskustvom, Yavuz Baydar, profesionalno je djelovao i u novinama i na radioteleviziji. Piše svoje stavove u kolumni koju objavljuje dnevna novina *Today's Zaman*, gdje komentira domaću i međunarodnu političku situaciju povezanu s Turskom, te medijske teme. Baydar također radi kao zastupnik čitatelja (novinski ombudsman) za dnevne novine *Sabah*, te prezentira tjedne aktualne teme u emisiji *Acik gorus* (Otvoreni pogled) na TV24. Radio je kao producent i voditelj vijesti za švedsku Radio & TV Corp. (SR) iz Stockholma, te kao dopisnik za Skandinaviju i Baltik za turski dnevnik *Cumhuriyet* od 1980. do 1992. Nakon tri godine provedene kao producent i urednik, istodobno na ShowTV u Parizu i na BBC World Service u Londonu, vratio se 1994. u Tursku gdje je radio kao vanjskopolitički urednik u dnevnim novinama *Yeni Yüzyil*, te kao urednik Op-Ed rubrike i ombudsman za dnevnik *Milliyet*. Yavuz Baydar bio je predsjednik Udruženja novinskih ombudsmana (ONO) od 2003. do 2004. Također, član je World Editors Forum-a (WEF) i Committee of Concerned Journalists (CCJ).

ADELINE HULIN

Adeline Hulin je koordinatorica projekta u Uredu Organizacije za sigurnost i suradnju u Europi (OSCE). Predstavnica je organizacije Freedom of the Media, kojoj se pridružila 2006. godine. Prije toga, radila je kao savjetnica u French Liaison Centre between the Media and Education (CLEMI) i za UNESCO, na razvoju obrazovnih programa za medije. Magistrirala je novinarstvo na University Paris Dauphine i stekla zvanje prvostupnice iz političkih znanosti na Bordeaux Institut d'Etudes Politiques.

REMZI LANI

Remzi Lani je izvršni direktor Albanskog medijskog instituta. Od 1983. do 1992. bio je glavni urednik *Zeri i Rinise*, jedne od prvih liberalnih novina u Albaniji. Bio je dopisnik španjolskog dnevnog lista *El Mundo* (1991–93.) i novina *Zeri* iz Prištine (1993–95). Urednik Alternativne informacijske mreže u Tirani bio je od 1995. do 2000. godine, te ko-urednik albanskog izdanja magazine *Foreign Policy*. Prvi je predsjednik Mreže za profesionalizaciju medija u Jugoistočnoj Europi (SEENPM), koja je udružila 15 medijskih centara i instituta iz Jugoistočne Europe. Remzi Lani je član Upravnog odbora Global Forum for Media Development (GFMD) i član uprave organizacije World Association of Newspapers (WAN).

JACOB MOLLERUP

Jacob Mollerup, 57, radio je kao urednik i novinar od 1980. godine. Među brojnim zaduženjima, bio je izvršni urednik i urednik vijesti za novine *Politiken* (1988–1995), glavni urednik novina *Information* (1996–2001), reporter i urednik novina *Berlingske Nyhedsmagasinet* (2001–2004). U godini 2004. postao je prvi urednik-zastupnik slušatelja i gledatelja Danish Broadcasting Corporation (DR). DR je nacionalna javna radiotelevizijska koja emitira na više nacionalnih televizijskih i radijskih kanala, a ima i mrežno izdanje. Jacob Mollerup postao je 2005. godine predsjednikom Danske udruge za istraživačko novinarstvo. Od svibnja 2010. predsjednik je Organizacije novinskih ombudsmana (ONO).

TARJA TURTIA

Tarja Turtia je specijalistica programa u UNESCO-ovom Sektoru za komunikacije i informacije, u Odjeljenju za slobodu govora, demokraciju i mir; i to od 2002. godine. Prije toga radila je kao novinarka u različitim radiotelevizijskim i tiskanim medijima u Finskoj, uglavnom kao izvjestiteljica o međunarodnim odnosima. Magistrirala je novinarstvo i masovne komunikacije na Sveučilištu Tampere u Finskoj.

GORDANA VILOVIĆ

Gordana Vilović, doktorica je političkih znanosti i izvanredna profesorica na studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Za-

grebu. Autorica i koautorica je više knjiga o medijskoj etici, obrazovanju novinara i izvještavanju o različitostima, kao i brojnih stručnih i više znanstvenih članaka o medijima. Sudjelovala u različitim oblicima profesionalnog usavršavanja novinara u Hrvatskoj, ali i u ostalim zemljama Jugoistočne Europe. Od 2003. do 2008. surađivala je s Međunarodnim centrom za obrazovanje novinara (ICEJ) u Opatiji, te radila kao docentica na studiju "Mediji i kultura društva" Sveučilišta u Dubrovniku.

OGNIAN ZLATEV

Ognian Zlatev je magistar klasične filologije, a specijalizirao je kulturu antičke Grčke i bugarski jezik i književnost na Sveučilištu Sveti Kliment Ohridski u Sofiji. Stekao je i kvalifikacije u području medija, nevladinih organizacija, obrazovanja novinara i međunarodnih odnosa s javnošću, političkom komuniciranju i izbornim kampanjama. Trenutačno je izvršni direktor Media Development Centra u Bugarskoj. U kolovozu 2010. postavljen je za člana Upravnog odbora Bugarske nacionalne televizije. Jedan je od osnivača SEENPM-a, a bio je predsjednikom te organizacije od 2002. do 2004. Radio je kao konzultant za odnose s javnošću ureda World Bank-a u Bugarskoj, te kao medijski stručnjak za samoregulaciju za OSCE i UNESCO. Član je odbora bugarskog Nacionalnog vijeća za novinarsku etiku i član je Upravnog odbora Global Forum for Media Development. Član je Komiteta za izbor godišnjih nagrada "Robert Schuman" koju dodjeljuje predstavnik Europske komisije Bugarskoj i u odboru je nagrade SEEMO koja se dodjeljuje za bolje razumijevanje dr. Erharda Buseka. Bio je predavač na Diplomatskom institutu Ministarstva vanjskih poslova Republike Bugarske, potom u Albanskom medijskom institutu, Institutu Media Plana u Sarajevu, te na brojnim međunarodnim konferencijama. Bio je direktor informacijskog centra Instituta Otvoreno društvo u Sofiji, menadžer centra BBC-a u Bugarskoj i službenik za razmjenu u uredu British Councila u Bugarskoj. Autor je više od 15 publikacija o razvoju i odgovornosti medija, novinarskoj etici i slobodi govora.

Neovisni sustavi medijske samoregulacije srce su UNESCO-ove aktualne promidžbe unapređenja novinarskih profesionalnih i etičkih standarda. Njihova je važnost prepoznata u sabiranju rezultata UNESCO-vih indikatora medijskog razvoja. Indikatori su imali zadaću utvrditi do koje mjere medijski krajolik doprinosi slobodi govora, dobrom upravljanju i ljudskom razvoju. Ova publikacija upućuje na neka ključna pitanja o kojima je raspravljano za vrijeme UNESCO-vih razmjena o profesionalnom novinarstvu i samoregulaciji u Jugoistočnoj Europi i Turskoj, i služi jačanju spoznaje da je medijski sustav odgovornosti izgrađen na samoregulatornim mehanizmima, odlučujući u izgrađivanju nepristranog profesionalnog izvještavanja, poštenja, točnosti i pouzdanosti.

Često se napominje kako su mediji odlučan mehanizam kojim građani zahtijevaju odgovornost prema javnosti i privatnim akterima. Međutim, mediji moraju i sami biti odgovorni ako žele zadržati ulogu psa čuvara u odnosu na vlast i druge moćnike, a upravo je samoregulacija funkcija koja ima središnje mjesto u tome, potičući pritom medijsku odgovornost prema publici i pojačavajući kvalitetu medija kroz dobrovoljne mehanizme koje medijski profesionalci (novinari, urednici i izdavači) slijede.

Kao što autori objavljenih tekstova u ovoj publikaciji ilustriraju, samoregulacija usko je u vezi s vjerodostojnošću medija i povjerenjem koje im ukazuje njihova publika. Samoregulatorni sustav olakšava poveznicu između novinara i onih koji ih čitaju, slušaju i gledaju, što je od koristi za obje strane: ono omogućuje korisnicima medija da iskažu svoju kritiku i zabrinutost, a onima koji kreiraju medijske proizvode da odgovore na njih i uvažavaju ih. Kao izravni doprinos razrješenju sukoba, medijska samoregulacija služi i štiti oboje: medije (smanjivanje broja sudskih tužbi protiv novinara i njihovih medijskih kuća, smanjujući pri tom i utjecaj vlasti, omogućujući im da slobodnije djeluju) i publike (pružajući im zaštitu od zloupotreba ili drugih oblika neetičkog djelovanja medijskih profesionalaca). Nadalje, medijski samoregulacijski instrumenti ili institucije – uključujući etičke kodekse, vijeća za medije, novinarskog ombudsmana i zastupnika čitatelja – predstavljaju temeljne smjernice za novinare.

Poglavlja koja slijede pružaju uvid u razvoj, trenutačno stanje i izazove djelotvornoj primjeni sustava medijske samoregulacije u zemljama Jugoistočne Europe i Turske. Uočene prepreke karakteristične za tranzicijske zemlje, događaju se i u drugim sredinama u svijetu, a uključuju: manjak tradicije u primjeni samoregulacije, nisku razinu povjerenja publike u medijski sektor, politički i gospodarski pritisak s kojim se suočavaju medijske kuće, važne veze koje postoje između politike, biznisa i medija. Iskustva zemalja, koja su istražili autori tekstova, govore i o potrebi da se okupe svi zabrinuti dionici s ciljem da promiču samoregulacijske mehanizme, te da razvijaju svjesnost o važnosti tih mehanizama među najširoom publikom – zadatak koji se čini teško ostvarivim u svijetlu prevladavajućeg nedostatka povjerenja, ali i izostanka konsenzusa u samom medijskom sektoru.

Ova publikacija, također, baca svijetlo na goruća pitanja koja treba uzeti u obzir kada govorimo o odgovornosti medija danas. Suočavajući se sa starim dvojabama, novinari moraju ustrajati na visokim etičkim i profesionalnim standardima u okruženju koje je pod revolucionarnim utjecajem novih tehnologija. Autori tekstova, u ovoj knjizi, raspravljaju kako se medijska samoregulacija uklapa u taj novi, još nedovršen proces, opisujući utjecaj tehnološkog razvoja na oblike medijskog biznisa tradicionalne novinarske prakse u Jugoistočnoj Europi i Turskoj, kao i posljedice na etičke i profesionalne standarde. Osiguravanje primjene tih standarda u *online* medijima ključni je izazov, a uključuje zaštitu privatnosti, govor mržnje, ogovaranje, neutemeljene optužbe, što je i naznačeno u nekim od analiziranih zemalja. Urednička je uloga pred velikim iskušenjem zbog multipliciranja aktera koji sudjeluju u proizvodnji i širenju informacija, novih metoda produkcije i diseminacije informacija, te dosad nezabilježenom brzinom plasiranja medijskih proizvoda.

Jačanje novinarske etike i profesionalnih standarda ostaje presudno pitanje za regiju ali i šire, a samoregulacijski mehanizmi mogu se smatrati prikladnim i djelotvornim sredstvom da se postigne konačan cilj. Medijska samoregulacija doista je ključna za medije, osnažuje novinarsku slobodu izvještavanja, bez obzira je li riječ o novinama, *online* ili elektroničkim medijima. Po svojoj prirodi, dakle, samoregulacija ima izravan utjecaj na slobodu informiranja u kojoj svaki pojedinac ima koristi. Ova publikacija odgovara potrebama kritičkog preispitivanja i obnavljanja

rasprave o novinarskoj etici i profesionalnim standardima danas, a stajališta koja su predstavljena u sljedećim poglavljima pozitivan su pomak za daljnju plodnu raspravu o ovim pitanjima u širem kontekstu.

Stavovi koji se pojavljuju u ovoj knjizi nisu nužno i stavovi UNESCO-a i ne obvezuju Organizaciju.

Autori su u cijelosti odgovorni za odabir činjenica i prezentaciju tekstova u publikaciji.

Jānis Kārklīš

Pomoćnik generalnog direktora
za komunikacije i informacije, UNESCO

UNESCO želi duboko zahvaliti ljudima i institucijama koje su doprinijele projektu "Primjena međunarodnih standarda u medijskom sektoru zemalja Jugoistočne Europe" i to najprije Europskoj komisiji, koja je financirala inicijative kroz IPA regionalni program za civilno društvo – Mediji u Jugoistočnoj Europi: potpora usklađivanju s europskim standardima (IPA Regional Programme Civil Society – Media in South East Europe: Support to Alignment to EU Standards). Primjena ovog projekta ne bi bila moguća bez izvrsne koordinacije koju je proveo lokalni konzultant Ognian Zlatev, kojem je UNESCO neizmjereno zahvalan. Ured predstavnika za medije OSCE-a bio je ključni partner u provedbi projekta, pa je UNESCO posebno zahvalan Miklosu Haraszti, Dunji Mijatović i Adeline Hulin za njihovu suradnju za vrijeme provođenja ove inicijative. Također, UNESCO su uvelike zadužili svi članovi Mreže medijskih centara za profesionalizaciju medija Jugoistočne Europe (SEENPM), a posebice direktor Mreže, Sándor Orbán. Njihov aktivan angažman bio je zamašnjak uspješne organizacije lokalnih događanja koji su bili dio projekta. Posebnu zahvalu dugujemo Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE), osobito Daphne Koene iz Nizozemskog vijeća za medije (*Raad voor de Journalistiek*) i Per Egaru Kokkvoldu iz Norveškog vijeća za medije (*Pressens Faglige Utvalg*).

UNESCO duguje zahvalnost sljedećim kolegama koji su podijelili neprocjenjivo vrijeme i znanje i koji su obogatili projekt svojim sudjelovanjem i razmjenom iskustava (neki su i autori tekstova koje objavljujemo u ovoj publikaciji):

- ✓ Remzi Lani i Ilda Londo, Albanski institut za medije;
- ✓ Ljiljana Zurovac, Vijeće za medije Bosne i Hercegovine;
- ✓ profesor Stjepan Malović, Sveučilište u Zadru, Hrvatska;
- ✓ profesorica Gordana Vilović, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatska;
- ✓ Jacob Mollerup, urednik za slušatelje i gledatelje, Danish Broadcasting Corporation;

- ✓ Tarmu Tammerk, ombudsman za Estonian Public Service Broadcasting Company;
- ✓ Nora Behluli, Nehad Islami i Willem Houwen iz Kosovskog vijeća za medije;
- ✓ Biljana Petkovska, Makedonski institut za medije;
- ✓ Ljiljana Žugić, Crnogorski institut za medije;
- ✓ Thom Meens, Nizozemski ombudsman;
- ✓ Kjell Nyhuus, Norwegian Press Complaints Commission;
- ✓ Nadežda Gaće, predsjednica Nezavisnog udruženja novinara Srbije;
- ✓ John Thloloe, ombudsman iz Južnoafričke Republike;
- ✓ Yavuz Baydar, urednik za čitatelje dnevnih novina *Sabah* iz Turske;
- ✓ Stephen Pritchard, zastupnik čitatelja *Observera*, Ujedinjeno Kraljevstvo;
- ✓ Elizabeth Ribbans, izvršna urednica *The Guardian*, Ujedinjeno Kraljevstvo;
- ✓ Ian Mayes, bivši urednik za čitatelje *The Guardian*, Ujedinjeno Kraljevstvo;
- ✓ profesor Robert Pinker, Press Complaints Commission, Ujedinjeno Kraljevstvo;
- ✓ Peter Preston i Ian Wright, Guardian Foundation, Ujedinjeno Kraljevstvo;
- ✓ Dragana Solomon i Miroslav Janković, Ured OSCE-a u Beogradu;
- ✓ Denitsa Sacheva, *Intelday Solutions*, Bugarska.

UNESCO zahvaljuje i svim govornicima i moderatorima koji su sudjelovali u završnoj konferenciji ovoga projekta u Parizu, održanog u vrijeme tiskanja ove publikacije.

NAČINI OSIGURAVANJA DRUŠTVENE ODGOVORNOSTI MEDIJA (NODO) I NJIHOVA PRIMJENA U JUGOISTOČNOJ EUROPI I TURSKOJ

Ognian Zlatev

NAČELA SAMOREGULACIJE

Medijska je samoregulacija pitanje slobode. Slobodni su mediji stup slobodnog i demokratskog društva. Određenje slobode, borbe za slobodu i stalno pitanje je li ona ostvarena ili izgubljena – ključne su teme mnogih rasprava kroz stoljeća.

Samoregulacija ima vitalnu važnost posebno za medije jer su oni psičuvari demokracije. Ako određena osoba ili organizacija ima misiju u zaštiti vrijednosti drugih ljudi ili nacionalnih postignuća, to pretpostavlja snažne moralne obveze. Te bi obveze trebale biti predmetom samoregulacije. To ne podrazumijeva, dakle, nešto što bi nametnula bilo koja država, a posebno to ne može biti nametnuta kontrola; naime, bezobzira koji je politički sistem vladajući, svjetski kodeksi se temelje na slobodnoj volji i dnevnim odlukama koje donosimo.

Samoregulacija je također važna za medije kao sustav koji ima snagu utjecati na promjene: mentaliteta, ponašanja, politika i života. Žele li mediji biti pokretači promjena, moraju biti dovoljno odgovorni da se prestano mijenjanju i razvijaju.

Pogledi i razumijevanje samoregulacije varira od kulture do kulture, od kontinenta do kontinenta. U zatvorenim ili tranzicijskim društvima, ovo je pitanje na razini zagovaranja. Funkcije samoregulacije prvenstveno se razumijevaju kao zaštita medija od političke cenzure, od ekonomske ovisnosti i iscrpljujućih sudskih procesa. Drugi pak vide medijsku samoregulaciju kao obrazovni alat kako za novinare, tako i za medijske publike. Za novinare, zato što samoregulacija uključuje visoke profesionalne standarde, a za medijske publike zbog toga što zahtijeva više opreznosti u smislu razvijanja medijske pismenosti. Konačno, ne manje

važno, samoregulacija podrazumijeva alat za načine osiguranja društvene odgovornosti medija, što je iznimno potrebno i važno, ako računamo na povjerenje u medije.

Medijska samoregulacija jednako je važna u državama koje se razvijaju kao i onima zrele demokracije jer je dostizanje sloboda i neovisnosti jednako relevantno, upravo kao i njihovo očuvanje i zaštita na društveno odgovoran način.

Samoregulacija štiti prava novinara da ostanu neovisni i nepristrani, ali i da ih se kritizira za učinjene profesionalne pogreške, ali da to čine njihove kolege, a ne oni koji su na vlasti. To smjera prema ustanovljavanju minimuma standarda, točnosti, profesionalnoj etici, zaštiti privatnosti i drugim osobnim pravima, očuvanju uređivačke slobode i slobode govora, jednako kao i njegovanju različitih stavova i mišljenja.

Medijska samoregulacija uključuje urednike, medijske profesionalce, novinare i civilno društvo kao glavne medijske konzumente. Medijski potrošači, u sve većem broju, traže vrijednosti kvalitetnih medija, a u vremenima informacijskog obilja, kada smo zapljusnuti vijestima posebno putem interneta, kao nikada do sada, vjerodostojnost medija postaje izazov. U vremenima, kada doslovce, bilo tko može izvještavati o događajima kojima je svjedočio, na kušnji su tradicionalni mediji koji trebaju pokazati pouzdanost jer to sada postaje pitanje njihova života ili smrti. Mehanizmi prigovora nude kvalitetnu zaštitu i povratnu vezu. Oni su najbrži i najdjelotvorniji put prema dostizanju pravde u slučajevima kada se događaju činjenične greške, ili je pak riječ o narušavanju nečijih prava, u odnosu spram pokretanja dugog i iscrpljujućeg sudskog postupka. I tu dolazi do izražaja ključna zadaća medijske samoregulacije – osigurati da oni koji brzo izvještavaju o događajima, učine to točno.

Odgovorna samoregulacija štiti slobodu izražavanja, ali to ne znači da umanjuje razinu glasnoće demokracije, kaže Miklos Haraszi, bivši predstavnik za slobodu medija Organizacije za sigurnost i suradnju u Europi (OSCE). To zapravo znači podesiti razinu glasnoće na prihvatljivoj razini za publike, proizvesti glazbu za one koji – posebno u novim demokracijama – mogu pronaći izvor neupitnih rasprava bez smetnji i neugoda.

Niz je pokušaja u definiranju svrhe sustava NODO – načina osiguravanja društvene odgovornosti medija. U ovom tekstu, autor se zauzima za stav da su to načini pomoću kojih javnost djeluje na medije, najšire gledajući, kako bi utjecali na to da se mediji ponašaju odgovorno i pošteno, a novinari, kao pojedinci, da uvažavaju pravila svoje profesije. Brojni su različiti sustavi koji nastoje ostvariti ovu zadaću, a uključuju etičke kodekse ili kodekse o pravilnom postupanju, kao što su medijski ombudsmeni, vijeća ili sudovi časti, koji djeluju u suradnji s profesionalnim novinarskim udruženjima. Unutar samih medija postoje oblici funkcioniranja NODO, (na primjer, kao redovita kolumna ili rubrika o ispravcima u novinama ili magazinima), te drugi oblici gdje zajednički djeluju mediji i javnost (vijeće za medije).

VIJEĆA ZA MEDIJE

Vijeće za medije vjerojatno je najpoznatiji mehanizam za provedbu medijske samoregulacije. Ono je prilagodljive strukture koja se obično oblikuje u skladu sa zahtjevima kulturnog, povijesnog, tradicijskog i političkog konteksta, budući da ne postoji jedinstven model vijeća za medije. *R/I global journalists* (<http://www.rjionline.org/mas/about/index.php>) navodi sljedeće karakteristike:

"...u svojem idealnom obliku, vijeće za medije udružuje i predstavlja sva tri glavna aktera društvene komunikacije: ljude koji imaju moć informirati, one koji su talentirani da informiraju i one koji imaju pravo biti informirani.

Upravo stoga što vijeće nema moć prisiljavati bilo koga da što radi, njegova djelotvornost ovisi o suradnji ove tri skupine koje su u nj uključeni – vlasnika, novinara i javnosti. To je zajedništvo važno zbog postizanja očekivanog cilja. Ono podrazumijeva da nije prihvatljivo da tko koristi masovni medij kako ona/on želi samo zato što ona/ona posjeduje taj mediji ili samo stoga što ima političku moć. Uspostavljanjem tripartitnog vijeća, vlasnici priznaju da su njihovi zaposlenici posvećeni brojnijima u tom procesu, a novinari priznaju da medijski konzumenti također imaju svoju funkciju. To je krupan korak za građanski angažman i za demokraciju."¹

Osnovna vrijednost vijeća za medije jest izgradnja povjerenja i kredibiliteta u medijima, radi ispunjavanja uloge servisa kao kormilara, koji će poboljšati standarde kvalitete, radi sprečavanja miješanja države i vlastodržaca, i zbog smanjenja brojnih procesa koji se pokreću protiv novinara i medijskih kuća. Temeljne zadaće vijeća za medije su sljedeće, i to:

- ✓ zaprimiti pritužbe,
- ✓ provjeriti prihvatljivost pritužbe za procesuiranje,
- ✓ svestrano procijeniti pritužbu,
- ✓ djelovati kao posrednik između podnositelja pritužbe i medija,
- ✓ donijeti odluku temeljenu na pravilima i regulaciji,
- ✓ utvrditi povrede prema etičkom kodeksu,
- ✓ osigurati transparentnost odluka i javnost rada za sve odluke koje se donose,
- ✓ analizirati i komentirati trendove u medijima, te osigurati razumijevanje primjene pravila,
- ✓ utvrditi profesionalne standarde za novinare,
- ✓ predlagati amandmane za etičke kodekse (ako vijeće ima mandat za takvo što),
- ✓ štiti medijske slobode.

U aktivnom vijeću za medije trebaju biti predstavljene sve strane (novinari, urednici, medijski vlasnici, medijski konzumenti i predstavnici civilnog društva), a svi članovi trebaju biti ugledni ljudi u javnosti. U namjeri da bude korisno za medije jednako kao i za društvo u cjelini, vijeće za medije mora razvijati i odrediti pravila rada i proceduru, a svi članovi moraju biti kontinuirano posvećeni naporima izgrađivanja povjerenja u koncept samoregulacije.

Postoje zemlje s dugom tradicijom rada vijeća za medije (poput Norveške, Švedske, Njemačke i Nizozemske), a postoje vijeća za medije u tranzicijskim državama (uključujući Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Kosovo, Armeniju i Srbiju), gdje su recentne demokratske promjene ubrzale eksploziju neovisnih medija, i tako pojačale potrebu za samo-

regulacijom. Ipak, neke značajne iznimke valja izdvojiti. Austrija, Češka Republika i Francuska su još uvijek u postupku ustanovljavanja svojih samoregulacijskih sistema, dok vijeća za medije ne postoje u Italiji, Grčkoj, Poljskoj, Portugalu i Sjedinjenim Američkim Državama.

Otpriblike polovica postojećih vijeća za medije pokriva i tiskovne i elektroničke medije, kao što je to primjerice u Finskoj, Nizozemskoj i Danskoj. Međutim, neki od najpoznatijih vijeća za medije pokrivaju samo novine, poput onih u Ujedinjenom Kraljevstvu i Švedskoj.

U državama Središnje i Jugoistočne Europe, koje se nedavno prošle demokratsku tranziciju, medijska samoregulacija postala je vruće pitanje tokom posljednjih nekoliko godina, budući da je očito da formiranje regulacijskih sustava nije dovoljno da se uspješno nose sa svim aspektima medijskih sloboda. Jedan od razloga jest taj što se regulacija prvenstveno odnosi na elektroničke medije, za razliku od nereguliranog tiska koja ostaje predmetom rastuće tabloidizacije i daljnje 'profanacije' svojih sadržaja. To je i zbog niske razine profesionalizma među novinarima, nerazvijenim medijskim menadžmentom i potrage za brzom i lakom zaradom za račun medijskih vlasnika. Raznoliki korporativni, gospodarski i politički utjecaji još uvijek se miješaju u regulacijska tijela, i ometaju pravilno djelovanje medija kao istinske četvrte vlasti u društvu. Samoregulacijski mehanizmi djeluju u nekim, ali ne u svim zemljama regije, i dobrovoljno su prihvaćeni kao i vodeća načela i standardi koje se želi primjenjivati, ali u različitim zemljama postoji široki raspon medija, pa profesionalni kodeksi ne pokrivaju sve. Štoviše, neprimjenjivanje samoregulacije dovodi u pitanje sposobnost medija u ispunjavanju svoje građanske uloge. Dakle, nesporne su tvrdnje da novinarstvo na području Jugoistočne Europe zaostaje za onim u razvijenim zapadnim demokracijama, jer se novinarima i nadalje sudi za klevetu, a nepovjerenje i nedovoljna suradnja između medija, institucija i društva, u cjelini šteti imidžu medija.

Važnu ulogu u većini postojećih vijeća za medije imaju predstavnici civilnog društva. Zapravo, to omogućuje značajne prednosti, i to: vijeće dobiva na vjerodostojnosti, osigurava se transparentnost i odgovornost, omogućuju se neovisna i nepristrana razmišljanja, i konačno, civilno društvo služi kao glas medijskih konzumenata (posebno zato što je u mnogim državama mali broj udruženja medijskih potrošača).

Glavna zadaća vijeća za medije jest – baviti se pritužbama, ali vijeća također ispunjavaju i druge uloge koje smo ranije istakli, kao što su predlaganje amandmana na postojeće etičke kodekse i kodekse postupanja, te predlaganje smjernica prema dobroj novinarskoj praksi.

Relevantan aspekt nesmetanog djelovanja neovisnog vijeća za medije jest mehanizam financiranja. U idealnom obliku, mehanizam financiranja trebao bi uključiti različitost fondova i izvora. Medijske organizacije mogle bi biti prevladavajuće u tom mješovitom obliku financiranja, kao što je to slučaj u Nizozemskoj i Švedskoj, ili bi financiranje moglo biti po načelu 50:50 – medijski vlasnici i novinari, kao što je to u Norveškoj. U nekim državama, na primjer Švicarskoj, vijeće za medije u potpunosti financiraju novinari, dok u drugim državama (Luxemburg i Cipar) prihvaćen je oblik da država osigurava dio financijskih sredstava, budući da javni/državni mediji također podliježu pravilima i preporukama etičkih kodeksa.

U tranzicijskim zemljama i u onim zemljama koje su na početnim fazama razvoja medijske samoregulacije, vodeću ulogu u financiranju imaju međunarodni donatori. Vijeća za medije u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], osnovana su i još uvijek imaju financijsku potporu od međunarodnih subjekata, poput Europske komisije i OSCE-a, a primaju i sredstva primjerice iz razvojnih programa za buduće članice EU. Jamstvo neovisnosti vijeća za medije u zemljama Jugoistočne Europe od presudne je važnosti, zapravo, to je – izazov. Demokratski procesi u tim su zemljama krhki i još uvijek neizgrađeni. Zapravo, može se uočiti značajan politički utjecaj na medije, jer je bivši obrazac regulacije utjecao na ponašanje kako političara tako i medijskih profesionalaca, što nužno vodi prema višoj razini autocenzure. Istodobno, u ovim zemljama, procesi razvoja tržišne ekonomije neminovno se odražavaju na medije.

Drugi faktori koji utječu na razvoj i održivost vijeća za medije u Jugoistočnoj Europi su nedostatak tradicije i iskustva sa samoregulacijom u cijeloj regiji, ali i političkih podjela u novinarskoj zajednici. Među njima postoje razmimoilaženja, koja potom vode prema izostanku međusobnog dijaloga i solidarnosti, a to sve sprečava novinare da se ujedine i brane svoje zajedničke interese.

Niz je primjera u regiji koja potvrđuju da još uvijek postoji žilav politički pritisak, posebno prema javnim servisima. Novinari, vjerni vlasti, tretirani su bolje od onih koji kritiziraju, a događa se i da monopolistički privatni mediji također prvenstveno opslužuju aktualnu vlast. Ti primjeri uske suradnje i međusobne ovisnosti između političkih elita i poslovnih grupa povezanih s medijskim sektorom, izlažu novinare i političkoj i ekonomskoj ovisnosti. Takvo što može rezultirati obezvrjeđivanjem koncepta medijske samoregulacije, ali je čak vjerojatnije da glavne medijske organizacije ne žele prihvatiti bilo koji oblik zakonske regulacije.

PRIMJENA NODO-a U JUGOISTOČNOJ EUROPI I TURSKOJ

Unatrag deset godina svjedočimo širokom, sveobuhvatnom, raznolikom i očito izazovnom procesu demokratizacije na cijelom području Jugoistočne Europe. Neke su zemlje ušle u Europsku uniju, a druge su potpisale Ugovor o pristupanju i partnerstvu. Ovakav razvoj pretpostavlja i potrebu za promjenama u postojećoj legislativi, s ciljem da završetak usklađivanja nacionalnih zakonodavstava s europskim bude u što kraćem roku, jačajući pritom institucionalne resurse u primijeni europskih i međunarodnih standarda, kao i osiguranje skladnog i slobodnog razvoja u medijskom sektoru. Kao važan dio ovih procesa mnoge su države u regiji pokrenule proces medijskih reformi, stavljajući pritom naglasak na razvijanje uvjeta za neovisne medije. Treba kazati da se razina medijskih reformi, pluralizma i medijskog zakonodavstva, u najširem smislu, razlikuje od zemlje do zemlje. Međutim, malo je toga u praksi učinjeno da bi se osigurala dosljedna primjena pravila regulacije. Glavni problem u primjeni samoregulacijskih mehanizama nalazi se u slabim institucionalnim kapacitetima profesionalnih medijskih organizacija; niskoj razini prihvaćenosti određenih subjekata na platformi samoregulacije, posebno izdavača; niskoj razini svjesnosti javnosti o potrebi ustanovljavanja regulacijskog mehanizma; njihovom kredibilitetu i načinu funkcioniranja; i neznatnom utjecaju koje imaju na medije.

Nadalje, postoje i drugi problemi koji ograničavaju daljnji razvoj. To uključuje potrebu zaštite demokratskih tekovina i neovisnosti od državnih i političkih utjecaja: strah novinara da o nepoželjnim

vijestima izvještavaju nepristrano, zato što su još uvijek zakočeni ekonomskom ovisnošću (a u nekim slučajevima su pod pritiskom fizičkih napada); nedostatak edukacije novinara; nejake profesionalne strukture; i u mnogim slučajevima nejasnog i nepotpunog zakonodavnog okvira. Dodajmo tomu i činjenicu da se zakoni i regulacija koji su prihvaćeni kao jamstvo neovisnosti medija, djelotvorno ne primjenjuju. Pored toga, jedna od najizazovnijih zadaća za sve ove zemlje bila je i ostala osiguranje neovisnosti javnih servisa i regulacijskih tijela.

Albanija

Među novijim izazovima za albansku medijsku scenu možemo izdvojiti repolitizaciju medija i gubitak konsenzusa u medijskoj zajednici, te netransparentnost vlasništva u medijima. Mediji su danas daleko više podijeljeni nego li su ikada ranije bili, pa premda se vode «zdrave» rasprave, nerijetki su napadi na one koji imaju drukčije poglede, a to i nisu baš civilizirani razgovori. Neke od dvojbi uključuju i krizu vrijednosti. Medijske su organizacije posebno podijeljene u stavovima o tome kako pratiti recentna zbivanja na Balkanu. Ono što je za koga potrebna sloboda izvještavanja, za drugoga se doima kao neprihvatljivi govor mržnje. Izgleda da se smjernice koje postoje u teoriji, ne primjenjuju dosljedno u praksi. Konkretno, vidljiv je jaz između medija koji imaju sjedište u glavnom gradu Tirani u odnosu na medijske kuće u drugim dijelovima zemlje.

Prvi etički kodeks iz 1996. godine, skiciralo je glavno novinarsko udruženje i Albanski medijski institut. Ono je predstavljalo novi koncept za svježę profiliranu profesiju novinar. Medijske organizacije nisu taj koncept formalno odobrile, pa je njegova primjena prepuštena slobodnoj volji novinara. Pokušaj da neki mediji (primjerice dnevnik *Shekulli*) izrade vlastite etičke kodekse, nametnuvši kazne za nepridržavanje pravila, loše je završio. Nije bilo jasne razlike u ulogama (između vlasnika, urednika i novinara) i kodeks nije bio korišten kao alat za njegovanje odgovornosti prema javnosti. Najveća slabost kodeksa iz 1996. godine, kao početka samoregulacije, bio je nedostatak mehanizama kojim bi se nadgledalo novinarsko postupanje u odnosu na kodeks, a ne činjenica da neke odredbe nisu bile prikladne ili dorečene odnosno da ih zajed-

nica nije prihvatila. Dakle, bez takvog mehanizma kodeks se zapravo sveo na komad papira koji, u najboljem slučaju, nije bio određujući čimbenik za novinarsko postupanje, a u najgorem slučaju, za taj dokument novinari nisu čak niti znali da postoji.

Deset godina poslije, 2006., kodeks je revidiran, i uključio je sve subjekte, na različitim hijerarhijskim položajima. Kao što se i očekivalo, ispravljeni kodeks u suštini nije se bitno razlikovao od prethodnog: njegova glavna briga bila je točnost, poštenost informacija, pravo na odgovor, valjano postupanje s izvorima informacija, briga o privatnosti u odnosu na javni interes, zaštita manjina itd. Revizija kodeksa uključila je proces konzultacija sa svim mogućim kodeksima u Europi i šire, kako bi referentna baza bila što šira. Bitna novina ovoga kodeksa bila je ta što je ovo bio kodeks pravilnog postupanja, a manje se bavio deontološkim aspektima novinarstva. Drugim riječima, kodeks je bio pokušaj da se odgovori najvećem mogućem broju potencijalnih dvojbi s kojima se novinari suočavaju, a manje je bio pokušaj da se utvrde opća načela koja je imao prethodni kodeks. Točnije, ovaj je kodeks otvorio neka nova područja i koncepte, poput pokrivanja nesreća i tragedija, odvajanje uredničkog dijela od oglašavanja, praćenje izbora, odnosi s javnostima i novinske aktivnosti, izvještavanje o istraživanju javnog mnijenja, kriminalnim događajima i o pismima čitatelja. Dodana su i tri nova poglavlja, koja su se odnosila na plagijat, ulogu medija u društvu i odnose unutar zajednice novinara.

Novinarsko udruženje dalo je formalnu suglasnost za primjenjivanje kodeksa. Međutim unatoč opće izražene spremnosti da se poštuje kodeks, konkretne mjere za ustanovljavanje drugih samoregulacijskih mehanizama bile su slabe.

Nekoliko specifičnih čimbenika u Albaniji utjecalo je na ovakav razvoj medijske samoregulacije: od radnog prava za novinare, nedostatka tradicije i organizacije te izostanka interesa medijskih vlasnika za samoregulaciju struke. Tržište rada za novinare u Albaniji je nestabilno i najčešće novinari nemaju valjane ugovore o radu. Radni su uvjeti oskudni u medijskom sektoru. Mnogi novinari u Albaniji suočeni su s velikim opterećenjima na poslu, a da im pri tom značajno kasne isplate za odrađeni posao. U takvim okolnostima novinari nisu ni motivirani davati prioritet raspravama o etici i profesionalnoj samoregulaciji.

Kroz povijest Albanija nije imala efikasne sindikate ili organizacije koji bi okupljali novinare i druge radnike u medijima, što je, očito, bilo određujuće i na njihovu današnju organiziranost u borbi za svoja prava. Žestoka konkurencija između medijskih kuća i dalje im je važnija od ugovora o profesionalnim standardima. Neosviještenost o konceptu samoregulacije i dalje je vrlo prisutna.

Samoregulacija je neprijatelj medijskog klijentelizma i netransparentnosti medijskog vlasništva i financiranja. To je i mogući razlog zbog čega još uvijek ključni subjekti medijske samoregulacije nemaju interesa za ostvarenje te ideje.

Albanski institut za medije, vodeća je nevladina organizacija, koja zaslužuje sve pohvale za svoje stalne napore u poboljšanju novinarskih profesionalnih standarda u Albaniji. Na inicijativu ove nevladine organizacije, trenutno se organizira niz treninga namijenjenih novinarima (posebno iz medija izvan Tirane) na temu medijske etike. U jednome se svi slažu: medijski vlasnici trebali bi biti u središtu projekta samoregulacije i odigrati glavnu ulogu, preuzimajući odgovornost za pružanje kvalitetnog informiranja.

Unatoč ograničenom napretku, naponi koji su dosada učinjeni, od velike su važnosti za zemlju, jer se tako podiže razina svjesnosti u javnosti o ključnim etičkim pravilima, što potom generira interes u mnogo češćim profesionalnim raspravama o medijskoj etici.

Valja naglasiti da su, svi subjekti koji bi trebali sudjelovati u ovom procesu, iskazali volju za uspostavom neke vrste medijskog samoregulatorskog tijela, ali iz razloga koje smo naveli, ništa se nije dogodilo. Do određene mjere, ova situacija podsjeća na situaciju u Hrvatskoj (vidi dalje) gdje su uloženi značajni naponi i energija, ali nije došlo do konačnog zamaha. Čini se da je glavni problem nedostatak kolektivne volje i konsenzusa u dijelu medijske industrije.

Bosna i Hercegovina

Sredinom devedesetih godina prošlog stoljeća, politička događanja u zemljama Zapadnog Balkana bila su složena slijedom dezintegracije bivše Jugoslavije. Odlukama Daytonskog sporazuma međunarodna zajednica je počela upravljati Bosnom i Hercegovinom kao

protektoratom. Vijeće za medije Bosne i Hercegovine jedan je od primjera takve vladavine. Osnovano je 2000. godine pod pokroviteljstvom i smjernicama međunarodne zajednice, u želji da se pridonese pomirenju u zemlji. Nominalno, bilo je to prvo vijeće za medije na prostorima Jugoistočne Europe, ali treba naglasiti da je inicijativa i poticaj za osnivanje došao izvana. Prve tri godine Vijećem za medije predsjedavao je profesor Robert Pinker, koji je došao iz Press Complaint Commission-a iz Ujedinjenog Kraljevstva. U 2006. godini Vijeće za medije Bosne i Hercegovine prošlo je kroz proces sveobuhvatnog restrukturiranja, iako je međunarodna zajednica i dalje pružala podršku: financijsku, tehničko logističku, održavanje treninga, itd. Usporedo s Vijećem za medije, u Bosni i Hercegovini uvedena je i institucija medijskog ombudsmana. Ured ombudsmana prvenstveno rješava povrede zakona i propisa o pravu na pristup informacijama.

Trenutno, Vijeće za medije sastoji se od 13 novinskih izdavača, dva predstavnika novinarskih organizacija i dva člana koji predstavljaju javnost. Upravni odbor ima devet članova (osam izdavača i jedan novinar). Tu je i komisija za pritužbe koja ima osam članova (dva novinara i šest članova koji zastupaju javnost). Dnevnom operativom Vijeća za medije upravlja izvršni direktor, a jedan službenik je zadužen za pritužbe koje se dnevno zaprimaju.

U svom svakodnevnom radu Vijeće za medije Bosne i Hercegovine procjenjuje sve pristigle prigovore koji se odnose na medije, a ne samo prigovore koji se odnose na novine koje su prihvatile nacionalni etički kodeks. Svakako je pohvalno da se spoznaja o postojanju medijske samoregulacije i o radu Vijeća za medije širi u cijeloj medijskoj zajednici u zemlji. Posebno je važno podsjetiti na veliku važnost i ulogu Vijeća za medije u raspravama o dekriminalizaciji klevete. Novinarska etika kao predmet ušla je u *curriculum* novinarske škole u Sarajevu, a po prvi put su novinari odabrali etička pitanja kao teme za svoje disertacije. No, stari se sukobi ne mogu u potpunosti zanemariti u zemlji u kojoj oni još uvijek postoje kao posljedica nedavnih sukoba. Većina prigovora povezana je s netočnim izvještavanjem i govorom mržnje, a zanimljivo je da dolaze od strane političara u vrijeme izbornih kampanja. Kao i u svim drugim zemljama u regiji, i u ovoj je vidljiv nizak standard profesionalizma u novinarstvu, s puno nekvalitetnog izvještavanja. Veliki broj tiskovina trči za pričama o tzv. slavnim oso-

bama i skandalima, potpuno zanemarujući ozbiljno novinarsko istraživanje. Profesionalne rasprave uopće se ne bave tim problemom. Naglasak je na *salonskom novinarstvu* (celebrity journalism), o čemu svjedoči velik broj medijskih manipulacija.

Također, Vijeće za medije iniciralo je stručnu raspravu, primjerice o tome bi li se regulacija mogla odnositi i na *on-line* medije kojih je iz dana u dan sve više.

Ohrabrujuća je činjenica da su nedavno sudovi, u postupcima o kleveti, donosili odluke pozivajući se na mišljenja i stavove Vijeća za medije. Bilo je dosta takvih sudskih procesa u kojima su tužene novinske redakcije vrlo često morali oštećeti podnositelje tužbe. Ova činjenica, a posebno odredbe kodeksa, pomogle su rastu ugleda Vijeća za medije, ali i povjerenja javnosti u ovu instituciju.

Kroničan problem tijela za samoregulaciju jest financiranje. U početku je to bilo riješeno temeljem dobivenih projekata ili pojedinačnih donacija, ali je iznimno važno da se ovo promijeni u korist stalnih i čvrstih izvora financiranja. Nacionalni medijski sektor valja priznati i prihvatiti brigu o procesu medijske samoregulacije, i znatno aktivnije se angažirati u njegovom ostvarenju.

Hrvatska

Iako se u Hrvatskoj već nekoliko godina intenziviraju pripreme za ulazak u Europsku uniju, medijska regulacija i uopće situacija s medijima nije u skladu s europskim standardima. Novinare se zastrašuje, nekoćina je ubijena, a reakcija vlasti (ako i postoji) je mlaka. Učestala je cenzura i autocenzura, s redovitom pred-selekcijom informacija prije objavljivanja da bi se udovoljilo gospodarskim i političkim pritiscima. Međunarodni medijski konglomerati poput WAZ-a i RTL-a dosta su uložili u Hrvatsku, ali to nažalost nije bitno pridonijelo povećanju razine novinarskih standarda. Prema riječima profesora Stjepana Malovića, ranijeg voditelja Odjela za novinarstvo Sveučilišta u Dubrovniku, «novinari su kolateralne žrtve» u borbama između medijskih vlasnika. U 2010. godini Reporteri bez granica (RSF) rangirali su Hrvatsku na 78. mjesto indeksa medijskih sloboda, što je strašan pad u odnosu na 33. mjesto iz 2009. godine.

Hrvatsko novinarsko društvo (HND) kao najveća, najstarija i najutjecajnija profesionalna novinarska organizacija, pokušalo je oživjeti raspravu o potrebi ustanovljavanja medijski samoregulatornog tijela i pronaći najbolji način kako da ono zaživi. HND je usvojio Etički kodeks još 1993. godine. U vrijeme donošenja tog važnog akta, Kodeks je ocijenjen kao kompatibilan s postojećim etičkim standardima, poput onoga Međunarodne novinarske organizacije (IFJ). Međutim, odmah po usvajanju uvidjelo se da ima i nedostataka u samoj primjeni. Naime, prvo, dio koji se odnosi na zaštitu djece u medijima, drugo, primjenjuje se isključivo na članove Hrvatskog novinarskog društva, i na kraju ali ne manje važno, u kodeksu se uopće nije spominje sudjelovanje izdavača u disciplinskom postupku.

Tijekom 2004. godine Vijeće časti Hrvatskog novinarskog društva pažljivo se fokusiralo na praksu i iskustva Vijeća za tisak u Njemačkoj (Deutsche Presserat) i Nacionalno vijeće za novinarsku etiku Bugarskoj (Press Council of Bulgaria). Tada su se svi sudionici složili da je osnivanje Vijeća za medije neizbježno, a u 2006. godini odabrana je specijalna skupina da ispregovara moguću državnu financijsku podršku za početak ustanovljavanja Vijeća za medije. Sredstva, međutim, nisu odobrena što je obeshrabilo medijsku zajednicu u Hrvatskoj.

Unatoč ovomu, HND nije napustio ideju od uspostave samoregulatornog tijela koje ima šire ovlasti u odnosu na sadašnje Vijeće časti, i koje bi ga zamijenilo. Hrvatsko novinarsko društvo bi trebalo utvrditi na koji način može postojeće unutrašnje i organizacijske resurse otvoriti uključivanju drugih sudionika u procesu formiranja ovakvog tijela. Od ključne je važnosti uključivanje medijskih vlasnika u svim fazama, u postupku formiranja vijeća za medije, ali ovo se čini dosta teškim poslom budući da su oni dosada odbijali sudjelovanje u profesionalnim raspravama o ovim pitanjima.

Kosovo [kako podrazumijeva Rezolucija I244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a]

Status Kosova još uvijek je pod teretom nesuglasica, ali ovdje govorimo o Kosovu kao najmlađoj zemlji u regiji u skladu s Rezolucijom broj I244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a. Medijski razvoj na Kosovu dijeli sve značajke suvremenog razvoja zemalja u okviru Jugoistočne Europe.

Samo neki od problema (koji djeluju kao ograničavajući faktori stručne rasprave o potrebi uvođenja sustava odgovornosti) su nizak profesionalni standard, nedostatak istinskog istraživačkog novinarstva u kombinaciji sa sveprisutnom samocenzurom, 'profanacijskim' sadržajima i vidljivim političkim i ekonomskim pritiskom, koji ravnomjerno dolaze i s državne i s lokalne razine. Čak štoviše, pritisak dolazi s razine vlasti kroz distribuciju i oglašavanje, i postaje sve sofisticiraniji. U svojem izvještaju od 26. listopada 2009. godine, European Broadcasting Union (EBU) optužio je premijera Kosova za 'politički i gospodarski pritisak na Kosovski javni servis (PSB) u njegovoj izbornoj utrci'. Premijer je odbacio te optužbe, ali je očito da su vlada i druga javna tijela i institucije najveći medijski oglašivači. To neminovno vodi prema pritiscima na novinare da izbjegavaju blaćenje najvažnijih oglašivača, a sve to onda rezultira pristranim i netočnim izvještavanjem.

Za veliku većinu javnosti, televizija je primarni izvor informiranja (prema podacima Indeks Kosovaⁱⁱ, 86 posto je televizijskih gledatelja, u usporedbi sa sedam posto novinskih čitatelja), a to znači da Vijeće za medije ima tešku zadaću na uspostavljanju standarda, koje bi relativno malobrojna javnost voljela prihvatiti, premda su oni čvrsto postavljeni.

Vijeće za medije osnovano je 2005. godine, uglavnom na tragu modela koji vrijedi za Bosnu i Hercegovinu; poticaj za osnivanje dala je međunarodna zajednica, svakako to nije bila lokalna inicijativa. Možda je to i jedan od razloga što Vijeće nije dovoljno vidljivo u javnosti, jednako kao i to što ga ni mediji nisu prihvatili. Ali, postojanje i djelovanje vijeća vidljivo je u dva redovita izvještaja Europske komisije za 2008. i 2009. godinu koja su se odnosila na situaciju na Kosovu. Nedavno usvojen kodeks također ide u prilog jačanja funkcije Vijeća za medije kao željenog načina za donošenje prosudbi.

Upravni odbor Vijeća za medije ima međunarodno predsjedništvo. Vijeće za medije ima izvršnog direktora i službenika za pritužbe. Vijeće broji 13 članova, svi glavni urednici najjačih novina. Budući da je Vijeće na početku svoga djelovanja, mnoge se aktivnosti uče u hodu. U procjeni dostignuća ovoga vijeća, treba uzeti u obzir posebnost izazovnog prostora u kojima se ono razvija. Pozitivan napredak jest i činjenica da su izdavači zaključili da je važno da se pridruže Kosovskom vijeću za medije u raspravi o profesionalnim pitanjima

u medijskoj industriji, uključujući samo-regulacijske. Takva bi sinergija mogla biti višestruko korisna jer neće biti promjena na bolje ako su izdavači isključeni.

Bivša Jugoslavenska Republika Makedonija

Politička događanja u posljednjih 15 godina u Bivšoj Jugoslavenskoj Republici Makedoniji dovela su do, između ostalog, disproporcije velikog broja novina i magazina u odnosu na veličinu, broj stanovništva i gospodarski potencijal ove države. Istovremeno, profesionalni standardi, općenito govoreći, su niski, a mediji nisu slobodni od političkih i drugih vidova utjecaja. Mediji se još uvijek vide kao instrument za postizanje političkih, ekonomskih i drugih ciljeva. Iako legislativa uključuje neka ograničenja, zajednička je praksa političkih figura da imaju svoje medijske kuće i da ih koriste za realizaciju svojih političkih i drugih želja. Na snazi su i nerijetki 'medijski ratovi' između medijskih vlasnika. Nije iznenađujuće, da je tržišno okruženje nesklono onim publikacijama koje pokušavaju njegovati neovisnost od bilo kojeg centra moći u želji da pokriju troškove prihodima dobivenim od oglašavanja i prodaje. Postoji ozbiljna etička kriza u medijima, koja je u određenoj mjeri bila potpomognuta i međunarodnim investitorima koji su stekli udjele u vlasništvu na tržištu tiskovina, premda je, u početku, njihovo pojavljivanje pozdravljeno kao onih koji će jamčiti profesionalnu kvalitetu i financijsku stabilnost. Neetično izvještavanje se potiče i ne sankcionira, a usto, široko je prisutna i samocenzura. Općenito, nedostaje stručne rasprave u okviru medijske zajednice, pa bi se moglo zaključiti da su medijski vlasnici jedino zainteresirani za povećanje profita i da ih ne brine etika njihova djelovanja. Unatoč ovom obeshrabrujućem kontekstu bila je provedena široko postavljena rasprava koju je vodilo Udruženje makedonskih novinara (Association of Macedonian Journalists – AMJ), što je dovelo do usvajanja kodeksa postupanja 14. studenoga 2001., kojim su regulirana pravila profesionalnog djelovanja novinara u svim područjima. Međutim, iako je kodeks usklađen s međunarodnim standardima, niz je primjera loše prakse u samoj primjeni. Drugi nedostatak jest njegova sažetost i deklarativnost, odnosno ne donosi smjernice kako bi se novinari trebali ponašati u konkretnim situacijama. Također, postoji manjak samo-regulacijskih dokumenata u pojedinim medijskim kućama: kodeksi postupanja, statuti redakcija, izjava ili sličnih akata mož-

da bi ispunili tu prazninu. Tek nekoliko medijskih kuća (dnevne novine *Dnevnik i Utrinski vestnik*) ima vlastiti samoregulatorni sustav.

Udruženje makedonskih novinara (AMJ) osnovalo je Vijeće časti radi provođenja etičkog kodeksa. Njegovih pet članova su novinari iz različitih medija. Iako su počeli dobro, nerealno je očekivati značajne rezultate. Osim spomenutih problema, članovi Vijeća časti su novinari sa svakodnevnim radnim obavezama, što im ostavlja malo vremena da se bave tom aktivnošću. Nema niti financijskih resursa koji bi pratili djelotvornu kampanju u podizanju svjesnosti javnosti za aktivnosti Vijeća. Nadalje, Vijeće nema snagu da nametne sankcije onim novinarima koji su prekršili kodeks, i opet – zbog nedovoljnih financijskih sredstava nema niti neovisnog načina za objavljivanje nalaza Vijeća. Naime, ni jedna novina nije voljna objaviti odluke Vijeća, posebno ne u slučajevima kad je kodeks prekršio novinar upravo te novine.

Trenutno se AMJ restrukturira i to će se sigurno odraziti na rad Vijeća časti. Ostaje pričekati da se vidi hoće li to poboljšati njegov kredibilitet i učiniti ga znatno operativnijim i proaktivnijim, a ne onim koji tek reagira, i hoće li to voditi boljem korištenju ovih mehanizama u medijskoj zajednici.

Krajem 2009. godine lokalna ispostava *Westdeutsche Allgemeine Zeitung*, jednog od najvećih medijskih ulagača, ne samo u Makedoniji, nego i u cijeloj regiji Jugoistočne Europe, najavila je usvajanje novog etičkog kodeksa za svoje zaposlenike. Tako je imenovan njemački stručnjak kao ombudsman koji se bavi pritužbama u WAZ-ovim makedonskim novinskim izdanjima, a formiran je i *izdavački sovjet* (izdavački savjet) sastavljen od tri ugledna stručnjaka. Prerano je govoriti o rezultatima tih napora, ali oni se čekaju s velikim zanimanjem.

Ostaje nada da, unatoč sumornoj slici o makedonskoj medijskoj sceni, naponi koji se poduzimaju za poboljšanje standarda su ohrabrujući i da će Udruženje makedonskih novinara (AMJ) voditi raspravu o potrebnim daljnjim koracima i neće je prepustiti političarima. Nedavno je održana rasprava o imenovanju ombudsmana za medije, kao još jedne mogućnosti u medijskoj samoregulaciji. Svi su suglasni da medijske vlasnike treba također uključiti u raspravu, jer bez njihova sudjelovanja, ona neće uroditi plodom.

Crna Gora

Mlada, neovisna država Jugoistočne Europe, nakon provedenog referenduma 2006. godine, još uvijek se bavi pitanjima nacionalnog identiteta i integriteta koja se nastavljaju na pitanja o crnogorskom jeziku, crkvi i kulturi. Pozitivan pomak jest činjenica da se crnogorski mediji okreću temama bitnim za svakodnevni život građana, a polako ostavljaju za sobom velike teme o nacionalnoj neovisnosti. Ipak, mediji su jako politizirani, urednička autocenzura je široko prisutna, a novinarski standardi su niski. S obzirom da je medijsko tržište u Crnoj Gori malo i nerazvijeno, a novinarska zajednica podijeljena, mediji su izloženi političkim i gospodarskim pritiscima.

Novinarska profesija pravno je priznata u Crnoj Gori. Ustav jamči slobodu govora, a 2002. usvojen je niz medijskih zakona, koji teorijski osiguravaju dobre radne uvjete. Također, 2002. godine Udruženje profesionalnih novinara (Association of Professional Journalists – UNEM) koje je pripremila kodeks ponašanja, potvrdili su svi dionici kao i Institut za medije Crne Gore (Montenegro Media Institute), vodeća nevladina organizacija za medije. U 2003. godini Udruženje je preimenovano u Novinarsko samoregulatorno tijelo (NST), što je supotpisao i Institut za medije Crne Gore. OSCE je podržala rad NST-a.

Novinarsko samoregulatorno tijelo sastavljeno je od različitih novinarskih udruženja. Ima upravni odbor i Vijeće koje zaprima i bavi se prigovorima. Mjesta u Vijeću, po statutu, pripadaju predstavnicima novinarskih udruženja i petorici uglednih medijskih profesionalaca. Dva pododborna Vijeća nadgledaju rad elektroničkih medija i tiska. Bave se građanskim pritužbama na narušavanje kodeksa. Praktično, to znači da NST reagira na pojedinačne prigovore i prati usklađenost s kodeksom. Bilo koji građanin može uputiti pritužbu, pa makar i u slučajevima kada se nanosena šteta ne odnosi izravno podnositelju, vodeći pritom računa da ta pritužba nije anonimna. Nema nikakve financijske sankcije protiv bilo koje organizacije za koju se utvrdi da je narušavala etički kodeks, ali ako ta medijska kuća odbija objaviti svoj isprik ili ispravak, tada na posebnoj konferenciji za štampu NST ukori i tu medijsku kuću i novinara.

Među najvažnijim izazovima s kojima se susreće NST u svojem radu, slučajevi su iskrikljavanja u naslovima, klevete, i još uvijek prisutne po-

vršnosti u profesionalnoj raspravi. Smatra se da, iako Crna Gora ima brojna udruženja i sindikate u medijskom sektoru, oni ne pogađaju srž stvari. Jedan od načina da se promiče medijska samoregulacija i poboljšavanja medijskih sadržaja jest uvođenje medijske pismenosti, posebno u osnovnim školama.

Sveprisutna krhkost medijske scene u Crnoj Gori pokazala se i prigodom povlačenja predstavnika dva vodeća lista (dnevne novine *Vijesti* i tjednik *Monitor*) iz rada NST-a, zbog osobnih sukoba. To je zaprijetilo povremenom zamrzavanju aktivnosti NST, i otvorilo je špekulacije o mogućem ustanovljavanju novog samoregulatornog tijela. Ovaj slučaj samo pojačava tvrdnju da je samoregulacija u Jugoistočnoj Europi u povojima, da je razina profesionalizma niska, te da i dalje osobni sukobi imaju presnažnu ulogu.

Srbija

Srbija postupno prekida sa začaranim krugom starog mentaliteta i okrenuta je zahtjevu za pristupanjem Europskoj uniji. Mediji u Srbiji suočeni su sa sličnim izazovima kao i druge zemlje u Jugoistočnoj Europi: rascjepkano i nerazvijeno tržište, niski profesionalni standardi, nedovoljno rasprava, vidljivi politički i ekonomski pritisci, i raspršena strukovna zajednica. Raširen konformizam i niska razina senzibiliziranosti i odgovornosti dodatno pridonose zanemarivoj vjerodostojnosti i izostanku poštovanja javnosti prema novinarima. 'Samo novinari lažu više od političara', kazao je jedan od sudionika UNESCO-ovog okruglog stola o medijskoj samoregulaciji održanog u studenom 2009., u Novom Sadu. Takozvani 'kvalitetni mediji' pribjegavaju novinarstvu jednako loše kvalitete kao i tabloidi, samo što je to kod ovih prvih upakirano s nešto više profesionalizma. Dva glavna novinarska udruženja u zemlji, UNS (Udruženje novinara Srbije) i NUNS (Nezavisno udruženje novinara Srbije) godinama su se iscrpljivali u sukobima, umjesto da su ujediniili snage koncentrirajući se na pronalaženje načina rješenja problema u medijima.

Međutim, u ožujku 2009. godine UNS i NUNS usvojili su etički kodeks koji je izrađen 2006. s namjerom da zamijeni postojeće pojedinačne kodekse. Bilo je to zeleno svjetlo za uvođenje medijske samoregulacije

u Srbiji. Glavni akteri shvatili su da je uvođenje samoregulacije mogućnost koja može poboljšati javnu percepciju i stavove prema medijima, i da je to stvar medijskog sektora a ne države.

Nakon usvajanja etičkog kodeksa, početkom 2010. godine glavne srpske medijske organizacije, vlasnici, izdavači i novinari formirali su Vijeće za medije i Komisiju za prigovore prema uzoru na Norveško vijeće za medije. U ovom procesu, posebnu zahvalnost treba uputiti Hakonu Blankenborgu, ambasadoru Norveške u Beogradu. U 2010. i u 2011. godini Norveško vijeće za medije pružat će tehničku i konzultantsku pomoć, i podijelit će svoja najbolja iskustva s kolegama u Srbiji.

Vijeće za medije strukturirano je tako da pruži odgovarajuću zastupljenost medijske industrije, medijskih udruženja i predstavnika javnosti, najšire gledajući. Osim što se Vijeće bavi pritužbama, ono reagira i samoinicijativno u slučajevima narušavanja etičkog kodeksa, ali i u drugim slučajevima koji su od interesa za javnost. Predsjednik Upravnog odbora Vijeća za medije Srbije izabran je 30. travnja 2010. godine. Usporedo s tim, Vlada Srbije je usvojila Novu medijsku strategiju (s finansijskom podrškom Europske unije), a ishod svega vidjet će se u nadolazećim godinama kako će dojučerašnju oponenti prevladati sukobe i poboljšati medijsku situaciju u zemlji.

Turska

Turska pokazuje drukčiji tempo razvoja medijskog tržišta od zemalja zapadnog dijela Jugoistočne Europe. Budući da ova zemlja ne boluje od istih političkih boljki kao zemlje koje su sačinjavale bivšu Jugoslaviju, moglo bi se očekivati da neće patiti i od istih prenosivih bolesti oglašivačkog tržišta, i pored toga Turska ima jedan od najdinamičnijih gospodarskih uspona u Europi, pa je za očekivati da se turski mediji suočavaju s pitanjima drukčije prirode koja bi uključivala intenzivnu profesionalnu raspravu o kvalitetnom novinarstvu, novim medijima i izazovima digitalne tehnologije, itd. Realnost je ipak drukčija. Medijski stručnjaci govore o niskoj razini profesionalizma i etičkog izvještavanja. To se posebno vidi na primjerima tzv. istraživačkog novinarstva: prečesto se ono svodi na saslušavanje i zastrašivanje. Brojni faktori pridonose ukupno tmurnoj medijskoj slici. Postoji snažan utjecaj države, jednako kao i utjecaj razli-

čitih vjerskih grupa na medije. Medijsko pravo je restriktivno, vidljiv je nedostatak poštovanja prema uredničkim slobodama, i obilje primjera državne restrikcije koja se koristi politikom «mrkve i štapa» u odnosu prema medijima. Medijski vlasnici imaju ogroman utjecaj na uređivačku politiku, i to vodi u stvaranje 'medijske aristokracije' koji čine jako dobro plaćeni kolumnisti, lojalni svom medijskom vlasniku. Općenito, niski su profesionalni standardi među novinarima, a potisnuta je uloga sindikata novinara. Sve ovo logično rezultira vrlo malom razinom javnog povjerenja u nacionalne medije.

Kao i u ostalim zemljama u regiji, tako je i u Turskoj nedostatno širih profesionalnih rasprava o etičkim pitanjima ili o sustavu osiguranja društveno odgovornog novinarstva. Vijeće za medije osnovano je 1986. godine, ali računa s malim brojem novina i ne uživa osobito poštovanje u medijskoj zajednici. U ovom trenutku ima najmanje tri inicijative koje se odnose na izgradnju sustava načina osiguranja društveno odgovornog novinarstva. Međutim, neke javne osobe u medijskom pejzažu pitaju se postoji li ikakva potreba za samoregulacijom u Turskoj, i ako da, otkuda dolazi? Pozitivan primjer datira iz rane 2000. godine kada je ustanovljen zastupnik čitatelja/ombudsman u nekoliko važnih dnevnih novina u Turskoj, kao što su *Sabah*, *Milliyet* i *Star*. Takvo što osnažuje argument da je redakcijski ombudsman kao model samoregulacije u Turskoj puno primjereniji od modela vijeća, uzimajući u obzir veličinu, različitost i kompleksnost lokalne medijske scene.

ZAKLJUČAK

Od svih zemalja Jugoistočne Europe, čini se, najveće izgleda da završe proces uspostavljanja medijske samoregulacije imaju Albanija i Hrvatska. U Makedoniji, za to je potrebno više sustavnijih napora da se postigne jedinstvo medijske zajednice. Postojeća vijeća za medije u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], moraju biti osnažena različitim financijskim izvorima i jačanjem njihovih upravljačkih kapaciteta. Najmlađe uspostavljeno Vijeće za medije u Srbiji treba pozdraviti i pomoći mu u njegovim prvim koracima. Pristup vođenja i mentoriranja koju je preuzelo Norveško vijeće za medije može se ocijeniti pozitivnim, pod uvjetom da se uzme u obzir lokalna tradicija i kultura.

Za Tursku bi se moglo predvidjeti funkcioniranje dvostrukog sustava. Daljnju podršku treba dati dobroj praksi medijskog ombudsmana, ali treba poduzimati korake da se ustanovi efikasno vijeće za medije. U tu svrhu, zainteresirane grupe civilnog društva treba ohrabriti da dostignu konsenzus u vezi s mogućim restrukturiranjem postojećih vijeća za medije, ili ako se procijeni prikladnijim, uvesti potpuno novu strukturu vijeća. U ovom drugom slučaju vidljiva je potreba za jakom lokalnom organizacijom koja bi okupila sve strane.

Premda je u promatranim zemljama različit stupanj razvoja sustava načina osiguranja društvene odgovornosti medija, sve one moraju nastaviti s raspravama o medijskoj samoregulaciji. Valja uložiti više napora da se medijski poduzetnici uključe kao vodeći u realizaciji ovoga procesa. To nije lako, budući da medijski vlasnici i političko vodstvo žele i nadalje dijeliti blagodati dosadašnjeg udobnog simbiotskog surađivanja, pa ne vide nikakve razloge da se bilo što mijenja. Međutim, zadaće u vezi pristupanja Europskoj uniji utjecat će na države koje moraju pokazati političku volju i snagu u postupku usklađivanja zakona i sudske prakse sa zahtjevima Europske konvencije o ljudskim pravima. Nakon pristupanja, presude domaćih sudova postaju više izložene izazovima Europskog suda za ljudska prava, i medijski vlasnici su više izloženi novim rizicima skupih troškova sudskog procesa jednako na domaćoj i europskoj razini. Medijski se vlasnici mogu najbolje zaštititi od takvih rizika, ako podržavaju ustanovljavanje samoregulacijskog vijeća i donošenja kodeksa ponašanja usklađenog sa zahtjevima domaće i europske sudske prakse. Ovo su samo neki od razloga što je 22 od 27 članica Europske unije već oformilo vijeća za medije, ili je u procesu da to učini.

Ovo je poglavlje utvrdilo tri glavna razloga za primjenu sustava NODO u zemljama Jugoistočne Europe i Turske, i to:

- ✓ potreba za znanjima i vještinama u vođenju medija kao posla i osiguranje uređivačke neovisnosti,
- ✓ potreba za održivim izvorima financiranja medijski samoregulacijskim tijelima,
- ✓ potreba za izgradnjom povjerenja u NODO, u početku u medijskoj zajednici, ali potom u široj poslovnoj zajednici, civilnom sektoru i u javnosti.

U pogledu financiranja za zemlje Jugoistočne Europe, međunarodna zajednica će imati i dalje ključnu ulogu, ali to ne može biti dugoročno rješenje. Moraju se istražiti ostali oblici financiranja, uključujući suradnju sa svijetom biznisa, oglašivača i sektora odnosa s javnostima (PR-a).

Oblici samoregulacije i profesionalni standardi trebaju se unapređivati, a ne samo uspostavljati. Različiti su načini unapređivanja: od inicijativa za formiranjem profesionalnih foruma koji bi raspravljali prijedorima iz medijske prakse a za javnost su posebno osjetljive teme, do razvijanja baza podataka sa studijama slučaja. Suradnju sa sveučilištima i studijima novinarstva treba nastaviti u smislu uvođenja predmeta medijske etike i profesionalnih standarda u nastavne planove i programe. Kao dio unapređenja kvalitete medija, mogla bi se organizirati strukovna natjecanja kako bi se razmijenile spoznaje o dobrim međunarodnim primjerima i slučajevima.

Plodna je, i od vitalne važnosti, praksa razmjene iskustava na skupovima svih sudionika sa kolegama iz država u kojima je razvijeno funkcioniranje samo-regulacijskih tijela. Postoji potreba da se razvija djelotvorna mreža i suradnja između različitih međunarodnih novinarskih organizacija radi međusobne razmjene iskustava iz lokalnih novinarskih zajednica.

Usljed globalne ekonomske krize i još uvijek nerazvijenog medijskog tržišta u regiji, međunarodne organizacije poput UNESCO-a, OSCE-a i Vijeća Europe trebali bi koordinirati i racionalizirati svoju podršku u cilju iznalaženja izdašnjih izvora financiranja, što bi svakako pridonijelo i boljim rezultatima. U tomu, međunarodna potpora, treba njegovati prilagođen pristup što pretpostavlja uzimanje u obzir lokalne kulture i stupanj medijske razvijenosti.

BILJEŠKE

- 1 <http://www.rjionline.org/mas/about/index.php>
- 2 http://www.indexkosova.com/fly/docs/doc2_63.pdf

BALKANSKI MEDIJI: IZGUBLJENI U TRANZICIJI



Remzi Lani

UVOD

Ovaj tekst nije napisan u namjeri da nosi predznak znanstvenoga. Prije će to biti zbirka bilješki, ili preciznije – refleksija o glavnim trendovima medijskog razvoja u zemljama Balkana za vrijeme post komunističkog tranzicijskog razdoblja.

Slobodni mediji predstavljaju jednu od najvidljivijih postignuća mladih balkanskih demokracija, ali je na njihovom putu prema neovisnosti bilo brojnih vrludanja s nizom velikih prepreka. Oružani sukobi 1990-tih godina i dobro poznati izazovi postkomunističke tranzicije odredili su, u najvećoj mjeri, trendove razvoja medija u regiji.

Bliski i često deformirani odnosi između medija, politike i poslovnog područja ugrozili su i medijsku neovisnost i medijski profesionalizam. Povratak politizacije medija i medijski klijentelizam trenutno su među najozbiljnijim problemima s kojima se mediji susreću.

Međutim, medijski pejzaž na Balkanu danas je živ, netransparentan, pretrpan, defragmentiran i djelomice slobodan. Odrazi ovakve medijske slike zasigurno nose opasnost nikad završene priče, ali autor ovoga teksta želi se samo usmjeriti na nekoliko općih trendova, koje je sam iskusio i promatrao kroz dugi niz godina u različitim državama ove regije.

POSILIJE ZIDA

Premda još uvijek nema cjelovite teorije o postkomunističkoj tranziciji, ipak je postalo jasno da su izvorne vizije ove tranzicije bile preoptimistične. Čini se da je izraz 'izlaz iz komunizma' bio puno teži i dulji nego li se to, u početku, očekivalo.

"Precijenili smo vrijednost postkomunističke tranzicije", rekao je Zbigniew Brzezinski (1995:9). Očigledno, suprotno prvim pretpostavkama, demokratske institucije i slobodno tržište nije bilo lako izvesti i presaditi kao model u nove demokracije.

U slučaju Balkana, situacija je postala još složenija, posebno zbog eksplozije različitih vrsta nacionalizama i ratova, prvo u Bosni i Hercegovini, a kasnije na Kosovu i u Bivšoj Jugoslavenskoj Republici (FYR) Makedoniji. Dakle, tranzicija prema demokraciji u državama na Balkanu, bila je tranzicija kojoj je prijetio rat.

U mnogim državama regije, tranzicija od diktature prema demokraciji, prošla je kroz posrednu fazu koju bismo mogli nazvati autoritarizmom. Drugim riječima, bilo bi daleko poštenije kazati da u ranim fazama tranzicije, u velikoj većini, balkanski narodi nisu prešli iz diktatorskih režima u demokraciju, nego iz komunističkog totalitarizma u postkomunistički autoritaran režim.

Uzroke uvođenja balkanskih *demokratura* treba tražiti u nejakoj demokratskoj tradiciji i netoleranciji koja je ustaljena karakteristika Balkana: u ratovima koji su se događali u regiji, koji su bez sumnje naštetili normalnom razvoju demokracije; i posljednje, ali ne i manje važno, u greškama zapadnih politika, koje su bile nespemne uhvatiti se u koštac s kompleksnim problemima koji su stajali na putu demokratskog razvoja na Balkanskom poluotoku.

Ipak, danas, 20 godina nakon pada komunizma i deset godina nakon završetka rata koji su pratili raspad bivše Jugoslavije, situacija na Balkanu se značajno promijenila. Ako kažemo da je, do kraja devedesetih, u većini zemalja koje nazivamo Zapadnim Balkanom, vlast bila u rukama autokratskih nacionalista, danas možemo reći da je Balkan postala regija demokracija u kojoj su na vlasti demokratski izabrani proeuropski lideri. Ako možemo reći da je do kraja devedesetih ovo bila regija u kojoj su međunarodne vojne snage osiguravale sigurnost, danas je to regija koja

svojim snagama sudjeluje u provođenju sigurnosti u okviru snaga UN-a, NATO-a za mirovne misije u Afganistanu, Bosni, Čadu i drugdje u svijetu.

Nažalost, za sve dramatične promjene koje su se dogodile, za Zapad je diskurs o Balkanu još uvijek nejasan i zastario. Stječe se dojam da kad ljudi govore o ovoj regiji, zapravo ne raspravljaju o suvremenom Balkanu nego više raspravljaju o onome što je Balkan bio do jučer. Slika je zamrznuta.

Za vrijeme dva desetljeća balkanske tranzicije, novonastale demokracije, a posebno one koje pripadaju Zapadnom Balkanu, suočavale su se s četiri međusobno isprepletene agende koje utječu jedna na drugu.

Prvo je postkomunistička agenda, koja unatoč činjenici da je proteklo duže vrijeme od pada komunizma, još uvijek bitno utječe na balkanski put prema učvršćivanju demokracije, jednako kao što se to osjeća i u ponašanju različitih aktera.

Druga je postkonfliktna agenda, koja je još uvijek nadvijena nad cijelom regijom i posebno nad zemljama koje su izašle iz bivše Jugoslavije i koje su bile uključene u krvave i dramatične sukobe iz zadnjeg desetljeća prošlog stoljeća. Ona priziva te iste zemlje i narode da pronađu hrabrosti okončati ovo gorko nasljeđe.

Bila su to, zapravo, dominantna pitanja za vrijeme prvog desetljeća balkanske tranzicije. U drugom desetljeću, po završetku ratova i kraja autoritarnih režima, dolazimo do dvije nove agende, koje su došle do izražaja.

Prva od ove dvije nove agende, ili treća agenda, jest globalizacijska, koja je doživjela napredak u našem malom balkanskom selu, baš kao i u ostatku svijeta.

Posljednja, i zasigurno, najvažnija agenda jest europeizacijska agenda, koja predstavlja, bez sumnje, pravi pokretač razvoja u svim demokracijama Balkana.

Sve zemlje regije na putu su pridruživanju Europskoj uniji, iako udaljenost do Europske unije nije jednaka za sve zemlje. Tako su Hrvatska, FYR Makedonija i Turska zemlje kandidati. Albanija, Crna Gora i Srbija su također podnijele svoje zahtjeve za pridruživanje. Bosna i Hercegovina je zemlja koja također ide prema EU.

U namjeri da se ponudi što realističnija analiza stanja u regiji, moraju se imati na umu prepreke i vrludanja kojima je bila bremenita, kako svaka pojedina država, tako i regija u cjelini. Ostaje 17 bilateralnih sporova (neki veći, neki manji) koji se trebaju riješiti između različitih zemalja u regiji. Od Albanije i Crne Gore, od FYR Makedonije do Bosne i Hercegovine, demokratski model koji nove balkanske demokracije implementiraju izgledaju poput "neliberalne demokracije" koje podrazumijevaju "jakog čovjeka, ali nejake institucije". Javnom sferom dominiraju političke stranke koje, gotovo da, su ustanovile partiokratski sustav, u kojima je prostor za civilno društvo i neovisne glasove sve suženiji.

Populizam se prenosi iz metoda koje su se koristile tokom izborne kampanje u metode vladanja, i dok izgleda da je etnički nacionalizam s kraja prošlog stoljeća izgubio uporište, pojavljuje se nova vrsta nacionalizma 21. stoljeća (ksenofobija, protu-romska klima, antiimigrantsko raspoloženje).

Na određen način, moglo bi se reći da su se države Balkana, s jedne strane, našle zarobljene u 'zaleđenim konfliktima', a s druge strane su u 'zaleđenim demokracijama'.

Naravno, teška i složena priroda tranzicije na Balkanu imala je također značajan utjecaj na razvoj medija kroz dva desetljeća do 2010. godine. Došlo je vrijeme da mediji pogledaju sami sebe malo dulje i sustavnije. Došlo je vrijeme za vlastito preispitivanje.

NE ZABORAVITE MEDIJSKE RATOVE

Realno je priznati da, s jedne strane, slobodni mediji, predstavljaju najjasnije postignuće novih demokracija na Balkanu, a s druge strane, uloga tih istih medija u dva desetljeća do 2010. godine bila je često protkana kontradikcijama. Mediji su, svakako, bili ključni pokretači demokratizacije balkanskih društava, ali istodobno, bili su instrument u rukama nacionalističkih snaga, što je dovelo do krvave drame na kraju dvadesetog stoljeća.

U svom izvještaju o ulozi medija u postanku ratova na tlu bivše Jugoslavije (1995), izaslanik Ujedinjenih naroda Tadeusz Mazowiecki zaključuje da su mediji krivci za širenje rasne i etničke mržnje, čime

je izravno doprinijelo izbijanju tih ratova. Nije koincidencija što je u svojoj knjizi *Kovanje rata* (1999), stručnjak za Balkan, Mark Thompson parafrazirao Clausewitzevu dobro poznatu rečenicu "Rat je nastavak televizijskih vijesti drugim sredstvima".

Pokolj koji se dogodio u Bosni i Hercegovini nije se dogodio naprosto zato što je 'Balkanski mesar' (Slobodan Milošević) to želio, nego zato što su se drugi poput njega udružili u pool plaćenika spremnih da opslužuju njegove ambicije. Medijske 'kampanje' bile su prethodnice vojnim kampanjama; plaćenici mikrofona i pera prethodile su plaćenicima kalašnjikova i mina. Kao što Adam Michnik piše, "Balkanski rat prvo je započeo u novinama, radijskim i televizijskim stanicama". (1995:74).

Novinari su se suočili s teškom dvojmom: biti patrioti ili biti profesionalci. Značajan broj novinara izabrao je prvu alternativu. Drugi su odbili. Novinari 'patrioti' pretvorili su se u instrumente službene nacionalističke propagande Miloševića i drugih. Odbiti to bilo je iznimno teško.

Oslobođenje u Sarajevu, *Radio B92* u Beogradu, *Feral Tribune* u Splitu, *Koha Ditore* u Prištini, i još neki, mogu se slobodno smatrati frontom otpora i borbe za slobodu medija na Balkanu, zauzimajući se protiv nacionalizma i autoritarnog pokreta. Međutim, velik broj medija bez sumnje se svrstao na strani kolaboracionističkog fronta, vođenih nacionalizmom i agresijom. Timothy Garton Ash nazvao je Miloševićev režim 'TV diktatura'. (Brunner i drugi, 2000:93)

Činjenica da su se neki mediji stavili u službu politika genocida i potpirivanja nacionalne mržnje, postavlja ozbiljnu dilemu: kako ovi glasovi koji su poticali mržnju mogu biti ušutkani bez ometanja glasova slobode? Drugim riječima, treba li sloboda medija biti ograničena u namjeri da se obrani demokracija? Ili da to drukčije postavimo, što treba činiti kad novinari i mediji prelaze "crvenu liniju", primjerice kada potpiruju mržnju i nasilje?

Gotovo desetljeće nakon završetka ovih krvavih sukoba, danas smo postigli potrebnu distancu u svrhu ozbiljnih istraživanja o ulozi koju su mediji imali u sukobima. Samo preispitivanje, zapravo, proces je sučeljavanja s istinom. To ne uključuje čisti moralni kritičizam novinarske profesije. Ono što je potrebno jest ozbiljna analiza semantike ratova: utemeljenje nacionalističkih mitova, prikazivanje *image-a* onih drugih, upotrebu govora mržnje i tihe mržnje itd.

DJELOMICE SLOBODNI?

Općenito gledajući, u svim zemljama regije, danas postoji cijeli spektar različitih orijentacija i boja tiskovnih i elektroničkih medija. To predstavlja važno postignuće, posebice ako se ima na umu niska razina iz koje su izrasli. Vertikalna propaganda (stranka-narod) koju je nametnula kao 'konačan glas' Komunistička partija, ne postoji više. Stavovi, bez obzira kakvi bili, izrečeni su. Jugoistočna Europa nije više regija zatvorenih usta.

Osim toga, u svim zemljama regije, u post komunističkom razdoblju usvojene su ustavne odredbe koje jamče slobodu govora. U svim su zemljama usvojene nove legislative u medijima. Odredbe o kleveti su reformirane ili su u postupku reformiranja. Zakon o pristupu informacijama jedan je od najrazvijenijih na europskom kontinentu. Zakoni o elektroničkim medijima koji su bili usvojeni u prvoj fazi tranzicije, postupno se zamjenjuju novim zakonima, uzimajući u obzir brzi napredak elektroničkih medija u fazi digitalizacije. Ali nije rijetkost da se na Balkanu pišu zakoni u skladu s europskim standardima, a da se potom primjenjuju sukladno balkanskim standardima. Jedna je stvar stvarati moderan okvir zakonodavstva za medije, a sasvim nešto drugo jest zakon primjenjivati i osnaživati u praksi. Ima tako puno zakona, ali ne postoji zakon za provođenje zakona. Brojni čimbenici – gospodarski, infrastrukturni, politički, tradicijski itd. – utječu na načine primjenjivanja zakona.

Iako smo odmakli od faze represije, moglo bi se reći, bez oklijevanja, da upravo prolazimo fazu pritisaka. Drugim riječima, zatvori i fizički napadi na novinare izgledali su kao stvar prošlosti, ali pritisci s kojima se danas susrećemo postali su sofisticiraniji.

Očito, državna izravna kontrola nad medijima dramatično je smanjena, posebno odnedavno. Cenzura je nestala, ali sjećanja i utjecaj su ostali. U mnogim zemljama Zapadnog Balkana i u Turskoj, mediji su izloženi političkom ili financijskom pritisku.

Iako se ti pritisci ne mogu uspoređivati s autoritarnim vođama iz prve faze tranzicije, današnji lideri Balkana još uvijek nisu spremni prihvatiti kritiku. Češće, burno reagiraju na kritike, ili još češće su skloniji kontroli nego li da budu kontrolirani.

Doima se da su iza nas vremena kada su policijski službenici napadali novinare. Njih su danas zamijenili porezni službenici koji opslužuju vladu. Vrijeme otvorenih prijetnji je prošlo, a one su prepustile svoje mjesto anonimnim zastrašivanjima putem interneta i SMS poruka.

Tako je u Turskoj, medijska grupa Dogan Holdings kažnjena nevjerojatnom svotom od 2,5 milijarde dolara zbog kritike upućene premijeru Erdoganu. U Albaniji je sud u Tirani tužio privatnu televizijsku kuću jer je emitirala snimku na kojoj je vidljivo da bivši Ministar kulture traži seksualne usluge u zamjenu za posao.

Na Kosovu se novinarka Jeta Xharry našla na udaru lokalnih službenika nakon što je emitiran program u kojem je izražena zabrinutost za medijske slobode na području te lokalne samouprave. U Hrvatskoj je poznati novinar Drago Hedl bio izvrnut prijetnjama smrću nakon objavljivanja serije tekstova o ratnim zločinima. U Srbiji su Brankici Stanković, novinarki B92, prijetili smrću putem interneta, nakon što je u svom TV showu *Insider* otkrila slučajeve organiziranog kriminala i korupcije.

Posljednji izvještaji međunarodnih organizacija bilježe trendove pogoršanja medijskih sloboda u zemljama Balkana. Prema izvještaju Reportera bez granica (RSF), za 2010. godinu, zemlje Zapadnog Balkana rangirane su između 47. (Bosna i Hercegovina) i 104. mjesta (Crna Gora) po medijskim slobodama. (Vidi Tablicu 0.1) Turska je bila na 138. mjestu. Dok je zabilježeno poboljšanje u Albaniji i Hrvatskoj, u svim ostalim zemljama, RSF je utvrdio pogoršanje medijskih sloboda. Prema tablici iz 2009. koju je sačinila organizacija Freedom House (Tablica 0.2), u svim zemljama Balkana medijske slobode su sažete u ocjeni 'djelomice slobodni'.

Tablica 0.1**Indeks medijskih sloboda 2010.**

Mjesto	Država	Ocjena
47	Bosna i Hercegovina	13.50
62	Hrvatska	17.50
68	FYR Makedonija	18.40
80	Albanija	21.50
85	Srbija	23.00
92	Kosovo*	24.83
104	Crna Gora	28.50
138	Turska	49.25

Izvor: Reporteri bez granica (2010).

* kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a

Tablica 0.2**Rangiranje medijskih sloboda prema ocjeni Freedom Housa 2009.**

Mjesto	Država	Ocjena	Status
78	Crna Gora	37	Djelomice slobodna
81	Hrvatska	38	Djelomice slobodna
83	Srbija	39	Djelomice slobodna
98	Bosna i Hercegovina	47	Djelomice slobodna
98	FYR Makedonija	47	Djelomice slobodna
101	Albanija	50	Djelomice slobodna
101	Turska	50	Djelomice slobodna

Izvor: Freedom House (2009).

Napomena: podaci za Kosovo [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a] nisu raspoloživi

Važno je napomenuti da, dok su se tijekom prvog desetljeća tranzicije vlade identificirale kao glavni krivci za represiju medijskih sloboda, u ovom trenutku situacija izgleda manje problematična, ali značajno složenija. Pritisak na medije sada proizlazi iz pritiska poslovnih grupa, što ne isključuje i pritisak različitih klanova organiziranog kriminala. Poznati srpski novinar Veran Matić s pravom primjećuje:

pod Miloševićevom vlasti znali smo da je tajna policija iza svakog akta nasilja usmjerenog na medije i novinare; danas je situacija značajno složenija. Postoje paralelni centri moći koji rade iza scene i upotrebljavaju marginalne grupe kao što su nogometni fanovi i huligani koji upozoravaju prkosne medije i nevladine organizacije da ne prekorače liniju. (Matić)

PRODUŽENA RUKA POLITIKE

Odnosi između medija i politike u periodu post-komunističke tranzicije bili su vrlo složeni i karakteriziraju ih brojne kontradiktornosti. Više nego bilo što, politika je imala utjecaja na razvoj medija.

Današnji mediji na Balkanu su više proizvođači politika nego li predstavnici javnog mnijenja. Značajan broj medija i dalje kontroliraju jake političke skupine. U određenom smislu, slično komentira i veći broj autora (Karol Jakubowicz, Mihai Coman, Colin Sparks and Tomasz Goban-Klas) u nastojanju da objasne medijsku situaciju u post-komunističkim zemljama, posebno na Balkanu: 'Novine su postale pluralističke, ali ne i neovisne' i 'Novine su postale slobodne, ali ne i neovisne'.

Pomak od 'sovjetskog medijskog modela' prema 'društveno odgovornom modelu' (McQuail, 2000), izgleda da je bio puno teži nego što se predviđalo. Navike koje su naslijeđene iz vremena komunizma znače da političari i političke partije neprestano pokušavaju učvrstiti svoj utjecaj, zapravo – kontrolu – medija, jer je ostalo čvrsto uvjerenje da onaj koji kontrolira informacije zadržava vlast. Političke klase, koje su opsjednute zadržavanjem vlasti, 'smatraju medije ne velikim već glavnim instrumentom za politiku' (Goban-Klas, 1997:37). Goban-Klas komentira, 'Ovo je jednodimenzionalna vizija medija, prekomjerno ispolitizirana, pojednostavljena, koja vjeruje u misionarsku ulogu novinara i medija opterećenih ideologijom' (1997:37).

Pitate li mene da u dvije riječi opišem temeljne probleme s kojima se mediji Balkana danas suočavaju, rekao bih bez sumnje da su te dvije riječi: *repolitizacija* i *klijentelizam*. Zapravo, to bi se moglo razumjeti i kao dvije strane novčića.

Za praćenje dijalektičkog razvoja odnosa između medija i politike, moglo bi se potvrditi, bez oklijevanja, da je kroz deset godina post-komunističke tranzicije, politika utjecala i oblikovala medije puno više nego li su mediji oblikovali i utjecali na politiku.

Neizbježna je činjenica da je društvo izraslo iz konflikta i do krajnjih granica ispolitizirano (što je još uvijek slučaj sa zemljama Balkana), zarazilo svoje medije i uključilo ih u sukobe i ratove, i iskoristilo ih kao važno sredstvo za vođenje tih sukoba, uništavajući pritom neovisnost, nepristranost i profesionalnost. Jedan dio tih medija pokazao je nesposobnost da se odupre pritiscima i privlačnosti politike (i ne samo politike); dio njih, jednostavno, ustvrdio je da je nemoguće ostvariti svoju ulogu izvan ovog privrženog odnosa.

Ova vjernost, prije svega, odraz je same prirode politike, koja je zamišljena više kao sukob nego kao dijalog. To je također odraz činjenice da su društva na Balkanu više politička društva nego društva informacija, da su više društva politike nego građanska društva.

Najčešći oblici političkog klijentelizma su vidljivi u javnim servisima koji u Albaniji, Bivšoj Jugoslavenskoj republici (FYR) Makedoniji, Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], i Crnoj Gori, nastavljaju pod kontrolom vladajućih, koji ih koriste i zloupotrebljavaju za vrijeme i nakon izbornih kampanja. Premda ne bi bilo pošteno uspoređivati današnje javne servise s propagandnim tvrdavama kakve su bile u vrijeme razdoblja novog autoritarizma, još je uvijek niz slučajeva tzv. javnih televizijskih kanala koji su ostali kanali 'crvenih tepiha': zato što su puni vijesti i informacija iz protokola vlasti. Ovi javni servisi ne nalikuju normalnim medijima, nego su više oblik ministarstva propagande.

Klijentelizam u medijima predstavlja kompleksan fenomen koji se mora sagledati u kontekstu društvenog i političkog razvitka u zemljama regije. Politika na Balkanu se transformirala u 'tele-politiku'. Općenito govoreći, politička i javna rasprava je premještena s trgova i vanjskih

prostora na ekrane u okviru televizijskih rasprava, što je svakako pozitivan pomak. Dok se ranije politika događala na ulicama, sada je preseljena u televizijske studijske debate. Ali, čini se da su mediji morali platiti cijenu za ovu promjenu.

Ova se 'tele-politika' može promatrati kao jedan od aspekta medijalizacije politike, i to je potpuno očekivan razvoj. Ali, čini se da umjesto medijalizacije politike, zapravo tele-politika je sastavljena od političkog klijentelizma medija. Budući da je to preusmjeravanje fokusa medija, s javnosti na politiku, znači da je to opsluživanje politike umjesto opsluživanja javnosti. U Albaniji, Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], i Bivšoj Jugoslavenskoj Republici (FYR) Makedoniji primjećuje se kako političari upotrebljavaju i zloroptrebljavaju medije.

Albanski analitičar Fatos Lubonja koristi termin 'medijski režim' da bi opisao tu situaciju. Prema Lubonji, 'ako su u takozvanim policijskim i vojnim režimima, policija i vojska ili tajne službe bile u službi očuvanja režima na vlasti, u našem slučaju to mjesto pripada medijima' (2009:10). Možda jedan od najtočnijih izraza u ovom slučaju je *mediakracija*. Iako je u teoriji pitanje medija predstavljeno kao preduvjet demokracije, u stvarnosti oni sami postaju snaga. Kao što su Sandra Bašić Hrvatinić i Brankica Petković kazale, 'danas izgleda nemoguće ostati na vlasti bez podrške u medijima' (2004:10).

Samuel Huntington je govorio o opasnosti koji prijete demokraciji iz nje same. Zapravo, medijska instrumentalizacija dio je ove igre. Ako su zloroptrebljeni, mediji su prešli iz mehanizma demokracije u mehanizam koji 'reducira ili uništava demokraciju' (Sartori, 1999:173).

Postoji i druga tendencija koja na prvi pogled može izgledati kao suprotnost kontroli i pritisku, ali se zapravo sve svodi na istu stvar. U nekim slučajevima novinari mogu pisati ono što žele, mogu kritizirati koliko god žele, ali potom nitko ne reagira i ništa se ne događa. Ovo se stanje stvari može vidjeti u Albaniji, gdje je nekadašnja nervozna reakcija na kritiku zamijenjena ravnodušnošću prema kritikama. Ljudi mogu pisati što žele, ali nitko za to ne mari. Važne istraživačke priče su se objavljivale u novinama u Tirani nekoliko posljednjih godina, ali i vlasti i sudstvo je propustilo reagirati i inicirati i pokrenuti istrage koje traže te objavljene priče. Drugim riječima, novinari imaju pravo

govoriti, ali ne i pravo da ih se čuje. Indiferentnost prema kritici vodi prema obezvrjeđivanju javne riječi.

NEPRINCIPIJELNA KOALICIJA: MEDIJI, BIZNIS, POLITIKA

Kada se analizira stanje medija na Balkanu valja imati na umu da klijentelizam i politička instrumentalizacija medija predstavljaju samo jedan aspekt. Slika ne bi bila potpuna ako se analiza zadrži samo na ta dva elementa. U stvarnosti, u zemljama Zapadnog Balkana mediji su stiješnjeni (u sendviču) između politike i biznisa, ponekad zbog pritiska s kojima se suočavaju, a katkada zato što su se sami, dobrovoljno, stavili u ovakav položaj. Dakle, mediji se pojavljuju, s jedne strane, kao produžetak politike, i kao dodatak različitim biznisima, s druge strane.

Pretrpana i rascjepkana medijska scena u Albaniji, FYR Makedoniji, Srbiji, Crnoj Gori i Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], ne može se objasniti terminima logike tržišta. Albanija primjerice, drži prvo mjesto u Europi prema broju dnevnih novina po glavi stanovnika (26 njih u zemlji s 3,5 milijuna stanovnika), ali je zato na zadnjem mjestu u Europi prema nakladi dnevnih novina – jer sveukupno 26 dnevnih novina ima nakladu manju od 100.000 primjeraka.

Mnoge od ovih dnevnih novina mogu se smatrati 'biltenima građevinskih tvrtki'. Tvrtke napuhuju fondove ovih novina, ne zato što hoće služiti interesima javnosti, nego zato da mogu služiti svojim interesima i interesima drugih povezanih tvrtki. Pitate li ove kompanije zašto troše novac svaki mjesec u aktivnosti koje im ne donose nikakav profit, tipičan odgovor koji ćete dobiti jest da oni kroz određene novine 'štite vlastiti biznis'. To je djelomice i točno, ali samo djelomice. Kroz te se novine može vršiti pritisak i pridobiti korist. I, s vremena na vrijeme, upravo ono što nije objavljeno (na primjer detalji o mitu koji je plaćen da se dobije ugovor o poslu) jest daleko važnije od onoga što je objavljeno.

'Mediji nisu profitabilni, ali oni se mogu sagledati kao neizravno profitabilni. Mediji postaju profitabilni samo kao alat da dobijete dozvolu za građenje i druge usluge od vlade. Drugim riječima, u njihovim poslovnim računicama, ukupno je poslovanje pozitivno', ka-

že medijski aktivist iz Tirane, citiran u posljednjem izvještaju FRIDE, španjolske organizacije o Albaniji (FRIDE, 2010).

Izvjješće Otvorenog društva (OSI) naglašava činjenicu da 'Srbijanski prezasićeni medijski prostor povećava komercijalni potencijal gospodarstva pa su mnogi poduzetnici preživjeli zahvaljujući upravo pristranom izvještavanju. Nepošteno natjecanje onemogućuje cvjetanje neovisnog novinarstva' (2010).

Svjedoci smo neprincipijelne koalicije politike, biznisa i medija, koji u krajnjim slučajevima rezultiraju opasnim oblicima državne lovine. Kao što je ispravno istaknuo, Drago Hedl, hrvatski novinar, komentirajući ubojstvo Ive Pukanića, novinara i vlasnika magazina *Nacional*, u listopadu 2008, ovo ubojstvo nudi dokaz 'o tankoj liniji koja dijeli politiku, biznis i medije od mafije, kriminala i korupcije'. (Hedl)

U određenom smislu može se kazati da su nerijetko politički pritisci pretvoreni u gospodarske pritiske. Kao što bugarski medijski ekspert Ivan Nikolchev kaže, novinari su ' suočeni s teškom odlukom izbora između rada pod političkim ili ekonomskim pritiskom. Ponekad oni uopće nemaju priliku birati, jer su oba pritiska na djelu' (2000:23) . Može li se kazati da su gospodarski vladari zamijenili ranije političke *gatekeepere*? Do određene mjere i jesu.

Mediji u regiji nisu više suočeni s pritiscima vlasti do one mjere kako je to bilo uobičajeno nekoliko godina ranije. Sada se mediji suočavaju s kapitalističkim trendovima i financijskim pritiscima kao što je strani kapital, distribucija, transparentnost, vlasništvo, politika radnih prava i korupcija. Sada je dakle, *medijski proletarijat*, novi rastući fenomen na Balkanu. Danas, šefovi i urednici pokazuju više od izravne ili posredne prijetnje novinarima nego to čini vlast. Dakle, vruće pitanje u regiji danas je usmjereno na odnose između medijskih organizacija i njihovih zaposlenika, na tržište radne snage, profesionalne sindikate i medijsko vlasništvo. To su problemi s kojima se treba suočiti.

Ovo je stanje rezultiralo onim što bismo mogli nazvati samocenzurom. Novinari, oni koji rade bez ugovora, prisiljeni su prilagoditi se ukusu i interesu svojih vlasnika u skladu s onim što su oni zamislili. Nadalje, u situaciji kada je oglašavanje vlasti jedan od glavnih izvora za većinu medijskih organizacija (u FYR Makedoniji, na primjer, vlada je drugi

najveći oglašivač), medijski vlasnici pokušavaju obuzdati svoje novinare da ne budu suviše kritični i da bi dobili još više od oglašivačkog kolača vlasti.

Studija koja je napravljena za prostor Jugoistočne Europe, a izradu je inicirala organizacija SEENPM (South East Network for Professionalization of the Media) u 17 zemalja Balkana, donijela je nekoliko zanimljivih zaključaka u vezi s vlasništvom medija i utjecajem na neovisnost i medijski pluralizam (Hrvatini i Petković, 2004). Na medijsko tržište Balkana nisu primarno utjecali gospodarski čimbenici. Relativno velik broj dnevnih novina počeo se izdavati u namjeri da pokriva određeni politički interes. Neki su vlasnici kupili medije u želji da pojačaju druge linije svojih biznisa. (Hrvatini i Petković, 2004:22-3). Zapravo, izgleda da mediji na Balkanu djeluju u pred- tržišnoj fazi, uvažavajući činjenicu da naziv "tržište" uključuje postojanje sustava, koje zapravo nedostaje.

Studija zaključuje da je vlasništvo nad medijima u bivšim komunističkim zemljama, uključujući Balkan, nejasno i netransparentno. Iako je u većini ovih zemalja, zakonska regulativa vrlo razvijena, koja, općenito uzevši, zabranjuje koncentraciju medijskog vlasništava u rukama nekolicine moćnih pojedinaca, redovito sumnjivih veza, ona sve više dominira medijskim tržištem zaobilazeći postojeće zakonodavstvo. Prema istraživanju javnog mišljenja, odmah poslije političkih stranaka, mediji su najmanje transparentne institucije u Albaniji (vidi www.institutemedia.org).

Nije rijetkost da jedan te isti poslovni čovjek (tipično, zainteresiran za naftnu i građevinsku industriju) ima novinu, posjeduje udjele u televizijskim kompanijama, ima vlastitu internetsku tvrtku, i naravno ima vlastiti nogometni klub. Dok je u nekim drugim zemljama to izuzetak, u Albaniji je to upravo pravilo.

Na drugoj strani, snažna prisutnost stranih vlasnika vidljiva je u gotovo svim zemljama. Njemačka grupa Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) kontrolira ključne novine u svim zemljama Balkana. Kad smo prije 10 godina razgovarali o medijskoj privatizaciji, danas možemo govoriti o medijskoj *priWAZizaciji*.

Prisutnost vlasnika stranih medija redovito je praćena problemima i raspravama u regiji. Lokalni novinski izdavači prosvjedovali su

protiv monopolističkog položaja WAZ-a i dampinških cijena koje je primjenjivao njemački novinski div, što je otežavalo njihovo preživljavanje. Drugi misle da je WAZ spreman koketirati s vladama u regiji, ili barem ih ne dirati kako se ne bi ugrozila profitabilnost tvrtke.

Drugi smatraju da je prisutnost stranih medijskih vlasnika imala pozitivan učinak. WAZ i drugi su pokušali uspostaviti pravila na tržištima gdje su, zapravo ta pravila ili nedostajala ili su bila povrijeđena. Strani vlasnici su distanciraniji od političkih interesa, u odnosu na lokalne vlasnike. Kao što je u jednom intervjuu rekao Miklós Haraszi, visoki predstavnik za medijske slobode Organizacije za sigurnost i suradnju Europe (OSCE) 'bolje strani vlasnik nego lokalni oligarh; bolje je ulaganje profesionalnih medijskih kuća nego ulaganja lokalnih banaka, lokalnih naftnih kompanija, lokalnih energetske tvrtki, svaka sa svojim vlastitim medijima za vlastitu korist pri čemu mogu jače povezati i cenzurirati svoje novinare' (Haraszi).

Ako se zaustavimo na pitanju transparentnosti medijskog vlasništva (tko što posjeduje), to će više biti samo grebanje po površini. Medijsko vlasništvo nije možda vidljivo, ali nije ni misterija. Nije teško pogledati u registar medijskog vlasništva tek da vidimo u njima imena žena političara i njihove rodbine. Dubljim kopanjem, dolazimo do mnogo problematičnijeg pitanja, a to je transparentnost medijskog financiranja (tko koga plaća). To je misterija. Prije više godina, Fatos Nano, albanski premijer izjavio je u Parlamentu da skoro 50 posto medijskog financijskog kapitala dolazi iz nepoznatih izvora (Sot, 6. lipnja 2004). Jednaki su podaci citirani u Indeksu o medijskoj samoodrživosti za 2010. godinu, prema kojoj od svih prihoda Nacionalnog vijeća Radio televizije (NCRT), 'do 50 posto troškova nisu bili pokriveni i gubi im se svaki trag (IREX, 2010:13). S obzirom na kontinuirani manjak transparentnosti na oglašivačkom tržištu i izostanku bilo kakvog istraživanja o ovome, jednako kao i nevoljkosti samih medija da objave takve rezultate, podaci o izvorima financiranja u medijima ostaju nejasni do danas.

TKO ČUVA PSE ČUVARE

A što je s istraživačkim novinarstvom? Je li moguće da mediji, pod ovakvim okolnostima, ispunjavaju svoju ulogu kao psi čuvari koji provjeravaju vlast? Iako postoji nekoliko neupitnih uspjeha, istraživačko novinarstvo na Balkanu i dalje je, iz više razloga, na nezadovoljavajućoj razini.

Prvo, Balkan nema tradiciju istraživačkog novinarstva. Propagandno novinarstvo iz komunističkog razdoblja u određenoj mjeri zamijenjeno je pristranim novinarstvom u post-komunističkoj eri. Visoko politizirana sredina utjecala je i na razvoj medija.

Drugo, poteškoće s tranzicijom na Balkanu, snažno prisutan organizirani kriminal, te slab pravosudni sistem ne predstavljaju željenu sredinu za razvoj istraživačkog novinarstva, iako je upravo iz tih razloga istraživačko novinarstvo potrebnije nego ikada. Novinari koji žele istraživati na Balkanu moraju imati na umu da je to nepredvidljivo tlo, puno opasnosti. Te opasnosti izvire iz sektora vlasti, kriminalnih grupa ili mafije, na primjer:

Treće, snažno je izražen mentalitet prema kojem je informacija monopol države a ne vlasništvo javnosti. Iako su zemlje Balkana usvojile zakone o pristupu informacijama (na primjer Albanija, Bosna i Hercegovina i Crna Gora), državne strukture, i ne samo one, su još uvijek hermetične i zatvorene. Balkansko okruženje se teško može smatrati transparentnim. Dobivanje informacije više se smatra privilegijem, a ne obvezom u skladu sa zakonu, pri čemu nedostaje kulture otvorenosti. Te okolnosti jednostavno predstavljaju dodatnu prepreku istraživačkom novinarstvu.

Četvrto, u regiji postoji fenomen koji bismo mogli nazvati banalizacijom borbe protiv kriminala i korupcije. Drugim riječima stanje je takvo da bilo tko može optužiti bilo koga u smislu uključenosti u kriminal i korupciju, pa čak i istinite priče koje su otkrili novinari dočekuju se sa skepsom i nevjericom. Isto tako, činjenica je da nitko ne reagira nakon optužbi koje se objavljuju u novinama, što je obeshrabrujuća okolnost za novinare.

Peto, istraživačko novinarstvo po svojoj prirodi treba i novac i vrijeme. Nemaju sve medijske kuće potrebne resurse za ulaganje u ljude, vrijeme i novac za istraživačke tekstove. Paradoksalno, te medijske organizacije

koje nisu zainteresirane za istraživačko novinarstvo jer su tabloidnog karaktera ili zbog njihove povezanosti s biznisom i politikom, upravo su one koji imaju višak vremena i novca.

Šesto, bliska povezanost između medija, biznisa i politike, takozvani *Berlusconijev sindrom*, koji je značajno utjecao na balkanski medijski pejzaž, ne preferira istraživačko novinarstvo. Ovaj sindrom zahtijeva da novinari pišu prema interesima medijskih vlasnika, a ne prema interesu javnosti. Ova se pojava jasno vidi u Crnoj Gori, gdje se profesionalna novinarska rasprava zamijenjena raspravom između medijskih vlasnika o interesima njihovih biznisa. Izgleda da je u određenoj mjeri korupcija imala odraza i u medijima. Jasno je da mi ne možemo očekivati pravo istraživačko novinarstvo od medijskih organizacija koje su također korumpirane.

Sedmo, istraživačko novinarstvo zahtijeva treninge koji su također vrlo skupi. Serija treninga za istraživačko novinarstvo odvijala se posebno tokom 2000-te, ali u većini slučajeva ti treninzi nisu bili povezani jedan s drugim, a nije bilo ni praćenja rezultata nakon održanih treninga.

Međutim, unatoč svim ovim problemima i teškoćama, određeni napredak u istraživačkom novinarstvu na prostoru Balkana ipak se dogodio.

Jedan od najpopularnijih televizijskih programa u Albaniji, *FIKS FARE*, u produkciji Top Channel TV, u stvari je originalan format istraživačkog novinarstva. Producenti ovoga showa koriste humor kao instrument za osudu negativnih pojava u društvu, i to uvijek čine istražujući dokumente, i otkrivajući činjenice itd. (Prema istraživanju Institute for Development Research and Alternatives (IDRA, 2009), albanska javnost doživljava medije kao jedan od najjačih boraca posvećenih borbi protiv korupcije.

Drago Hedl, hrvatski novinar postao je poznat upravo po istraživačkim pričama o ratnim zločinima u bivšoj Jugoslaviji, što mu je donijelo i prijetnje smrću.

Mreža istraživačkog novinarstva BIRN također je pridonijela razvoju istraživačkog novinarstva u regiji. Novinari BIRN-a ne sam da su uspješno istraživali nekoliko jako važnih problema, nego su ponudili i neke nove novinarske standarde za Balkan.

ETIČKE DVOJBE, STARE I NOVE

Istraživanje uloge medija u tranzicijskim zemljama Balkana ne bi bilo cjelovito ako ne bismo uzeli u obzir percepciju javnosti koja se stvara u medijima, i imidž medija kako ih doživljavaju njihove publike. Naravno ove percepcije i imidži nisu statični. Oni se mijenjaju, i to se brzo mijenjanju.

Ironično, živimo u vremenu kada je imidž medija u očima publike u stalnom srozavanju, dok je istovremeno potražnja za medijskim proizvodima u stalnom porastu. Prema istraživanju koje je proveo Albanski medijski institut (Albanian Media Institute) o sadašnjem utjecaju medija na albansko društvo, 60 posto ispitanika je odgovorilo da mediji uzrokuju poteškoće, a samo 23 posto je reklo da mediji pozitivno doprinose društvenom razvoju. Samo 12,5 posto ispitanika bilo je zadovoljno novinama, dok je ostatak izrazio svoje nezadovoljstvo u vezi s ulogom medija u albanskom društvu.

Paradoksalno zvuči: dok je sloboda novinstva jedan od najvažnijih dostignuća demokracija u razvoju, njihov imidž u javnosti, općenito, je negativan. Po našem sudu, ovo ne znači da je javnost umorna od slobode govora; bit će ipak da je to čist znak da ljudi žele odgovornije medije.

Za ovo će trebati vremena. Neuravnotežen odnos između slobode i odgovornosti u medijima izravan je odraz ravnoteže (ili možda neravnoteže) ove dihotomije u zemljama Balkana u kojima se demokracija više razumije u smislu sloboda i prava, a manje u smislu obveza i odgovornosti.

U regiji se mogu uočiti dva trenda. Jedan, novinare vidi kao 'nužno zlo' i demonizira ih, dok ih drugi vide kao predstavnike četvrte vlasti, koji s vremena na vrijeme doživljavaju ulogu medija kao vrhovnog šefa koji zna sve i ima zadnju riječ u svemu.

Nije bez razloga činjenica da postoji širok skepticizam o medijskoj etici i rastućoj moći medija. Ono što danas vidimo na Balkanu jest kriza novinarske profesije, koju prati strmoglavi pad novinarskih standarda. Kao što je s pravom naglašeno u novoj strategiji SEENPM-a, 'tabloidizacija masovnih medija jest dominirajući trend, a senzacionalistička prezentacija događaja često prevlada, suštinsko, nepristrano i točno izvještavanje (Orban, 2010).

Nažalost, sloboda izražavanja ponekad se interpretira kao 'dozvola za lov'. Mete ovoga lova nisu samo političari i poslovni ljudi, nego i sami građani. Poznati srpski novinar Veran Matić s pravom piše: 'mnoge kompanije plaćaju oglasni prostor i finansijski podržavaju tabloide, u namjeri da budu sposobni izvesti orkestriranu kampanju protiv pojedinačnih ciljeva. Karijera se može srušiti za manje od 500 eura; protunapad je također moguće organizirati, ali će koštati mnogo više' (Matić, nd).

Medijska arogancija je postala gotovo pravilom. Ova banalnost u medijima više je odraz banalnosti u politici kao rezultat manjka profesionalizma (ili možda radije mediokriteta) osoblja koji se danas mogu pronaći u novinskim redakcijama. (Jesmo li mi možda zamijenili komunističku diktaturu, diktaturom banalnosti? Ovo je bilo pitanje koje smo postavili na prošloj konferenciji o novinarskoj etici u Istanbulu, u veljači 2010, na kojoj je raspravljano o niskim standardima današnjeg novinarstva na području Balkana).

"Jesu li balkanski mediji izgubili bitku s tabloidizacijom?" Bio je to naslov teksta objavljen u svibnju 2010. godine u *Balkan Insightu*. To je pitanje koje odražava rastuću zabrinutost o nekim negativnim trendovima u razvoju medija na Balkanu, ali u drugim područjima. Besim Spahić, profesor Fakulteta političkih nauka Sveučilišta u Sarajevu, govori o 'revolucionarnom smeću' u medijima koji 'predobro pogoduju političkim interesima, anestezirajući mase protiv gadne ekonomske realnosti'. 'Tabloidizacija je više od prodaje, ona ima *agendu*. To je eskapizam, pasivizacija, prebacivanje pozornosti na nevažne teme i probleme', zaključuje Spahić (2010).

Financijska kriza se jako odrazila na medije u regiji, posebno na tisak. Kao rezultat stečajeva, masovnih otpuštanja i smanjenja plaća, položaj novinara na tržištu radne snage značajno se pogoršao. To izravno utječe na odlike reportera, i umjesto da ih vodi prema kvaliteti, vodi ih prema 'novinarstvu količine'. Prema pisanju beogradskog tjednika *Vreme*, 'cijela se medijska industrija okrenula prema lako probavljivim sadržajima, privlačnim oglašivačima, dok se zanemaruje suština i bitne informacije (Cremer, 2010).

Pojava novih tehnologija revolucionirala je razvitak medija i radikalno promijenila novinarsku profesiju. Kultura *e-maila* i društvenih mreža

brzo se širi regijom. Na primjer, FYR Makedonija, zemlja s dva milijuna stanovnika ima 400 tisuća profila na Facebooku.

Osim tradicionalne etičke dileme, brzo širenje interneta dodalo je niz novih etičkih dilema i postavila nekoliko ozbiljnih pitanja o novinarskoj profesiji. Blogovi, rasprave na forumskim stranicama i drugi alati značajno su demokratizirali novinarstvo dok su ga, istovremeno, napravili mnogo složenijim.

Iako su internet, novi mediji i nove tehnologije zasigurno osigurale niz prilika za slobodno izražavanje stavova, za građansko novinarstvo i za jačanje demokracije, ova je sloboda otvorila neka nova pitanja i brige – poput širenja tračeva, neutemeljenih optužbi, nepotrebnog kriticisma i u ekstremnim slučajevima, govora mržnje.

Ono što se može primijetiti u svim državama regije, posebno u Hrvatskoj, FYR Makedoniji, Albaniji i Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a], jest preobrazba blogosfere u 'sfere govora mržnje', gdje je proglašen rat između nacionalista i ekstremista koji većinom dolaze iz dijaspora. Profesionalni novinarski standardi i kodeksi časti teško da se mogu primijeniti u blogosferi Balkana.

Sve su zemlje u regiji izradile i prihvatile kodekse časti, ali općenito gledajući, oni ostaju mrtvo slovo na papiru. Kodeksi postoje, ali mehanizmi ili tijela koja bi ih trebala implementirati, kao što su vijeće za medije, vijeće za pritužbe, ombudsman za medije itd., u začetku su ili ih uopće nema.

Prema bugarskom medijskom stručnjaku Ognianu Zlatevu, usvajanje samoregulacijskih mehanizama je spor i nezavršen proces. Usvajanje djelotvornih samoregulacijskih mehanizama sprečava nekoliko faktora. Put prema konsenzusu o novinarskim standardima koji opslužuju interese čitave demokratske zajednice uvijek je težak i bolan proces. Takav konsenzus je težak i problematičan posebno u kontekstu repolitizacije medija. Prema Zlatevu, drugi faktori koji stoje na putu ustanovljavanja takvih mehanizama su nedostatak tradicije i iskustva sa samoregulacijom u cijeloj regiji: mali broj medijskih tržišta, što znači da medijski proizvodi ne mogu preživjeti bez financijske intervencije drugih grupa; stalan politički pritisak posebno na javne servise i podrška udvorničkom novinarstvu (za razliku od kritičnog); bliska suradnja i međusobna

ovisnost između političkih elita i poslovnih grupa te povezanost s interesima u novinama i medijskoj industriji, izlažu novinare i političkoj i gospodarskoj ovisnosti (Zlatev, 2009:1).

Ipak iskustva iz Turske, Bosne i Hercegovine i Kosova [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a] gdje su u funkciji vijeća za medije, sugeriraju da samoregulacija na Balkanu nije nemoguća misija. S druge strane nastojanja prema osnivanju takvih samoregulatorskih tijela u Crnoj Gori, Srbiji i FYR Makedoniji pokazuju da ne postoji gotov oblik ili recept koji bi se mogao primijeniti u svim državama. Poteškoće koje prate ovaj proces u Albaniji i Hrvatskoj pokazuju da je samoregulacija proces koji ne može biti ni uvezen niti nametnut.

Analiza stanja u medijima na Balkanu (kao i sa svim analizama u vezi ove teme na Balkanu), uvijek je rizik da se sve pretvori u inventuru problema, tako da kad se dođe do kraja, stječe se dojam da je pristup bio suviše negativistički intoniran. Možda i ove stranice nisu imune od tog sindroma. Unatoč tome, autor mora naglasiti činjenicu da ako želimo upotrijebiti komparativni okvir ili sustav, onda se on mora sastojati od standarda koji se koriste u demokratskim zemljama, a ne onih iz totalitarnih i autoritarnih režima koje smo ostavili iza sebe.

'Nijedna usporedba, uopće, nije moguća između siromašnog okruženja komunističkih medija, koji su bili politički pristrani i koristili drveni jezik, u odnosu na današnje koje karakterizira raznolikost, dinamika i brza promjena', piše rumunjski novinar Marian Chiriac i Daniel Cain (2000). U našoj su regiji mediji napustili stare dane komunizma, ali su obrisi njihove budućnosti još nejasni.

IZVORI

- Balkan Insight.** 2010. In-depth: Balkan media losing the battle with tabloidisation? *Balkan Insight*, 28 May. Dostupno na <http://www.balkaninsight.com/en/article/in-depth-balkan-media-losing-the-battle-with-tabloidisation> (10. 12. 2010)
- Brunner, N. S.,** Gredelj, S., Hodžić, A. and Krištofić, B. eds. 2000. Media and war: Centre for Transition and Civil Society Research, Belgrad.e
- Brzezinski, Z.** 1995. Fifty years after Yalta: Europe and the Balkans' new chance. *Balkan Forum* (Skopje), Vol. 3, No. 2, p. 9.
- Chiriac, M. and Cain, D.** 2000. Role of the media in the post-communist period. *Balkan Media* (Bucharest), Vol. 9, Spring.
- Cremer, D.** 2010. Footprint of the financial crisis in the media, Serbia. Open Society Institute Media Program, januar.
- Freedom House** (2009) *Press Freedom World Ranking 2009*. Dostupno na: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2009> (25. 11. 2010)
- FRIDE,** 2010. *Democracy in Albania*. Madrid, Izdanja FRIDE, April. Dostupno na <http://www.fride.org/publication/758/democracy-in-albania> (26. 11. 2010)
- Goban-Klas, T.** 1997 *The Orchestration of the Media*. Boulder, Colo., Westview Press.
- Haraszti, M. A** shifting media landscape. Available at: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-haraszti-en.html> (25. 11. 2010)
- Hedl, Drago.** Us and them: Croatia, mafia, media and murder. Dostupno na: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-hedl-en.html> (25. 11. 2010)
- Hrvatini, S. B. and Petkovic, B.** 2004. *Media Ownership and its Impact on Media Ownership and Pluralism*. Ljubljana, SEENPM-Peace Institute.
- Institute for Development Research and Alternatives (IDRA).** 2009. *Corruption in Albania: Perception and Experience Survey 2009*. Dostupno na <http://www.idra-al.org/cs2009/index2.php> (26. 11. 2010)
- IREX,** 2010 *Media Sustainability Index 2010*. Available at: <http://www.irex.org/project/media-sustainability-index-msi> (26. 11. 2010)
- Lubonja, F.** 2009. On the miserability of media. *Gazeta Tema* (Tirana). 17 October.

- Mazowiecki, T.** 2005. Special Report on the Media in Former Yugoslavia. Available at: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc96/EDOC7510.htm> (10. 12. 2010)
- Matic, V.** Serbia: Media maneuvers in a wounded society. Dostupno na: <http://www.eurozine.com/articles/2009-03-20-matic-en.html> (26. 11. 2010)
- McQuail, D.** 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th edn. Sage, London.
- Michnik, A.** 1995. Samizdat goes public. *Media Studies Journal* (New York) Summer; p. 74.
- Nikolchev, I.** 2000. Quoted in *Global Network* (Bucharest), No. 13. Dostupno na: <http://www.scribd.com/doc/25254348/The-Global-Network-Le-rEseau-Global-I> (26. 11. 2010).
- Open Society Foundations.** 2010. Footprint of financial crisis in the media. London, Open Society Media Program, January. Dostupno na: http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201 (26. 11. 2010).
- Orban, S.** South East European Network for Professionalization of the Media. Conference paper; Tirana.
- Reporters sans Frontières.** 2010. Press Freedom Index 2010. Dostupno na: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html> (26. 11. 2010).
- Sartori, G.** 1999. *What Is Democracy?* Tirana, Dituria.
- Spahic, B.** 2010. Are thje Balkan media losing the battle with taboidization? *Balkan Insight*, maj.
- Thompson, M.** 1999. *Forging War. The Media in Serbia, Croatia, Bosnia and Herzegovina*. Luton, UK, University of Luton Press.
- Zlatev, O.** 2009. Self-regulation in South East Europe. Conference paper; Tirana, mart.

'USAMLJENI JAHAČ' KAO MISIONAR SAVJESTI: ULOGA NOVINARSKOG OMBUDSMANA

3

Yavuz Baydar

UVOD

Već desetljećima raste zabrinutosti mogu li novinari njegovati, ili, što je češće, obnoviti povjerenje između njih i njihovih publika. Postoje brojni razlozi zbog kojih je oslabilo povjerenje u kvalitetu vijesti i u etičko ponašanje onih koji je proizvode, što je utjecalo na medije u cijelom svijetu. Razvijana su različita rješenja i institucionalni modeli kojima je traženo rješenje, ali uspjeh je bio promjenjiv. Suštinsko pitanje za novinarstvo kao profesiju jest da ostvari povjerenje javnosti u vijesti i u one koji je proizvode.

U tranzicijskim/rastućim demokracijama, istinitost i neovisnost medija smatra se ključnom za političku i društvenu stabilnost. U tim okruženjima mediji su često jedan od glavnih aktera održivosti demokratskih procesa, povećavajući granice prava slobode i pomažući da se eliminiira mentalitet koji prihvaća ugnjetavanje.

Mediji moraju istraživati i boriti se protiv korupcije. Zloupotreba ovlasti je kamen spoticanja za ona društva koja su u tranziciji prema demokraciji. Neophodno je da mediji budu čisti, razvidni i odgovorni, e kako bi se razlikovali od negdašnjih i ostvarili trajni, pozitivni utjecaj.

Jedan od učinkovitijih modela koji se razvio u posljednjih nekoliko desetljeća za očuvanje integriteta medija jest položaj novinarskog ombudsmana, modernog "kućnog" koncepta samokritike i samoregulacije. Funkcija ombudsmana posve je različita od ostalih oblika nadzora koji se oslanjaju na vanjske agencije ili glas zajednice. Obzirom da je uloga novinarskog ombudsmana namijenjena pojedincu, relativno ju je jednostavno primijeniti, jer je fleksibilna, prilagodljiva individualnoj novinarskoj instituciji i specifičnim publikama.

Velik broj novinarskih ombudsmana, kojih ima u više od 20 zemalja, dokaz je djelotvornosti modela ombudsmana. On obavlja poslove kojima je uspjeh mjerljiv, a kvaliteta opipljiva.

Ova studija je pokušaj da se osvijetle razni aspekti modela novinarskog ombudsmana. To je također i pokušaj da se objasni zašto uloge koje imaju ombudsmani mogu biti sredstvom kojima medijski sektor može postići kvalitetu i povjerenje.

POZADINA: KAKO SU NASTALI OMBUDSMANI

Ombudsman potječe iz ranog devetnaestog stoljeća, kada su se švedski kralj i švedski parlament složili oko metode kojom će rješavati žalbe građana koji se smatraju žrtvama loše vlasti. Ured neovisnog nadzora osnovan je 1809. a vodio ga je službenik u rangu ministra. *Justitieombudsman* (pravobranitelj) bio je ovlašten suditi o pritužbama pojedinaca protiv organa vlasti i tako pružati zaštitu od autoriteta s državnim statusom.

Art Nauman, bivši ombudsman za *Sacramento Bee* (Kalifornija, SAD) i predsjednik Organizacije novinarskih ombudsmana (ONO), poziva se na američke istraživače koji su na tragu koncepta ombudsmana došli do definicije koja je mnogo starija od skandinavske: "čovjek koji vidi da su snijeg i smeće uklonjeni s ulica i da su dimnjaci očišćeni". Bez obzira na to, koncept novinarskog ombudsmana razvio se u novom povijesnom kontekstu i dobio je značenje "osobe koja predstavlja javnost", "osobe kojoj je delegirano predstavljanje građana" (Nauman, 1994.). Ombudsman je postao široko korišten međunarodni termin koji se koristi kako bi se definirao ured koji posjeduje izvornu nezavisnost u kontroliranju autoriteta. U Švedskoj je koncept proširen, i uključio je ombudsmane u različitim oblastima: rasnoj i rodnoj jednakosti, pravima djece i novinarstva.

Arhetipove ombudsmana možemo u povijesti naći i drugdje. Brazilski istraživač Jairo Faria Mendes piše: "Prije švedskog pokusa postojali su 'slušači'. U kolonijalnom Brazilu biskup je imao funkciju 'slušača krune' prema kojoj je nastala popularna izreka 'žalite se biskupu'. U antičkom Rimu narodni tribun je slušao primjedbe građana." (Mendes, 1999)

"Reci svoje brige paši Marku!" još uvijek je popularno kazati na turskom jeziku, što potječe iz višestoljetne tradicije Otomanskog carstva znane kao "Ahi" ili "mudrac". To je bio model koji je funkcionirao u Otomanskom carstvu i osiguravao je komunikaciju između sultana i njegovih podanika na pitanjima radne etike. Sultanovi podanici mogli su se požaliti kada su se osjećali povrijeđenima, diskriminiranim i/ili zanemarenima na drugi način.

Suvremena istraživanja sugeriraju da je švedski kralj Charles XII, za vrijeme svoje dužeg iskustva sultanovog "gosta" u ranom osamnaestom stoljeću (nakon što je Švedsku pobijedila Ruska vojka u bitki kod Poltave), bio inspiriran otomanskom Ahi tradicijom i prenio je u Švedsku. Ovaj koncept se kasnije proširio iz Švedske u Finsku (1919), Dansku (1955), a zatim u Norvešku i Novi Zeland (1962).

Ombudsman i novinarstvo

U ranom dvadesetom stoljeću novinarstvo je osjetilo potrebu da odgovori na rastući osjećaj nemira među čitateljima. Čitatelje su pitali što čitaju i čemu vjeruju. Netočnost je utjecala na naklade novina. Uvijek dalekovidni Šveđani odlučili su 1916. osnovati Švedsko vijeće za medije – ujedno poznato i kao "Sud časti" – koje se bavilo širokim spektrom pritužbi.

Vijeće je djelovalo do 1969. kada je preimenovao u Allmaenhetens Pressombudsman (novinarski pravobranitelj javnosti). To se dogodilo kao odgovor na sve veću zabrinutost javnosti zbog ne-etičkog ponašanja, pogotovo zbog povrede privatnosti, senzacionalističkog izvještavanja o kriminalu i sve raširenijeg razvlačenja javnih ličnosti. "Sa svoje strane, švedsko novinarstvo se bojalo kako zakonski propisi neće popraviti stanje u medijima ako to nisu u stanju postići samo-disciplinom (Mendes, 1999).

Američko novinarstvo s početka dvadesetog stoljeća bilo je jednako zabrinuto zbog rastućeg javnog skepticizma. Godine 1913. Ralph Pulitzer, sin legendarnog nakladnika Josepha Pulitzera, odlučio je osnovati Bureau of Accuracy and Fair Play (Ured za točnost i poštenost) u novinama *New York World*. Utvrđeni cilj bio je "korigirati nemar i obilježiti naše greške i grešnike". Članovi ureda – direktor i dva pomoćnika –

ispitali su pritužbe, pisali ispravke, vodili bilješke o novinarima koji su bili odgovorni za pogreške i odgovarali na pisma nezadovoljnih čitatelja. Ured je djelovao sve dok novine nisu prodane 1931.

Ured je potaknuo slične institucije u novinama kao što su *Sacramento Bee*, *Minneapolis Tribune* i *Philadelphia Ledger*. I zaista, devet godina nakon Pulitzerove odluke o osnivanju Ureda, *Asahi Shimbun* (Tokio) osnovao je Komitet za primanje i rješavanje žalbi. Istraživanje Takeshi Miezwawa, sa Sveučilišta Tokyo Keizai piše da Komitet za primanje i rješavanje žalbi bio oblikovan po uzoru na ured *New York Worlda* (1999).

Druge japanske novine, *Yomiuri Shimbun*, koje trenutačno imaju jednu od najvećih svjetskih naklada (oko 14 milijuna primjeraka dnevno) osnovao je 1938. redakcijski komitet za analizu sadržaja. Ovaj je projekt iniciran zbog toga što su novinski napisi uzrokovali niz sudskih tužbi, a razvio se u "28 – člani komitet", 1951. Komitet je nazvan Committee of Newspaper Contents Inspectors i bio je jedinstven i djelotvoran model novinarskog ombudsmana koji je još uvijek aktivan u novinama (Miezawa, 1999).

U Sjedinjenim Američkim Državama potreba za razvijanjem samo-regulacijskih mehanizama obnovljena je poslije Drugog svjetskog rata. Henry Luce, osnivač magazina *Time* i *Life*, okupio je 1947. grupu uvažениh znanstvenika i ne-novinara da proučavaju nedostatke novinarstva. Poslije dužeg analiziranja, grupa, poznata kao Hutchins Commission on the Freedom of the Press, objavila je upozorenje: novinari moraju nadgledati sebe ili riskiraju da ih vlada nadgleda.

Jedan od najdjelotvornijih načina unapređenja novinarstva je blokiran ni od koga drugog nego od njih samih. Prema nekom nepisanom zakonu, novinarstvo ignorira greške i pogrešne interpretacije, laži i skandale koje su počinili njeni članovi. (JaCoby)

Nalazi i zaključci Hutchinsove komisije nisu bili ono što je novinarstvo željelo čuti. Američka medijska elita ih je zanemarila, i negirala u dužem razdoblju. Pa ipak, protuvladino raspoloženje u 1960-tim u SAD-u nagalo je medijske vlasnike i urednike da još jednom razmotre stanje. Mlada publika, koja se radikalizirala i izgubila povjerenje u autoritete za vrijeme Vijetnamskog rata, više nije tajila svoju sumnjičavost prema medijima.

U ožujku, 1967. Ben H. Bagdikian, tada urednik u *Washington Postu*, postao je prvi novinar u SAD-u koji je predložio uvođenje ombudsmana kao načina ponovnog stjecanja povjerenja javnosti. U svom članku objavljenom u magazinu *Esquire*, napisao je da novine u SAD-u pate od nedostatka povjerenja svoje publike i to često zbog opravdanih razloga. Kako bi opet pridobili publiku, Bagdikian se nadao da će neki "hrabri vlasnik jednog dana postaviti ombudsmana u redakciji svojih novina – da predstavlja, da govori, da pruža simbole i, s malo sreće, osigura javni interes kao konačnu sudbinu američkih novina". (citirano prema JaCoby)

Bagdikiana su slijedili A. H. Raskin, iskusni sindikalni izjavitelj *New York Timesa*. U nedjeljnom izdanju svojih novina, Raskin je predložio da svaka novina osnuje Odjel unutrašnje kritike. "Odjelu treba omogućiti dovoljno neovisnosti da služe kao ombudsmeni svojih čitatelja, naoružani autoritetom koji omogućuje učinkovito djelovanje u svim oblicima kojima novina služi zajednicu, posebice u pogledu čuvanja slobode misli i akcije. (citirano prema JaCoby)

Prvi novinarski ombudsman – u Kentuckyju

Tjedan dana po objavljivanju Raskinova članka postavljen je prvi novinarski ombudsman u SAD-u. Trebao je to biti jedinstven model. Nije se to dogodilo ni u *Washington Postu*, niti u *New York Timesu*, već u malim, veoma cijenjenim dnevnim novinama u državi Kentucky, zvanim *Louisville Courier-Journal*, koje su uvele prvo radno mjesto za ombudsmana. Urednik novina, Barry Bingham SR, pratio je raspravu o potrebi za uvođenjem ombudsmana koja se vodila na istočnoj obali, a kako mu se ideja svidjela, inzistirao je da jedan stariji kolega, John Herchenroeder, preuzme ulogu novinarskog ombudsmana.

Ubrzo nakon toga je i *Washington Post* slijedio taj put. Mnogi tvrde da je *Post* ustvari postavio pravi način uloge ombudsmana, jer je Ben Bradlee, legendarni urednik, snažno branio tu ideju na uređivačkom kolegiju (čiji članovi su bili zabrinuti da bi ta uloga mogla više umanjiti, negoli povećati vjerodostojnost novina). Bradlee je dokazivao da je prosječni čitatelj *Posta* inteligentan kao bilo koji urednik ili reporter, ako ne i inteligentniji. Bradlee je išao dalje od novina iz Kentuckyja. On je podučio neovisnog ombudsmana u *Postu*, ne samo da sluša primjedbe, već da javno kritički komentira rad novinara u svojoj redovitoj kolumni.

To je bila glavna razlika prema *Courier-Journal*, čiji ombudsman je samo interno izvještavao o nepravilnostima. Zbog toga se postavljanje ombudsmana u *Washington Postu* s pravom označava kao stvarni početak rada novinarskih ombudsmana.

U 1970-tim i 1980-tim mnoge novine u SAD-u i u Europi (iako ne i *New York Times*) slijedile su ovaj primjer. Pridružio im se *Le Monde* u Francuskoj, *El Pais* i *La Vanguardia* u Španjolskoj, *Volkscrant* u Nizozemskoj, *Folha de Sao Paulo* u Brazilu, *The Guardian* i *Observer* u Velikoj Britaniji, *O Publico* u Portugalu, *Maariv* u Izraelu, *Politiken* u Danskoj, *Toronto Sun* u Kanadi, *Milliyet* i *Sabah* u Turskoj, i *Hindu* u Indiji, kao i brojni drugi.

Iako su novine prednjačile u uvođenju ombudsmana, ubrzo ih je slijedila i radiotelevizija. Javni servisi u Francuskoj, Kanadi i Australiji osnovali su urede ombudsmana, dajući široku slobodu njihovim "predstavnicima gledatelja", pokazujući neupitnu riješenost da se institucionalizira samoregulacija.

Trenutno je 47 ombudsmana koji rade puno radno vrijeme, a članovi su organizacije ONO. Ima 25 pridruženih članova, ljudi koji su ili posve ili djelomice zaposleni kao ombudsmani, ili su novinari, i stručnjaci zainteresirani za to područje. Kako god, obzirom da ombudsmani iz cijelog svijeta nisu učlanjeni u ONO, računa se da ih je ukupno između 100 i 200.

OBRAZLOŽENJE: ZAŠTO SU POTREBNI OMBUDSMANI

Karakteristike koje razlikuju novinarstvo od ostalih profesija, ujedno ga i određuju na poseban način. Dobri novinari su neovisni i predani informatori, nepokolebljivi promatrači, uporni istraživači stvarnih činjenica, agresivni ispitivači moćnih krugova i institucija, slobodni komentatori i pouzdani savjetnici, koji se uvijek rukovode kritičkim i sumnjičavim umom. Bez čvrstog utemeljenja u etici, novinari bi, isto kao i liječnici i odvjetnici, izgubili smisao svojeg postojanja.

Komu novinari služe i što proizvode, mora se uvijek suditi temeljem njihovih moralnih obveza i savjesti. Iako medijske organizacije moraju uspješno djelovati kao bilo koji biznis na slobodnom tržištu i moraju is-

puniti financijska očekivanja svojih vlasnika, mediji ujedno imaju i duboki društveni angažman: njihova primarna zadaća jest služiti interesima javnosti. Njima je povjereno opće javno dobro: novinarska aktivnost je usredotočena na prikupljanju toliko informacija koliko ih mogu točno i pošteno obraditi. Ispunjavajući opći javni interes mediji moraju agresivno tražiti vijesti i neprekidno preispitivati moćne institucije i pojedince, držeći ih odgovornim, tražeći jasne odgovore na svoja pitanja. Istina, nerijetko, ima tisuću lica i novinar se može, obavljajući svoj posao, uplesti u škljive situacije postavljajući vrlo teška pitanja.

Ovaj specifičan posao, ako se dobro obavlja, može služiti kao pogonski motor demokracije: novinari prezentiraju svoje vijesti što je moguće točnije i poštenije u namjeri da pomognu građanima u donošenju odluke temeljene na najboljim informacijama. Demokracija uspijeva ili propada na onom stupnju koji omogućuje da utvrdimo koliko su jasne i odgovorne njezine institucije. Tajnost nije samo otrovna za središnju ili lokalnu vlast i njezine agencije, nego je također prijetnja privatnom sektoru i javnim osobama.

Borba protiv korupcije i ostalih zločina, nemoguća je bez neovisnih i slobodnih medija. A da bi mediji imali utjecaj i uživali povjerenje javnosti, moraju ostati nepotkupljivi i etični.

Novinari djeluju u ime javnosti postavljajući pitanja i promatrajući javne institucije; oni ih smatraju odgovornima. Ali, znači li to da su mediji izuzeti od kritike ako novinari ne rade pravilno svoj posao? Mogu li novinari biti izuzeti od standarda koji uključuju razvidnost i odgovornost? Mogu li novinari imati ikakva prava tražiti da subjekti njihovih istraživanja budu transparentni, ako mediji u kojima rade nisu transparentni ili odgovorni?

"Sve je u transparentnosti. Iz toga potječe povjerenje. Pokažite svojim čitateljima da vam je stalo do točnosti i poštenja, da želite svoju priču napisati ispravno, pa ćete zadobiti njihovo povjerenje. Ako vam vjeruju, kupit će vas" – kaže Stephen Pritchard, predsjednik ONO-a i ombudsman Observer-a, dodajući:

"Ne mogu zamisliti niti jedan razlog zašto novine – sa svim utjecajem i snagom nad životima i mislima ljudi ne bi bile subjektom istog nadzora koji je fokusiran na druge moćne segmente društva:

vladu, vojsku, biznis, umjetnost, religiju, financije i sve ostalo. Sigurno je da novine posjeduju vlastiti interes da takav nadzor – pošteno i neustrašivo obavljen – dolazi iz samog novinarstva. Ako mi nećemo to učiniti, netko drugi – možda s manje poštenim motivima – može to učiniti umjesto nas." (Pritchard, 2009a)

Kultura novinarstva

Dobro je poznato da su ljudi iz medija općenito shvaćeni kao arogantni prema javnosti, da su novinari debelokošci kada ih počnu kritizirati njihovi čitatelji, slušatelji i gledatelji. Takva neosjetljivost novinara pothranila je mišljenja da su novinari često motivirani nekim drugim interesima nego onim javnim, i da tjeraju neke svoje vlastite ideje.

Javnost može ukazati na vijesti koje su bile prenapuhane ili na prikrivanje činjenica nastalih zbog "skrivenih intencija" novinara. Nedostatak transparentnosti u novinarstvu navodi ljude da vjeruju kako "se nešto tu sumnjivo događa".

Novinari griješe baš kao i pojedinci u drugim profesijama. Kao i svaka javna institucija, novine i radiotelevizija čine greške, uključujući netočnosti, faktografske pogreške, nepošteno tretiraju izvore ili subjekte vijesti, nedostaje uravnoteženosti i poštenja u novinskim pričama, a ima pristranosti, miješanja činjenica i stavova te naslova koji navode na pogrešne zaključke. To se može dogoditi i u najcjenjenijim novinskim proizvodima. Ima slučajeva kada se nanosi šteta pojedincima zbog slabe novinarske procjene. Neki mogu uključiti laž, krivotvorenje podataka ili elemente plagijata. Pošteno je kazati da je nemoguće tiskati savršene, bezgrešne dnevne novine, kao što je nemoguće voditi savršen 24-satni radio ili televizijski program. Novinari moraju živjeti s tom činjenicom.

Novinari znaju da njihova egzistencija ovisi o njihovoj publici. Stephan Pritchard to objašnjava:

"Svaki urednik će vam kazati da su im najvažniji ljudi koji čitaju njihove novine, njihove web stranice, slušaju njihove radio postaje ili gledaju njihove televizijske kanale. I zbog toga je začuđujuće kako bijedno mediji tretiraju one koji ih konzumiraju. Da, imaju stranice s pismima čitatelja, blogove, imaju službu za klijente i marketinške

fokus grupe, ali koliko ih zapošljava osobu koja će stati iza čitatelja i zaista ih slušati, ići tragom njihovih stavova i pri tome imati posve neovisan položaj u svojoj redakciji?" (Pritchard, 2009b)

Prema Pritchardu, jasno je da postojanje neovisnog ombudsmana pomaže izgradnji povjerenja. Kako bi dokazao ovu tvrdnju, on je citirao istraživanje koje je proveo *Observer* 2007. godine, a koje je potvrdilo da 77 posto njihovih čitatelja smatra da je njihovo povjerenje bilo osnaženo postojanjem zastupnika čitatelja (2009b).

"Savjest" novinskog izvještavanja

Ombudsman ima ključnu ulogu u onim novinskim institucijama koje razumiju vrijednosti transparentnosti, odgovornosti i etičkog ponašanja. Ombudsman gradi most između publike i novinara ili radio-televizijskih postaja/kanala. On pomaže da novinske institucije budu razvidne svojim publikama kako bi one vidjele kako novinske institucije djeluju iznutra. Ombudsman postaje glas kritike publika i to prema svojoj instituciji. Omogućujući publikama osjećaj pripadnosti, oni promiču odnose koji počivaju na većem povjerenju između publika i novinskih organizacija.

Brojne analogije se spominju u vezi ombudsmana. Neki kažu da oni peru prljavo rublje u javnosti. Drugi opisuju ombudsmane kao "kućnog liječnika". Ali, možda je najbolja definicija ombudsmana kao "savjesti novinarskog izvještavanja". Dosta je razloga zašto postojanje ombudsmana čini razliku u novinama i radio televizijskim postajama. ONO smatra da ombusmani u novinama i radioteleviziji moraju imati sljedeće karakteristike, i to:

- ✓ Unaprijediti kvalitetu novinskog izvještavanja nadzirući točnost, poštenje i uravnoteženost.
- ✓ Pomoći proizvođačima vijesti da postanu pristupačniji, odgovorniji prema čitateljima i publici te da ostvare veću vjerodostojnost.
- ✓ Razviti razumijevanje novinskih profesionalaca o tome da njihove publike brinu o medijskim sadržajima.
- ✓ Sačuvati vrijeme nakladnika i urednika kanalizirajući pritužbe i druge zahtjeve prema odgovornoj osobi (ombudsmanu).

- ✓ Riješiti neke pritužbe, koje inače mogu biti upućene državnom tužitelju i tako to pretvoriti u skupi sudski spor: (citirano prema Pritchard, 2009b)

Dodajmo tome da ombudsman može pomoći u objašnjavanju i rasvjetljavanju običaja iz dnevne prakse novinskih redakcija i tome kako novinari shvaćaju svoju publiku.

STRUKTURA FUNKCIJE: ZADAĆE OMBUDSMANA

Novinarski ombudsmeni su, u stvari, nogometni suci. Djeluju kao vanjski promatrači procesa u novinarstvu i novinarskim proizvodima i "zazvižde" kada god uoče nešto nepravilno ili nepošteno. Novinarski ombudsman dobiva i istražuje pritužbe od čitatelja novina, slušatelja radijskih postaja i televizijskih gledatelja. U području interneta javlja se sve veći broj ombudsmana koji imaju slične odgovornosti, kao i oni koji rade za tradicionalne medije: nadziru sadržaj vijesti na koje se žali publika.

Novinarski ombudsmeni rade na dva kanala, vanjskom i unutrašnjem. Djeluju kao glasnogovornici čitatelja, slušatelja, gledatelja i korisnika, prenose njihove pritužbe u redakcije, te istražuju interne pogreške. Njihova je uloga i da objašnjavaju publici kako radi dnevno novinarstvo, da nijedno ljudsko biće (uključujući novinare) nije savršeno, i pokušavaju razjasniti sumnje i negativne stereotipe koje, možda, publika ima u pogledu rada novinara.

Prva i temeljna zadaća ombudsmana jest ohrabriti redakcije da budu transparentne i odgovorne. Zatim, novinarski ombudsman ohrabruje publiku da se osjeti dijelom procesa i da se njihov glas sluša i ozbiljno uzima u obzir. Ohrabrivanjem transparentnosti u novinarskim organizacijama i kreiranjem osjećaja od publike da su uključeni u taj proces, ombudsmeni grade mostove povjerenja između novinskih institucija i njihovih publika.

Uključujući publike u novinske organizacije ombudsmeni približavaju svijet novinarstva općoj javnosti kojoj služe. Što je jasnija uloga novinara prema publikama, to je jači njihov angažman u dvosmjernoj komunikaciji koju moderira ombudsman.

Ključni zadaci

Šest je ključnih zadataka ombudsmana prema izvrsnom sažetku kojeg je napravila Michelle McLellan, bivša zastupnica čitatelja američkih dnevnih novina *Oregonian*:

- ✓ Žalbe i komentari čitatelja
- ✓ Komunikacija s osobljem
- ✓ Komunikacija s čitateljima
- ✓ Kolumne
- ✓ Ispravci
- ✓ Dosezi čitatelja (McLellan, 1999).

Žalbe i komentari su glavni izvor rada za ombudsmana. Broj primljenih žalbi i komentara u nekom mediju varira ovisno o raznim čimbenicima, uključujući veličinu medija i broj slušatelja ili nakladu. Većina novinarskih proizvoda, mjesečno, dobiva tisuće pritužbi. McLellan objašnjava:

“Ljudi će nazvati ili pisati o činjeničnim pogreškama u novinama, ili ako smatraju da je priča pristrana, ili ako im se ne sviđa naslov. Ili ako drže da je fotografija uvredljiva. Ili ako im se ne sviđa karikatura. Važno je odgovoriti na što je moguće više pritužbi. To je zaista ključno. Ljudi smatraju da su njihove primjedbe opravdane, ako steknu dojam da se njihovi komentari podcjenjuju.” (McLellan, 1999)

Kako pritužbe pristižu, tako se utvrđuju one na koje treba odgovoriti, ali je važno da se novinare informira o prirodi pritužbi. Novinari moraju biti u toku i znati za pritužbe kako bi razumjeli na što su osjetljivi čitatelji. Urednicima je od velike koristi da razumiju što brine publike, i temeljem toga mogu donositi odluke o tome kako će promijeniti mehanizme u novinskoj produkciji.

Neki ombudsmani pišu dnevno ili tjedno dopise kojim obavještavaju ljude u redakciji na što se žale i što komentiraju čitatelji, a neki pak omogućuju članovima redakcije pristup elektroničkim pismima koje šalju čitatelji. U nekim slučajevima ombudsmani organiziraju interne rasprave s članovima redakcije o etičkim pitanjima.

Ombudsman i njegov ured moraju biti dostupni čitateljima bez ograničenja, što je više moguće. Čitatelji su često nezadovoljni kada ne uspiju

doći do urednika ili reportera, a osjećaju se priznatima kada tko ima vremena i pristojnosti poslušati ih, ili odgovoriti na njihova elektronska pisma ili faksove. To ne znači da ombudsman mora "monopolizirati" komunikaciju između čitatelja i novinske redakcije, upravo suprotno, mora ohrabrivati osoblje da bude otvoreno prema publici.

Telefonski broj i adresa elektronske pošte ombudsmana moraju biti jasno i svakodnevno objavljivani u novinama. Ombudsmanov posao mora biti što je moguće više razumljiv. Ako ima ugovor i ako postoji kodeks njegova djelovanja, onda bi trebao biti vidljiv publici (primjerice na web stranici medija).

Kolumne i 'vijeće čitatelja'

Većina ombudsmana piše svoje kolumne. To je najvažnija sastavnica u njihovom javnom predstavljanju. Oni tako "daju na uvid" pritužbe čitatelja i svjedoče da novine oživotvoruju prihvaćene standarde. Kolumne mogu također objasniti politiku novina ili ispitati značajna pitanja novinarstva (McLellan, 1999). Rubrika ispravaka i objašnjenja dio je redovite ombudsmanove prakse. Ključno je da se priznaju tiskane pogreške i osigura točna informacija. Neke novine provode politiku dnevnih rubrika objavljenih uvijek na istom mjestu, a druge ih objavljuju povremeno, prema potrebi.

"U nekim novinama ombudsman ima konačnu riječ o objavljivanju ispravaka i treba voditi računa o publikaciji. Mnogi od nas imaju prirodnu nelagodu kada treba javno priznati pogrešku. Uloga ombudsmana jest da odluku donese u ime čitatelja" – objašnjava McLellan (1999).

Ombudsman može biti odlučujući u približavanju publici. U nekim slučajevima, novine eksperimentiraju s "vijećima čitatelja" kako bi povećale svoje napore u izgradnji povjerenja. To je vrlo uspješno u novinama čija publika je u lokalnoj zajednici. U slučajevima kada postoji vijeće čitatelja, ombudsman može igrati ključnu ulogu u organiziranju i oblikovanju veza i debatnih grupa, i može biti instrument za ostvarivanje dijaloga s redakcijskim menadžmentom i tako pomoći da se preoblikuje sadržaj novina.

KVALIFIKACIJE: ŠTO ČINI DOBROG OMBUDSMANA

Povijesno iskustvo nam govori da ombudsmeni koje regrutiraju novinske redakcije potječu iz dva područja – novinarstva ili akademske zajednice. Različita su mišljenja što bolje priprema za ulogu ombudsmena – novinarstvo ili akademska zajednica. Jedan od argumenata u prilog ombudsmena koji potječu iz akademske zajednice jest da oni snažno podupiru neovisnost, ali im se nerijetko prigovara da nisu realistični. Ombudsman s akademskom pozadinom često teži teoriji više nego praksi, i suočava se s problemima u redakciji koja nema povjerenja u njega.

Prevladavajuće mišljenje među nakladnicima i urednicima je da ombudsman mora imati bogatu karijeru, s naglaskom na profesionalni integritet, posvećen novinarskim vrednotama. Ti ombudsmeni moraju biti vješti psiholozi i imati osjećaj za balansiranje na dnevnoj bazi između krutih pravila i ideala profesije.

Iskustvo nam kazuje da ako je ombudsman priznati u svojoj sredini to je bolje prihvaćen kao interni kritičar. Što je ombudsman bolje prihvaćen, to je snažniji utjecaj njegovih viđenja, i to se više poštuje u redakciji.

Art Nauman ovako definira karakteristike dobrog ombudsmena:

Najprije, temeljito razumijevanje novinarskog procesa. On ili ona moraju bitiiskusni novinari ili urednici. On ili ona morali su, kako se kaže, "biti iz našeg dvorišta" i moraju razumjeti kako novinari obavljaju svoj posao. Drugo, potpuno razumijevanje zajednice kojoj novine služe, njezina demografska obilježja, povijest, zemljopis. Treće, izvorni interes za ljude – sposobnost slušanja njihovih stavova, bez trenutnog podizanja obrambenog zida. Ukazivanje takta i prijateljstva svakako će se uračunati kao dobra osobina. Konačno, uspješni ombudsman treba imati nedvojbene stavove, snažan karakter i odlučnost da izdrži psihološki pritisak "izoliranosti" koji se javlja kod svakog ombudsmena. (Nauman, 1994)

PONAŠANJE I ZADAĆE: KAKO OMBUDSMAN RADI

Ombudsman nadzire rubrike vijesti i članaka, vizualne i grafičke priloge (na bazi etičkog kodeksa) i kvalitetu tiska. Oni ukazuju redakcijskom osoblju i menadžmentu mane i nedostatke. Zatim, oni istražuju i odgovaraju na pitanja, komentare i pritužbe čitatelja, uključujući – kada je to potrebno – pojašnjenja i obrazloženja koje dobivaju od urednika i ostalog osoblja.

Neki su ombudsmeni uključeni u opisivanje dnevne rutine i "mozganje" na redakcijskim sastancima, objavljujući promjene koje se događaju. Pa ipak, kako god da imaju neke zajedničke odgovornosti, nema dva ombudsmena koji rade na isti način. Brojni su faktori koji oblikuju prirodu rada ombudsmena: profil i karakter novinskog proizvoda, nacionalno ili regionalno okruženje u kojem djeluju, osobnost ombudsmena, opis posla, određenje zadaća koji su u njegovu ugovoru, te kultura sredine u kojoj djeluje.

Neki ombudsmeni se nazivaju "zastupnik čitatelja" ili "urednik čitatelja". Drugi su poznati kao "javni urednik", "predstavnik gledatelja", "odvjetnik čitatelja" ili "glasnogovornik čitatelja". U Francuskoj se opisuju kao "*médiateur*" ili "*médiatrice*". Većina ih je dobro poznata publici, a manjina nije. Oni prvi otvoreno dijele svoje stavove s publikom, a potomji izvještavaju samo interno.

Prije više godina, Art Nauman (1994.) kazao je da "neki ombudsmeni imaju više neovisnosti nego drugi", i to je istina koja vrijedi i danas.

Neovisnost je ključ

Ova izjava također ukazuje na činjenicu da je nezavisnost, percipirana i stvarna, osnovni čimbenik rada ombudsmena i mora biti u potpunosti zajamčena. Prema Michelle McLellan:

"Nezavisnost je ključna za rad ombudsmena. Nakladnici i urednici koji žele ombudsmena moraju biti spremni prihvatiti kritiku, vidjeti javno objavljene pritužbe i dopustiti ombudsmanu da on ili ona djeluju slobodno, bili suglasni ili ne s tim. Ukratko, nije dobro biti ombudsman u novinskoj organizaciji čiji rukovoditelji, zapravo, samo žele lijepu vanjštinu." (McLellan, 1999)

Ugovor je jamstvo

Godine međunarodnog iskustva dokazale su da više neovisnosti uživaju oni ombudsmeni koji imaju ugovore ili neku pisanu obvezu sa svojom redakcijom. Svi ombudsmeni koji rade za *New York Times* (SAD), *Washington Post* (SAD), *Guardian* (UK) i *Sabah* (Turska), primjerice, imaju ugovore. Pisani ugovor nije samo jamstvo njihova statusa, već također i akt kojim poslodavac javno prihvaća, potvrđuje i poštuje ombudsmana. Pisani ugovor jasno određuje da ombudsman ne može biti izbačen iz redakcije, temeljem neke interne, usmene ili pisane, izjave.

Imaju li ugovor ili ne, ombudsmeni moraju djelovati posve slobodno, moraju imati moć odlučivanja o tome hoće li i kako će istražiti pritužbe, donijeti svoje zaključke, i uključiti publiku na način koji ona preferira. Većina ombudsmana objavljuje svoje nalaze tjedno, drugi svoja mišljenja objavljuju dvotjedno ili mjesečno, odnosno kada god to okolnosti zahtijevaju.

Samo ombudsman smije uređivati svoju kolumnu

Može se raspravljati o tome pripada li kolumna, koju piše ombudsman, čitateljima novina (ili neke druge tiskovine) kojima je namijenjena. Ono što oni pišu ne može se svrstati u eksternu reakciju, prigovore ili cenzuru. Očekuje se da će odražavati narav pritužbe čitatelja i sadržavati neovisan stav. Drugim riječima, ombudsmanova kolumna je "sveto tlo" darovano čitateljima, stalni dokaz posvećenosti redakcije načelima transparentnosti i odgovornosti. Iako većina ombudsmana reagira na temelju posve određenih žalbi čitatelja, neki preuzimaju pravo reagirati na pogreške i nesporazume koji se odnose na opći sadržaj.

Djelovanje ombudsmana u radiotelevizijskom novinarstvu također ovisi o raznim čimbenicima. Neki dijele svoje nalaze i viđenja javno, u televizijskim ili radijskim emisijama; drugi pak djeluju kao interni kritičari, izvještavajući o žalbama vertikalno i/ili horizontalno u njihovim organizacijama.

Unatoč razlikama u načinu i metodama između ombudsmana, ima nekih ključnih elemenata, poveznica: oni su angažirani kao samokritička djelatnost i posvećeni su primjeni točnog, uravnoteženog, korektnog i poštenog informiranja.

Uloga etičkih kodeksa

Kada proučava i ocjenjuje valjanost pritužbi ombudsman uvijek treba imati "bazu" koja je ili nacionalni etički kodeks ili, što je puno bolje, specifični kodeks o poštenom radu temeljenom na načelima novinske organizacije u kojoj djeluje. Takav pristup pomaže da javnost znade da postoje etička načela u toj novinskog organizaciji, i ujedno služi kao stalni podsjetnik novinarima i urednicima da će se nadzirati etika.

Ombudsman nema – i ne bi trebao imati – snagu sankcioniranja. Nemaju ovlasti da zaposle ili otpuste novinare ili urednike. Ombudsmanov izvještaj trebao bi se smatrati samo sugestijom, jer on može samo predstaviti problem i ponuditi moguće rješenje. Konačnu odluku kako riješiti pritužbu treba prepustiti upravi novinske organizacije.

Ombudsman je uključen u reakcije na objavljeno i evaluaciju konačnog novinskog proizvoda, ali ne može se angažirati u preventivnom nadzoru. Stoga, brojni ombudsmeni izbjegavaju sudjelovati na redakcijskim sastancima. Ali, opet, pristupi ombudsmana su različiti: neki sudjeluju u redakcijskom planiranju, a drugi na dnevnim analizama, recimo, naslovnice, jer žele biti sposobni objasniti javnosti razmišljanje novinara u odabiru i oblikovanju njihovih članaka.

Gotovo nijedan ombudsman ne očekuje da radi s komentarima, osvrtima ili uvodnicima. Kako Art Nauman objašnjava "Svaki uređivački stav nije fer, već je neuravnotežen i netočan – prema nečijem mišljenju... U vijestima se očekuje točnost i uravnoteženost, i tamo je ona apsolutno potrebna" (1994). Dodajmo da ombudsman, ne samo što se ne bavi kolumnama ili uvodnicima, već se uglavnom ne očekuje da se bavi stavovima novinara izrečenim u komentarima, koji su obično subjektivni, jednostrani i odražavaju osobni, pristrani stav. Od ombudsmana se ne očekuje da se bavi tekstovima koji sadržavaju mišljenje, jer takve pritužbe obično samo odražavaju činjenicu da onaj koji prigovara ima drukčiji stav.

Javnost ne treba ohrabrivati u uvjerenju da ombudsman može djelovati kao cenzor nečijih misli. Slično, javnost ne treba ohrabrivati da očekuje kako će ombudsman odrediti što je "pravo novinarstvo u pitanjima od apsolutnog javnog interesa", kako je to Nauman ukazao (1994). Pa ipak, postoje područja u tekstovima koja objavljuju stavove i mišljenja

novinara, gdje se neki ombudsmeni osjećaju ovlaštenima da djeluju: u takvim tekstovima, oni ispravljaju činjenične ili jezične pogreške. Ombudsmeni se upliću i u tekstove koji objavljuju stavove i mišljenja kada je riječ o plagijatu ili namjernoj manipulaciji činjenicama, primjerice ako se statistika koristi u tekstu tako da nedvojbeno navodi javnost na iskrivljeno mišljenje.

Kako ombudsman komunicira

Ombudsman različito komunicira s čitateljima, slušateljima i gledateljima. U doba interneta elektronska pisma su dominantan kanal komuniciranja. Pa ipak, telefon i faks su još uvijek vrlo popularni, dok je staro poštansko pismo izgubilo na vrijednosti.

Ombudsmeni mogu biti veoma zaposleni, čak i preopterećeni, što ovisi o nakladi novina ili magazina, broju slušatelja ili gledatelja. Dnevna rutina novinarskog ombudsmana uključuje odgovaranje na individualne pritužbe ili pitanja, ovisno o legitimnosti onog što ljudi kažu ili pitaju. Brzo rastući broj online čitatelja samo povećava taj pritisak na ombudsmana. Zbog toga većina ombudsmana u vodećim medijima radi s barem jednim pomoćnikom.

Istok i Zapad

Brojne su razlike između dnevne rutine ombudsmana na Zapadu i na Istoku. Svi ombudsmeni iz zapadnih zemalja, bez obzira jesu li redakcijsko osoblje ili ne, rade kao samostalni um i glas. Legendarni ombudsman *Washington Posta* iz 1980, Joann Byrd, jednom je objasnila da je njezin uobičajeni radni dan započinjao čitanjem novina, za što je trebala pet radnih sati, a devet sati, kada je čitala nedjeljno izdanje. Osobno je razgovarala sa svim urednicima ili novinarima, ili je pripremala bilješke ili bi izrezivala dijelove novina koje je trebalo poslati osobama kojih se to ticalo. Skupljala je također primjere pogrešaka ili problematičnih pitanja, pripremajući ih za pismo koje je periodično slala svima u redakciji. Kolumnu za nedjeljno izdanje pisala je u slučaju kada je procijenila javni interes, ili je pak dobila osobitu reakciju.

Bitno je i to, da je naglasila neovisnost kao najvažniju činjenicu za dobivanje povjerenja čitatelja. Istaknula je da "ombudsman može

doprinijeti novinskom istraživanju onako kao što može urednik pridonijeti novinskom članku: novi pogled koji može osvijetliti ono što osoba koja je upletena u posao ne može vidjeti (Byrd, 1994.) Ona objašnjava da nije bila stalna zaposlenica *Washington Posta*, ali je imala ugovor s redakcijom kao neovisni zastupnik na rok od dvije godine, što se moglo obnoviti samo jednom, i to za isto vremensko razdoblje, isključujući mogućnost da se ikada više može zaposliti u tim novinama. Ova klauzula osigurava da ombusmani ne budu motivirani za dugotrajni ili stalni radni odnos. Istaknula je, također, da je najodgovornije osobe na najvišim pozicijama *Washington Posta*, nikada nisu gnjavile komentarima, preporukama ili mišljenjima u vezi njezina posla i da je ona jedino dobivala pozitivnu ili negativnu reakciju od srednjeg sloja redakcije.

Njenu internu kritiku nije vidio nitko prije negoli je bila dostupna cijeloj redakciji, osim redaktora, koji je čitao tekst prije objavljivanja u nedjeljnom izdanju, ali je smio samo ispraviti gramatičke i pravopisne pogreške. Također, nije mogla biti otpuštena zbog svog pisanja. Byrd objašnjava da je imala samo moralni autoritet te da nije vidjela sadržaj novina prije nego su izašle iz tiskare. Iako je prisustvovala sastancima uređivačkog kolegija kada se uređivala naslovnica, nikada nije rekla ništa dok nije vidjela gotove novine koje dobila u isto vrijeme kada i svi ostali pretplatnici. (Byrd, 1994)

Model 'kolektivnog ombudsmana' u *Yomiuri Shimbun*

Iskustva novinarskog ombudsmana u Japanu razlikuje se od stila "individualnog ombudsmana" na Zapadu. Japanski stil novinarskog ombudsmana prikazat ćemo na primjeru novina *Yomiuri Shimbun*, gdje je za ombudsmana postavljena grupa ljudi, a ne pojedinac.

Yomiuri Shimbun ima odbor ombudsmana koji broji između 23 i 28 članova. Svaki član odbora odgovoran je za nadziranje i slušanje primjedbi čitatelja samo za određene dijelove novina (novine se tiskaju i dopunjuju novim izdanjima tokom cijelog dana).

Svakodnevno, u određeno vrijeme, članovi odbora se sastaju s odgovornim urednicima rubrika ili stranica lista. Svaki "pod – ombudsman" čita samo pritužbe i nalaze, dok urednici bilježe korekcije i modifikacije

koje treba napraviti. Iako je to čisti primjer jedne specifične kulture novinarstva u Japanu, ovaj model ombudsmana ovisan je o financijskom uspjehu novina, koji omogućuje takav grupni pristup.

'CYBEROMBUDSMEN': KAKO UČINITI ONLINE NOVINARSTVO ODGOVORNIM?

Nedvojbeno, internet ima značajan utjecaj na novinarstvo u cijelom svijetu. Internet nije samo bio upaljač eksplozije brojnih novih novinskih izdanja, neovisnih web stranica i blogova, već je cijelom svijetu omogućio slobodni protok informacija. Dodajmo tome i činjenicu da internet dozvoljava javnosti da se više uključi u proces informiranja što je promijenilo praksu i sadržaj novinarstva.

Internet i eksplozija *online* stranica koje objavljuju vijesti postavili su enormne izazove konvencionalnom shvaćanju i etici novinarstva. Obzirom da internet slabi uredničku kontrolu nad sadržajem potreba za samoregulacijom u virtualnom području postala je važnija i urgentnija nego ikada. Novinski proizvodi moraju se baviti provjeravanjem ogromnog broja informacija koje su nam dostupne zahvaljujući internetu, i to uvećanom brzinom.

Izazovi s kojima se suočavaju novinske kuće koje djeluju na najraširenijim jezicima (engleski, španjolski, arapski, francuski, itd.) su očiti: njihova publika nije više vezana geografskim granicama. I dok internet mijenja industriju vijesti postavljaju se važna pitanja o tradicionalnim vrijednostima i etici novinarstva (kao što su točnosti, poštenje i uravnoteženost). Na primjer, može li novinska organizacija čije je financiranje upitno, ipak zadržati demokratske vrijednosti i načela? Koja je vrijednost klasičnih medija kada internet privlači veću pažnju i prihode? I, kako može medijska tvrtka zadržati povjerenje svojih čitatelja, slušatelja i gledatelja? Nema jednostavnih odgovora na ova pitanja.

Jeffrey Dvorkin, generalni sekretar ONO i bivši ombudsman za američki National Public Radio (NPR) vidi da se potreba za ombudsmanima znatno povećava u doba interneta. On nalazi da korisnici traže informacije na novi način i na novim mjestima kao što je internet. Doima se da uloga tradicionalnih medija postaje

sve više i više defanzivna. U ovom kontekstu suočavamo se s kritikom – poglavito blogera – koji tvrde da je ovaj tip klasičnog novinarstva zastario.

Dvorkin tvrdi da se ove optužbe mogu održati uzmemo li u obzir da se zbog smanjenja naklada, mediji uglavnom bave slavnim osobama i crnim kronikama. Zatim, oni se fokusiraju na popularizaciju svojih web stranica u želji da privuku mlađu publiku, zanemarujući istraživačko novinarstvo i ostale, skuplje, vrste novinarstva, te otpuštaju iskusno osoblje (uključujući reportere, urednike i ombudsmane. (Dvorkin, 2010)

Osvrćući se na egzistencijalnu krizu kroz koju prolazi novinarstvo Dvorkin postavlja pitanja je li moguće da novinarstvo preživi bez novinara i hoće li se novinski proizvodi radije osloniti na *online* kritičizam nego li na ombudsmane. Njegov odgovor jest da je uloga ombudsmana danas važnija nego ikad, jer iako je internet važan kanal kojima javnost izražava svoju zabrinutost, ombudsman je bolje pripremljen za utvrđivanje odgovornosti medija i unapređenja transparentnosti, od online kritike. Dijeljenje znanja, u ovom kontekstu, samo će biti pozitivno za korisnike medija, povećavajući povjerenje i razvidnosti informacije, gdje god to tražili. (Dvorkin, 2010)

Ombudsman ima prednost u povezivanju potreba publika za odgovornošću s razumijevanjem medijskih kuća da moraju, u ovim vremenima, poboljšati svoj rad, objašnjava Dvorkin.

Kako bi bili predvodnici ovog povezivanja ombudsmani se trebaju otvoriti još više prema *online* kritičarima i zastupati potrebu da i blogeri moraju poštovati etiku. On sugerira da su etički kodeksi, koje možemo naći na www.cyberjournalist.net, primjenljivi u velikoj mjeri. Kao što su etički vodiči ostavština za druge medije, tako ova web stranica promiče, među ostalim kritičkim aspektima, blogersko poštenje, čestitost, točnost i minimiziranje štete prema drugima.

Dvorkin koristi termin “cyberombudsman” kako bi označio novi tip profesionalca kojeg nova era poziva, netko tko treba biti opremljen novim skupom vještina. Za razliku od “usamljene, iskusne i kadšto

izolirane osobe u redakciji” cyberombudsman će biti više proaktivan, s više znanja o cyber diskusijama relevantnim za novinarstvo, i bit će sposoban pretraživati internet, algoritme i, primjerice uspostavljati veze s blogerima. Cyberombudsman će premostiti prostor između tradicionalnih medija, tradicionalnih korisnika i cyber kritike. Medijske organizacije i ombudsmeni trebaju revidirati svoju buduću ulogu, veze između njih i veze s njihovom publikom. To će ujedno biti i poziv za uključenje većeg broja novinara, pogotovo mladih, koji imaju nove kapacitete i perspektive.

Dvorkin uspoređuje novu ulogu ombudsmana u digitalnom dobu s “trodimenzionalnim šahom”:

Kada se obavi korektno, to je zahtjevna zadaća koja često iziskuje sedmodnevnu pozornost tijekom tjedna. Ali, postoji ustrajna pasivnost prema toj zadaći. Ombudsmeni obično čekaju publiku da utvrdi područje svoje zabrinutosti, i tek tada odgovaraju. Ali, taj ležerni pristup završio je nestrpljenjem javnosti za promjenama. Sadržaj se premjestio na web, pa to moraju i ombudsmeni. Zamislite biti ombudsmanom u cyber prostoru bez granica, vremenskih rokova i ograničenja. Korisna analogija može biti igra trodimenzionalnog šaha gdje igrači ne mogu uvijek predvidjeti odakle će doći sljedeći napad. (Dvorkin, 2010)

PRAKSA GUARDIANA: GLOBALNI MODEL?

Najbolji primjer novinarskog ombudsmana nedvojbeno je u vodećim svjetskim novinama: *Washington Post*, *New York Times* i *Guardian*. *Washington Post* i *New York Times* tradicionalno regrutiraju ombudsmana izvan redakcije kao jamstvo njegove potpune neovisnosti. *Guardian*, s druge strane, dao je ombudsmanu ista prava, ali ih je do sada angažirao samo iz svoje sredine.

Teško je reći koje je bolje rješenje: vanjsko ili domaće rješenje, jer ima profesionalaca na obje strane. Oni koji favoriziraju ombudsmane koji nisu iz redakcije kažu da to ima veliki utjecaj na novine, ako ih ocjenjuje netko tko je nepristran i nije srastao sa sredinom. Branitelji *insajdera* tvrde da poznavanje sredine i povezanost s osobljem može biti korisno u donošenju neovisnih ocjena.

Kakogod bilo, u smislu predanosti, strukture i rezultata uloga ombudsmana koja se prakticira u *Guardianu* izuzetna je iz nekoliko razloga. Prvi proizlazi iz prirode vlasništva londonskih novina (vlasništvo su Scott Trust-a, tako da nisu isključivo profitno orijentirani). Drugo, predanost urednika *Guardiana* prema funkciji ombudsmana dosada je bila besprijekorna. Treće, uloga ombudsmana bila je pažljivo definirana, dozvoljavajući mu da djeluje neovisno, ali i transparentno s višeslojnom odgovornošću.

Ian Mayes, prvi urednik čitatelja (titula koju su novine dale ombudsmanu) u *Guardianu*, radio je između studenoga 1997. i travnja 2007. Objašnjavajući svoju ulogu u novinama, istaknuo je da je većina primjedbi (uključujući one koje nisu objavljene u njegovoj rubrici ispravaka) bila dostupna novinarima koji su radili u *Guardianu*. Mogli su ih vidjeti u rubrici "čitatelj" gdje su stizali e-mailovi koje je primao (to je bio uobičajeni način kako su ga čitatelji kontaktirali. Istaknuo je da je mehanizam bio tako razvijen radi osiguranja otvorenost. Dozvoljavao je pristup ostalim medijskim profesionalcima i pripadnicima akademske zajednice čak i izvan Velike Britanije, omogućujući im da ispituju razne pritužbe koje je primao, kao i one koje su bile odbačene ili neriješene. Virtualno, sve primjedbe koje je primao bile su poslane novinarima na koje su se odnosile primjedbe (Mayes, 2000).

Mayes ističe kako je uživao punu neovisnost kao urednik čitatelja. Urednici novina nisu ga mogli otpustiti, niti se umiješati u sadržaj njegovih dviju rubrika koje je pisao (rubrika ispravaka i kolumna "Otvorena vrata"). Također, u njegov se posao nije mogao umiješati nitko iz redakcije. Kao urednik čitatelja, nije imao nikakvu ulogu u proizvodnji novina ili raspodjeli novinarskih zadataka. Ovakav aranžman, kako kaže Mayes, učinio je podnošljivim položaj koja bi inače brzo postala neodrživ između *Guardianovih* novinara i njihovih, više od milijun, čitatelja i njegovih (oko 40 milijuna) korisnika online izdanja, danas bi mogli dodati. (Mayes, 2000)

Nikad ga nisu tražili da brani novinu, a u slučajevima kada nije mogao naći rješenje smatrao je da treba uplesti druge aktere, te da treba promijeniti način rješavanja (uključujući onog koji se žalio i novinara na kojeg se žalba odnosila). Žalbu bi uputili *Guardianovom* eksternom ombudsmanu kojem je također jamčena neovisnost (posebice ako je

postojalo nezadovoljstvo načinom kako je urednik čitatelja rješavao slučaj). Druga mogućnost bilo je podnošenje pritužbe Press Complaints Commission (PCC), a treća je bila sudska parnica. Urednik čitatelja više nije imao nikakvu ulogu čim je žalba prezentirana PCC-u ili kada je pokrenut sudski postupak. (Mayes, 2000)

Imajući na umu da je Guardian pridonio etičkom kodeksu PCC-a, te da očekuje od svojih novinara više nego što traži PCC, Mayes tvrdi sljedeće:

“Primjenjujući kodeks, *Guardian* zahtijeva da se pravila beskompromisno motre, i da to ne rade samo njihovi članovi redakcije, već svi koji sudjeluju u stvaranju novine. To vrijedi za novine, web stranicu ili bilo koji drugi oblik publikacija za koje je *Guardian* odgovoran. Gledajući odredbe kodeksa na šire, *Guardian* nastoji razvijati obazrivost spram interesa svojih suradnika. Urgentno je pomoći *freelancerima*, bilo nekim etičkim uputama, bilo prijateljskim pismom i ohrabrenjem da se učini što korisno za njih.” (Mayes, 2000)

POLAZIŠTE: ORGANIZACIJA NOVINARSKOG OMBUDSMANA (ONO)

ONO je neprofitna korporacija s međunarodnim članstvom aktivnih i pridruženih članova, osnovana 1980. Održava kontakte s novinarskim ombudsmanima diljem svijeta i organizira godišnje konferencije u gradu nekog od članova i na kojima se raspravlja nova praksa te niz tema i pitanja u vezi s radom ombudsmana.

Deklarirana svrha djelovanja uključuje pomoć novinarskim profesionalcima u dostizanju i održavanju visokih etičkih standarda u njihovom radu, koja jačaju njihov kredibilitet među publikom te formuliranje i usavršavanje uputa za novinarske ombudsmane i zastupnike čitatelja. Osim toga, nastoji se proširiti uspostavljanje položaja ombudsmana u medijskim kućama i omogućavanje razmjene e-informacija, iskustava i ideja. Konačno, ONO traži povezivanje s nakladnicima, urednicima, vijećima za medije i drugim profesionalnim organizacijama, te je voljno objašnjavati posebnim grupama dionika svoje djelovanje te odgovarati na pitanja iz medija. (ONO, 2010a)

Misija ONO potvrđena je 2005. godine jednoglasnom odlukom koja glasi:

Novinarski ombudsman posvećen je zaštiti i povećanju kvalitete novinarstva i to ohrabrivanjem poštovanog i istinitog diskursa o novinarskoj praksi i svrsi.

1. Osnovna zadaća novinarskog ombudsmana jest promicanje transparentnosti u njegovoj/njenoj novinskoj organizaciji.
2. Ombudsman štiti slobodu tiska i promiče odgovorno, visoko-kvalitetno novinarstvo.
3. Ombudsman u jednom dijelu svojih obveza prima i istražuje pritužbe o novinskim izvještajima koje šalju ljudi iz publike.
4. Ombudsman preporuča najprimjereniji način razrješavanja pitanje potaknutih u pritužbama.
5. Ombudsman je neovisan zaposlenik koji djeluje u najboljem interesu konzumenata medija.
6. Ombudsman nastoji ostati posve neutralan i pošten.
7. Ombudsman se uzdržava od angažiranja u bilo kojoj aktivnosti koja može izazvati sukob interesa.
8. Ombudsman objašnjava javnosti ulogu i obveze novinarstva.
9. Ombudsman djeluje kao medijator između očekivanja javnosti i odgovornosti novinara. (ONO, 2010b)

Internet adresa ONO jest www.newsombudsmen.org

IZVORI

- Byrd, J.** 1994. The ombudsman as internal critic. Presentation at the symposium 'Press Regulation: How far has it come?', Seoul, Korea, June 1994.
- Dvorkin, J.** 2010. Cyberombudsmen: the evolution of media accountability. January.
- JaCoby, A.** nd. The newspaper ombudsman: a personal memoir of the early days. www.newsombudsmen.org/jacoby.html (20. 12. 2010)
- Mayes, I.** 2000. Why I am here. *Guardian*, 4 November: www.guardian.co.uk/books/2000/nov/books/guardianreview7?INTCMP=SRCH (20. 12. 2010)
- McLellan, M.** 1999. Quality and self-control in the media. Speech to the Association of Turkish Journalists, Istanbul, September 1999.
- Mendes, J. F.** 1999. Ombudsman: self criticism in the newspapers. M.A. thesis, Federal University of Rio de Janeiro, Brazil.
- Miezawa, T.** 1999. The controversy over the origins and functions of ombudsmanship. Keizai University, Tokyo.
- Nauman, A.** 1994. News ombudsmanship: its history and rationale. Presentation at the symposium 'Press Regulation: How far has it come?', Seoul, Korea, June 1994.
- ONO.** 2010a. What are ONO's purposes? <http://newsombudsmen.org/about> (24. 11. 2010)
- ONO.** 2010b. Mission statement. <http://www.newsombudsmen.org/mission.html> (24. 11. 2010)
- Pritchard, S.** 2009a. Address to the convention of World Editors' Forum, Hyderabad, India, November 2009.
- Pritchard, S.** 2009b. The challenges for ombudsmen. Address to the national roundtable on media self-regulation, Istanbul, 21 September 2009.

TURSKO ISKUSTVO: OMBUDSMAN U NEPRIJATELJSKOM OKRUŽENJU

4

Yavuz Baydar

UVOD

Koncept novinarskog ombudsmana u tiskovinama uveden je u Turskoj u proljeće 1999. Bio sam to ja, autor ovog teksta, kojem se, u proljeće 1998., obratio urednik dnevnika *Milliyet* zbog uvođenja ombudsmana. Urednik, Umur Talu, upravo je bio ponovno postavljen na svoj položaj, nakon nekoliko godina odsustva. On je napisao nacionalni etički kodeks za Tursko novinarsko društvo (TGC), a svoja iskustva dijelio je sa mnom kao i većim brojem drugih kolega. Bio je duboko zabrinut i raspravljao je o koracima koje valja poduzeti da se obnovi povjerenje javnosti u novine. U to je vrijeme, povjerenje u novine palo je na niske grane, uglavnom zbog raširene korupcije u turskim medijima i loše prakse korištenja medija u političke, vojne i birokratske svrhe.

Prva kolumna ombudsmana objavljena je na cijeloj stranici 22. ožujka 1999. Prethodio joj je dugotrajni posao na razvijanju operativnih metoda. Opširno sam studirao različite oblike međunarodne prakse i proveo neko vrijeme predstavljajući ideju urednicima i reporterima u želji da ih zagrijem za ideju novinarskog ombudsmana.

Trebalo je neko vrijeme da redakcijsko osoblje *Milliyeta* prihvati činjenicu da su “izloženi” svojim čitateljima, te da se zahtijeva da budu odgovorni i transparentni. Pružili smo im objašnjenja o važnosti uloge ombudsmana. Ti pokušaji ne bi bili uspješni da urednik nije otvoreno i rigorozno obznanio svoju podršku ulozi ombudsmana. Dakle, temeljna lekcija o zadaći ombudsmana bilo gdje u svijetu glasi: nema djelotvornosti i cjelovitosti bez čvrste potpore menadžmenta.

U prvoj godini, ombudsmanova kolumna nastavila se objavljivati na cijeloj stranici, često uključujući intervjuje ili članke ombudsmana iz raznih dijelova svijeta. Ovi intervjui i članci objašnjavali su čitaocima *Milliyeta* ulogu ombudsmana.

Tjedne kolumne objavljivane su ponedjeljkom više od pet godina i zastupnik čitalaca *Milliyeta* pokrio je različita brojna pitanja. Kolumna je temeljena na pitanjima proizašlim iz prosječno 500 žalbi koje je tjedno primao od čitatelja. Žalbe su se odnosile na razne stvari, od jednostavnih činjeničnih pogrešaka i slučajeva pristranosti, do oglasa na naslovnoj stranici itd.

SUDAR AUTOMOBILA

Iako su ulogu ombudsmana analitičari turske medijske scene ocijenili uspješnom, ona je završila sukobom u ljeto 2004. U lipnju je novinska priča, objavljena u kolumni koju je napisao šef dopisništva *Milliyeta* iz Ankare, izazvala valove žalbi i opovrgavanja. Radilo se o tajnom sastanku "stručnjaka" u Ministarstvu vanjskih poslova SAD-a.

Priča je bila mješavina tvrdnji temeljenih na jednom anonimnom izvoru i komentaru kolumnista koji je tvrdio da citira razne ljude koji su navodno sudjelovali na sastanku. Priča je bila eksplozivna, jer se radilo se o Kurdima u sjevernom Iraku, čija milicija je možda mogla preuzeti grad Kirkuk. Gotovo svi ljudi spomenuti u članku demantirali su da su ikada sudjelovali na takvom sastanku, a neki su podnijeli čvrste dokaze o tome: "Činjenice" u priči nikada nisu bile dvostruko provjerene, niti je to uradila dopisnica novina iz Washingtona (ona je također opovrgla postojanje takvog sastanka). Nadalje, na neuobičajen način je Američko veleposlanstvo u Ankari izdalo dva uzastopna demantija priče, ali ih je *Milliyet* odbio tiskati.

Autorteksta, šef dopisništva u Ankari, odbio je surađivati s ombudsmanom na pisanju ispravka i odgovarajuće isprike. Nije odgovorio na postavljena pitanja, i odbio je odati ime svojeg povjerljivog anonimnog izvora. Izvor, bijesan i uplašen da će se njegov identitet otkriti u javnosti, odgovorio je na neka pitanja ombudsmana, i zakleo se da je govorio istinu. Tvrdio je da je dobio informacije o sastanku od nekih generala iz glavnog štaba armije, ali ipak nije mogao dokazati da se takav sastanak ikad dogodio.

Ombudsmanu je bilo jasno vidljivo da su "činjenice" izmišljene. Jasno je osjećao da je *Milliyet* bio iskorišten kao oruđe za dezinformiranje i manipuliranje javnosti. Izgledalo je da su upleteni generali željeli spriječiti civilnu vlast da u to vrijeme poboljša svoje odnose s vođama iračkih Kurda.

Tri dana prije roka za predaju ombudsmanove kolumne u tisak zaprijetio je šef dopisništva u Ankari da će dati ostavku ako se u ombudsmanovoj

kolumni bude pisalo o tom skandalu. Neki iskusni urednici i kolumnisti su pak otvoreno izjavili da je njihovo uvjerenje da je to jedini način da se raščisti skandal u novinama objavljivanjem ombudsmanove istrage i snažna samokritika novina.

Prijetnja ostavkom šefa dopisništva dovela je krizu do vrhunca. Dva dana prije nego je ombudsmanova kolumna trebala ići u tisak dobio je naredbu od vlasnika da ništa ne piše o tom slučaju. Ombudsman je to odbio, rekavši da je to miješanje u njegov posao, te da on radi upravo ono za što je plaćen. Inzistirao je da kritički intoniran tekst bude objavljen.

Na kraju, je menadžment odlučio da će kolumna biti objavljena. Ali, nakon tri tjedna napetih odnosa ombudsmanu je rečeno da je isteklo njegovo vrijeme u novinama. Bio je prisiljen napustiti sve dužnosti i otići iz tvrtke. Vlasnik je čak odbio objaviti zadnju kolumnu kojom se htio oprostiti od čitatelja

BOLNA LEKCIJA

Dok je ombudsman bio zaposlen u Milliyetu menadžment nije bio voljan potpisati specifični ugovor kojem bi mu se osigurala puna neovisnost. To pitanje nikada nije bilo zaključeno. Kao rezultat toga, u doba krize, nije bilo neke referentne točke koja bi osigurala položaj ombudsmana.

Ombudsmana je, kratko vrijeme nakon incidenta, zaposlila konkurentska turska dnevna novina *Sabah*. Naučivši neke vrijedne lekcije za vrijeme incidenta u *Milliyetu* specificirao je dva uvjeta za zaposlenje. Prvo, specifični ugovor jamči neovisnost ombudsmana i pojašnjava da etički kodeks vrijedi za obje strane te da svojim potpisima to moraju potvrditi. Drugo, najava ombudsmanova položaja i imena u impresumu potvrđuje njegov status. Prvo daje ombudsmanu punu sigurnost na poslu, a drugo će jasno najaviti čitateljima da su novine odlučne svakodnevno raditi odgovorne i transparentne novine. Menadžment *Sabaha* suglasio se o poštovanju oba uvjeta.

Etički kodeks je objavljen na web stranici novina. Od studenoga 2004. kolumna *Sabahova* zastupnika čitatelja objavljuje se svakog ponedjeljka, bez uplitanja ili pokušaja cenzure sadržaja. Zastupnik čitatelja ne su-

djeluje u redakcijskim sastancima, u želji da izbjegne pitanja o svojim stavovima. Povremeno, ipak, sudjeluje na sastancima, kada se raspravlja prijelom naslovnice, ili kada se prelamaju vrlo komplicirane novinske priče. Ombudsman sudjeluje na tim sastancima u želji da bude sposoban objasniti čitateljima razloge zbog kojih su donesene neke odluke o novinskim pričama.

Trenutačno, tri novinske kuće u Turskoj imaju aktivne ombudsmane: *Sabah*, *Star* i *Milliyet*. *Hürriyet* je ukinuo položaj ombudsmana prošle godine, i to zbog nerazumijevanja između urednika i njegova ombudsmana. Desetogodišnje iskustvo iz rada ombudsmana u Turskoj pomoglo je jačanju argumenata u prilog uvođenja individualnih ombudsmana kao učinkovitog oblika samoregulacije, a ne vijeća za medije.

U nastajućim ili tranzicijskim demokracijama, mediji, općenito, imaju tendenciju podijeljenosti, polariziranosti i ideologiziranosti, daleko više nego što je to slučaj u razvijenim demokracijama. Sve je teže graditi jedinstvo na pitanjima kao što je prijeporno novinarstvo. U demokracijama koje nastaju, pokušaji da se izgradi konsenzus oko bitnih pitanja, predstavljaju veliki izazov.

U mnogim slučajevima postalo je jasno da će se teško održati predanost eksternim oblicima samoregulacije. U turbulentnom medijskom okruženju lakše je za svaki novinski proizvod primijeniti interni oblik samoregulacije.

JAVNI RADIOTELEVIZIJSKI SERVIS I OMBUDSMAN

5

Jacob Mollerup

OSNOVE SU ISTE

Tijekom 1990-tih i 2000-tih više od dvadeset javnih radiotelevizija iz cijelog svijeta odlučilo je zaposliti svog vlastitog ombudsmana. Modeli su različiti. Ombudsmani imaju različite radne uvjete. Problemi i glavna pitanja s kojima se susreću također se jako razlikuju. Ali, većinom, glavna ideja je ipak jednaka onoj koja vrijedi i za novine, koje su također uvele ombudsmana, zastupnika čitatelja ili sličnu funkciju. Bez obzira na tip medija, koncept neovisnog redakcijskog ombudsmana ima sličnu svrhu.

U osnovi, sve se vrti oko samoregulacije i odgovornosti. Za radiotelevizijski javni servis od suštinske je važnosti da nađe metode koje će pomoći u rješavanju temeljnog problema: kako zadržati ulogu neovisnih i odgovornih medija.

Središnje je pitanje kako radiotelevizijski javni servis može braniti urednički integritet. Jedan važan dio odgovora jest u izgradnji mehanizama otvorenosti i transparentnosti. To je također pitanje kako pronaći putove da se postane organizacija koja pokazuje veću odgovornost prema publici – primjerice, uspostavljanjem sustava prihvaćanja pritužbi koji je stvarna alternativa samozadovoljstvu u defanzivnom razumijevanju odgovornosti uprava radiotelevizijskih javnih servisa. Nijedno rješenje nije savršeno. Ali, glavni izazov je priznati veliku odgovornost medija i istovremeno braniti neovisnost odgovornih medija i slobodu izražavanja.

Radi se o jednostavnim i učinkovitim načinima samoregulacije koja mogu pomoći promicanju slobodnih i odgovornih medija i koja će unaprijediti njihovu kvalitetu. I, radi se o razvijanju praktičnih metoda oblikovanja medija koji imaju otvorene odnose sa svojom publikom.

Ombudsmeni se uvode na sve više i više radijskih postaja i televizijskih kanala, kao i na velike *news* portale zato jer oni izazivaju veće povjerenje publike. Važno je shvatiti da se dobro poznati model ombudsmana u novinama ne može jednostavno preslikati na radiotelevizije. Postavke su različite. Publika je znatno više diverzificirana. Uključena su mnoga različita medijska polazišta. Recimo to ovako: to je znatno složenija operacija i mnogi praktični problem se moraju riješiti. Ali, potencijali su jednako veliki.

U ovom poglavlju istražiti ćemo sličnosti i razlike između tiskovnih i elektroničkih medija u području samoregulacije. Opisat ćemo posebne izazove s kojima se suočavaju radiotelevizijski javni servisi i istražiti ćemo različite modele koji su pokrenuti diljem svijeta.

JAVNI RADIOTELEVIZIJSKI SERVIS I SAMOREGULACIJA

Tradicija novinarskih ombudsmana još uvijek je najjača u novinama. U trećem poglavlju, Yavuz Baydar je objasnio da su model novinarskog ombudsmana kao nezavisne institucije, preuzele neke od najboljih novinskih redakcija u svijetu. U slučaju javne radiotelevizije, tradicija još ne postoji. Ali, situacija se mijenja: više od 20 javnih radiotelevizija iz cijelog svijeta uvele su dužnost novinarskog ombudsmana. Među njima su elektronički mediji iz Sjeverne Amerike, Latinske Amerike i Europe.

Okruženje u kojem djeluju razlikuje se od dobro poznatog modela u novinama u tri važna aspekta koje ćemo raspraviti u nastavku teksta.

Javne radiotelevizije i država: otežani odnosi

Dok je za novine normalno da su privatno vlasništvo – te da ih vlasnik u potpunosti kontrolira – upravljanje radiotelevizijskim javnim servisom strogo reguliraju vlade. Većina elektroničkih medija je u nekom obliku javnog vlasništva, i povijesno radiotelevizija je u mnogim dijelovima svijeta znatno više regulirana od novina.

Postaviti neovisnog ombudsmana način je da se pokaže želja o otvorenosti i odgovornosti. Istovremeno, to je način smanjenja potrebe

za vanjskom kontrolom – zato jer se radiotelevizije obvezuju da će odgovarati svom vlastitom i neovisnom kontroloru.

To je od posebne važnosti za radiotelevizijski javni servis. Često suče-ljavaju političare i vladu s vrlo čvrstim stavovima u praćenju osjetljivih pitanja. U demokratskim zemljama radiotelevizijski javni servis smatra se odgovornim i neovisnim medijem, koji zahtijeva najviše novinarske standarde. Upravo u odgovornosti su najveći dometi javnog servisa. Zbog toga kvalitetni javni servis proziva i ostale da budu odgovorni. Važno je naglasiti da se od medijskih organizacija zahtjeva da i one budu odgovorne. Ali, ako one to čine na temelju snažne državne regulacije ili izravne intervencije vlade, onda to neizbježno ugrožava novinarsku neovisnost i integritet.

Zato je važno primijeniti koncept samoregulacije u radiotelevizijskom javnom servisu. Koncept neovisnog, vlastitog ombudsmana – zajedno s ostalim oblicima samoregulacije i transparentnosti može biti važan doprinos odgovoru na ključno pitanje: kako regulirati slobodne medije? Kako osigurati odgovoran i osjetljiv javni servis, a da se ne uključuje stroga državna kontrola?

Gotovo po definiciji, radiotelevizijski javni servis u središtu je rasprava o političkom utjecaju i uređivačkoj nezavisnosti. To često stvara mnogo jače reakcije nego li je to slučaj s novinama. Pretplatnici također imaju jako izražene stavove u vezi s javnim servisom kojeg plaćaju – a brojni političari i vlade snažno se trude utjecati na uređivačku koncepciju javnog servisa. U tako teškom okruženju ključno je obraniti uređivačku neovisnost, ali istovremeno biti otvoren, transparentan i osjetljiv.

Važno je naglasiti da tradicija snažno varira, ovisno o kojem dijelu svijeta se radi. U nekim zemljama postojala su dugotrajna razdoblja potpune državne kontrole nad radijom i televizijom. Druge zemlje su, pak, uspostavile sustave relativne neovisnosti njihovih javnih servisa, uključujući različita samoregulacijska tijela.

Nije jednostavno kategorizirati javne servise prema tim različitim tipovima rukovođenja i regulacije. To je neprestana rasprava – i radiotelevizijske kuće, koje su dobile relativnu uređivačku neovisnost, mogu opet vrlo lako kliznuti na stare, državne, jasje.

Elektronički mediji: brojni kanali i brojna publika

Današnja javna radiotelevizija često je vrlo složena organizacija. To su multimedijske organizacije: normalno je da javni servis u mnogim dijelovima svijeta ima više televizijskih kanala i/ili radio postaja. Često njihove web stranice uključuju razne oblike integriranog novinarskog izražavanja. Postalo je uobičajeno da proizvode sadržaje za mobilne telefone i/ili pametne telefone, da osiguravanju *podcasting* itd.

Široka raznolikost u programu i brojna diferencirana publika predstavljaju veliki izazov za regulatore te daju snažnu središnju ulogu samoregulaciji.

Primjerice, prisjećamo se kako je Joann Byrd iz *Washington Posta* opisala svoj dnevni raspored (vidi poglavlje 3 o novinarskim ombudsmanima autora Yavuz Baydara). Ona je smatrala prednošću što se dnevne novine normalno čitaju nekoliko sati. Jedna osoba je u stanju pročitati cijele novine. Istodobno novine pružaju polazište koje čitatelji mogu konzumirati svakog dana. U novinama se može odrediti jedno specifično mjesto na kojem će se svakodnevno objavljivati ispravci i obrazloženja, te jednom tjedno ili dvotjedno kolumna koja može postavljati važna pitanja i poticati razgovore – i praktično pokazati kakva je uloga ombudsmana ili zastupnika čitatelja.

Današnje publikacije na višestrukim platformama ubrzano postaju novi standard za medijske tvrtke, uključujući tradicionalne nakladnike novina. U mnogim modernim javnim servisima elektronički mediji imaju također višestruke platforme. Publika koristi veći broj različitih programskih kanala. Postoji velika razlika između publika raznih kanala, od programa do programa, i to u različita vremena tijekom dana. Postoji toliko mnoštvo kanala i različitih programa da je jednoj osobi naprosto nemoguće pratiti ih. Čini se da su i urednici vijesti izgubili kontrolu.

Za ombudsmana je znatno složenija operacija kada se mora nositi s nečim što je više od tradicionalnih, vrlo precizno definiranih proizvoda u novinama. Izazovno je učiniti ombudsmana vidljivim i efikasnim u novom, konvergiranom medijskom okruženju. A taj izazov je posebno veliki kada se radi o radiotelevizijskom javnom servisu. To zahtijeva brojna praktična rješenja, koja ćemo opisati.

Radio i televizija: poboljšanja nemaju tradiciju!

Postoje razni prokušani modeli priznavanja i ispravljanja pogrešaka. Ali radiotelevizijski javni servis u stvari nema neku tradiciju u ispravljanju i objašnjavanju pogrešaka. Novine – kako god uzmemo – su prihvatile kao standard da se pogreške što prije isprave. U kvalitetnim novinama nije neki problem da se objavi nekoliko redaka ispravka na jednom malom stupcu već sljedećeg dana. I nije kraj svijeta ako se omogući oštećenom da prikaže svoju verziju događaja na stranici stavova i mišljenja.

Ali, na televiziji i radiju pristup je često sasvim drugačiji. Mnogim televizijskim urednicima je veliki problem kako objaviti ispravak na *Nine O'Clock News* ili, kako god, se zove emisija vijesti.

Urednici često imaju sve vrste argumenata protiv ispravaka u radijskom ili televizijskom programu. Boje se da bi objavljivanje ispravka tokom programa moglo narušiti program. Boje se da bi mogli zbuniti gledatelje, koji možda nisu vidjeli emitiranu pogrešku, i pravdaju se da je jako teško staviti ispravak u kontekst složene priče. Često ovi i slični argumenti postaju opravdanje da bi se izbjeglo priznavanje počinjene pogreške.

Za ombudsmana u radiotelevizijskom javnom servisu nije jednostavna zadaća ispraviti važne pogreške, ali se svakodnevno trude i bore da to uspiju ostvariti. Oni tvrde da je u javnom servisu posebna obveza primjenjivati najbolje profesionalne standarde.

Različiti izazovi: zaključak

Model ombudsmana u kvalitetnim novinama izvor je brojnih poticaja za radiotelevizijski javni servis, ali se ipak ne može jednostavno preslikati. Taj model treba razviti tako da odgovori posebnim zahtjevima javnoga elektroničkih medija i javnog servisa.

ŠEST RAZLIČITIH ULOGA OMBUDSMANA

Radiotelevizijski javni servis u svijetu ima burnu povijest vlasništva, upravljanja, financiranja, zakonodavstva i regulacije. Samo u Europi postoje različiti modeli. Različiti oblici nastali na temelju raznih nacionalnih rasprava rezultirali su brojnim modelima funkcije ombudsmana.

U tim modelima ombudsmeni združuju – u raznim oblicima – nekih šest uloga koje ćemo objasniti. Tih šest uloga mogu se spajati na mnoštvo načina, a posao ombudsmana često uključuje veći broj tih uloga.

Pas čuvar koji laje

U ovoj ulozi ombudsman djeluje kao nezavisni, ali interni kritičar programa, a posebno vijesti koje proizvode elektronički mediji. Ombudsmana zapošljava upravni odbor ili rukovodeći ljudi. Nositelj posla ima pravo (i dužnost) da zauzme nezavisni položaj i javno kritizira kada je to opravdano. Publika mu se može obratiti i tražiti da intervenira u njihovu korist. Ovakva pozicija nema nikakve formalne moći.

Službeni šef pritužbi

Neovisni, interni ombudsman može raditi i kao svojevrsni šef pritužbi u suradnji sa službenim sustavom prigovora. Pritužbe najprije rješavaju odgovorni urednici ili menadžeri. Ako pritužba prelazi okvire uređivačkih ili etičkih standarda, onda se tužitelja obaviještava o njegovim pravima da se obrati ombudsmanu. Nakon što je istražio slučaj i upoznao se s njegovim razmjerima, ombudsman može predložiti glavnom uredniku rješenje. Ovakav postupak je dobro poznat u tradiciji rada ombudsmana. Sustav je temeljen na pretpostavci da će se ombudsmanovi prijedlozi poštovati, iako to nije ničim propisano niti je obvezno.

Voditelj – sve objavljuje u eteru

To je ombudsman, čije je polazište određeno radijskom ili televizijskom emisijom, često povezano s odgovorajućom web stranicom. Program vodi ombudsman, koji također moderira raspravu o aktualnim pitanjima koja brinu publiku. Ombudsman često u programu javno predstavlja pritužbe odgovornim urednicama, jer se želi uvjeriti da je kritika relevantna i upućena na pravo mjesto.

Medijator

Osnovno pitanje za ombudsmana jest objasniti publici što je medij, a medijima objasniti što publike žele. Usmjeren je na razgovor i kom-

promise. Ombudsman nije sudac koji odlučuje što je dobro, a što ne. Upravo suprotno, njegova glavna zadaća jest osigurati ozbiljnu i otvorenu raspravu o važnim pitanjima, s ciljem postignuća uzajamnog razumijevanja.

Komuniciranje i razgovor s predstavnicima slušatelja i/ili gledatelja

Fokusira se na dostupnu i osjetljivu osobu koja neprestano istražuje pritužbe i komentare publike. Suština je da se obraća pažnja na ono što brine publiku. To nisu uvijek pitanja etike u programu: mogu biti i praktični problem sa zvukom, tehnički problem s web stranicom, kritike zbog prestanka emitiranja neke popularne serije, nezadovoljstvo emitiranjem repriza u udarnim terminima, i tako dalje. Ombudsman se fokusira na objašnjavanje i komuniciranje o svim pitanjima koja su publici važna.

Ombudsman za interni kodeks

Ombudsman rješava pritužbe vezane uz poštovanje etičkog kodeksa i (možda) predstavlja organizaciju kod medijskih regulatora u slučaju da se oni upliću u rješavanje spritužbe. To obično nije uloga koja je poznata javnosti. Ideja je u tome da se jednoj osobi dade poseban položaj na rješavanju pritužbi i koja time unaprijeđuje kvalitetu i pokazuje da elektronički mediji brinu o pritužbama.

Jedan broj velikih televizijskih stanica ima svoje ljude koji brinu o uređivačkim standardima, ali takva osoba se ne smatra ombudsmanom. Brigu o uređivačkim standardima provode osobe koje imaju posebnu odgovornost u postupku uspostavljanja uređivačkih standarda, te su često uključeni u rješavanje ozbiljnih etičkih problema. Oni nemaju posebnu neovisnosti koja je ključna za ulogu ombudsmana.

Šest različitih uloga ombudsmana, nadalje, ilustrira promjene s kojima se suočava ombudsman u radiotelevizijskim javnim servisima. U novinama oni obično imaju manje uloga. Tamo je sustav obično jednostavniji: tipični novinarski ombudsman piše svoju tjednu ili dvotjednu kolumnu – lajući ili ne lajući. Neki ombudsmani uređuju dnevne rubrike s ispravcima i gotovo svaki od njih rješava pritužbe čitatelja i pokušava odlučivati o nesporazumima.

Uspoređujući s novinama, javna radiotelevizija je često veća organizacija s više birokracije i s više posebnih zahtjeva koji su uvjetovani zakonskim i vladinim uredbama. To je dovelo do veće raznolikosti u modelima i običajima koji su oblikovali ulogu ombudsmana i to često na vrlo služben način.

Ombudsmeni u radiotelevizijskim javnim servisima obično spajaju šest uloga koje smo ranije spomenuli. Njihov snaga obično leži na:

- ✓ njihovoj neovisnosti
- ✓ jasnom opisu radnog mjesta
- ✓ njihovoj vidljivosti
- ✓ ugledu koji zaslužuju svojim radom i 'glasnim lajanjem'.

DEVET STUDIJA SLUČAJEVA: JAVNA RADIOTELEVIZIJA S OMBUDSMANOM

Ombudsmeni u javnom servisu su grupa posve različitih osoba. Nema dva posve jednaka modela. Prikazat ćemo devet primjera ombudsmana.

ERR (Estonija)

Prvi ombudsman Estonske javne radiotelevizijske kompanije (ERR) bio je Tarmu Tammerk, kojeg je uprava imenovala 2007. godine. Njegovu ulogu odredio je Zakon o javnoj radioteleviziji. Ombudsman rješava pritužbe gledatelja i slušatelja, nadgleda uravnoteženost i nepristranost praćenja događaja. Ombudsman može samoinicijativno istraživati pitanja koja ga zanimaju. On može osposobljavati novinare u etičkim pitanjima. Većina žalbi ombudsmanu su zbog političke pristranosti u vijestima i unutrašnjoj politici i zbog stila intervjuiranja te snimaka nasilja. Da bi osigurao nezavisnost, ERR-ov ombudsman je odgovoran upravnom odboru, a ne neposrednim rukovoditeljima.

Tarmu Tammerk ima svoju radio emisiju u kojoj se obraća publici, razmatra njihove reakcije i vodi brigu o novinarskoj praksi. On se redovito obraća i televizijskoj publici na temu medijske etike, citiraju ga u nacionalnim dnevnim novinama, te dodatno vodi svoju kolumnu na web stranici ERR.

Web: <http://www.err.ee> Email: Tarmu.Tammerk@err.ee

France 3

Francuska televizija je osnovala posebnu, francusku verziju medijskog ombudsmana, koja se zove *le médiateur/la médiatrice*. Ovi medijatori imaju ključnu ulogu u razgovorima i raspravama koje se vode s publikom. Njih se imenuje na tri godine i imaju izravan kanal kojim kontaktiraju s predsjednikom Francuske televizije. Francuska televizija ima pet medijatora, jednog za sve javne servise, i po jednog za četiri televizijska kanala. Oni vode svoje emisije u kojima moderiraju raspravu između urednika i različitih dionika i osoba koje se žale na program. Oni, također, komuniciraju putem web stranica i kroz druge medije.

Marie-Laure Augry je *Médiatrice des rédactions* na stanici France 3.

<http://info.france3.fr/mediateur/>

Email: marie-laure.augry@france3.fr

Svi ostali medijatori su predstavljeni na:

<http://www.francetelevisions.fr/contact/mediateurs.php>

CBC (Kanada)

Kanadska radiotelevizijska korporacija (CBC) je pionirska, jer su 1992. imenovali prvog ombudsmana. Danas imaju dva ombudsmana, jednog za englesko, a drugog za francusko govorno područje. Oni djeluju usporedno.

Ombudsman u CBC je posve neovisan, odgovara izravno predsjedniku CBC-a i nema veze s programskim osobljem ili menadžmentom. Ombudsman djeluje kao autoritet kojem se žale oni koji su nezadovoljni zbog toga kako su na njihove žalbe reagirale odgovorne osobe iz CBC-a. Ombudsman određuje je li u procesu novinarskog rada ili emitiranju došlo do povrede novinarske politike ili standarda. Ombudsman obaviještava žalitelje i odgovorno redakcijsko osoblje o nalazima i objavljuje ih na svojoj web stranici. Ombudsman redovito upozorava novinare i menadžere na pitanja koja su izazvala javnu zabrinutost.

Ovaj kanadski model daje ombudsmanu snažnu ulogu, ali njegov rad nije jako vidljiv u javnosti.

Web: <http://www.radio-canada.ca/apropos/ombudsman>

Email: ombudsman@radio-canada.ca

Web: <http://www.cbc.ca/ombudsman/>

Email: ombudsman@cbc.ca

NPR (USA)

Nacionalni javni radio (NPR) bio je prva američka radiotelevizijska organizacija koja je 2000. uvela položaj ombudsmana. Ombudsman je predstavnik javnosti u NPR-u i omogućuje mu se da odgovora na značajne zahtjeve, komentare i kritike u pogledu programa. Publika šalje ombudsmanu žalbe vezane uz program NPR-a, a on ih prosljeđuje odgovornim menadžerima da odgovore na njih. Ako tužitelj smatra da je dobiveni odgovor nezadovoljavajući, onda je ombudsman ovlašten da pokrene istragu i ispita jesu li u tom slučaju primjenjeni novinarski standardi i praksa koju provodi NPR. O svom nalazu ombudsman informira poslovodstvo, a ako je slučaj važan i za široku javnost, ne samo za tužitelja, onda svoje nalaze javno objavljuje. Ured ombudsmana je posve neovisno tijelo u NPR-u i izravno je odgovoran predsjedniku i – putem predsjednika – Odboru direktora. Ombudsman koristi sva sredstava – programe, *online* izdanja i javnu raspravu – kako bi javnosti predstavio pitanja o kojima se raspravlja u NPR-u, da bi se zadržali najviši profesionalni standardi. Godišnji izvještaj se također javno objavljuje.

Web: <http://www.npr.org>

Email: ombudsman@npr.org

PBS (USA)

Javni radiotelevizijski servis (PBS) uveo je 2005. položaj ombudsmana i zaposlio Michaela Getlera na to radno mjesto. Ombudsman je dobio potpunu uređivačku neovisnot. Prije svega, on u svojoj kolumni “Ombudsmanova pošta” reagira i komentira pritužbe javnosti. Nema formalne ovlasti. Uloga ombudsmana u PBS-u jest da bude kanal odgovornosti preko kojeg gledatelji mogu dobiti neovisno mišljenje i procjenu, te vidjeti da se njihova mišljenja bilježe, raspravljaju, promišljaju i uzimaju u obzir. Urednici i producenti imaju pravo na iscrpan odgovor:

Web: www.pbs.org/ombudsman Email: ombudsman@pbs.org

RCN (Kolumbija)

Medijska scena u Latinskoj Americi zabilježila je dvanaestak novih ombudsmena postavljenih tokom 2000-tih. RCN kanal u Bogoti, u Kolumbiji, bila je jedna od prvih televizija koja je imenovala ombudsmena. RCN je privatni televizijski kanal, ali se ponaša kao javni servis. Consuelo Cepeda Cediell je ombudsman (defensor) od 2002., i voditeljica je programa koji se bavi aktualnim pitanjima koja se tiču gledatelja.

U ovom modelu ombudsman je vrlo vidljiv i obraća se izravno javnosti, ali formalno ne rješava žalbe.

Web: <http://www.canalrcnmsn.com/>

Email: defensor@canalrcn.com

DR (Danska)

Danska radiotelevizijska korporacija (DR) uvela je dužnost "urednika slušatelja i gledatelja" 2005. temeljem odluke Upravnog odbora. Urednik je dobio uvid u sve pritužbe, i omogućeno mu je da slobodno nadgleda i kritizira program.

Od 2007. Parlament je uveo obvezu da DR ima "urednika slušatelja i gledatelja", a prihvaćen je i zakon koji istovremeno zahtijeva od Upravnog odbora da zaposli takvog urednika. Ombudsman se redovito javlja u radijski program i prati što objavljuju novine. U opširnom dvogodišnjem izvještaju opisuje svoje nalaze i osvjetljava prijedloge.

Od 2005. godine, na čelu ovog ureda je Jacob Mollerup (autor ovog teksta). U godini 2010. izabran je za predsjednika Organizacije novinarskih ombudsmena (ONO).

Web: www.dr.dk/etik Email: jmol@dr.dk

SBS (Australija)

Special Broadcasting Service (SBS) u Australiji ima internog ombudsmena – osobu koja službeno rješava žalbe u slučaju kršenja internog etičkog kodeksa, predstavlja organizaciju pred medijskim regulatorima, i uključena je u širu raspravu o uređivačkim standardima.

Ombusman SBS-a istražuje sve službeno zaprimljene žalbe, izvještava izravno izvršnom direktoru i Odboru SBS-a, neovisan je u odnosu na sve programske odjele. Ombudsman SBS-a je odgovoran za osiguravanje odgovorajuće i poštene istrage, i određuje je li žalba održiva ili nije.

Ured ombudsmana odgovara na žalbe i rješava upite i pitanja o tome kako se odvija žalbeni postupak. U nekim slučajevima, na primjer, kada je žalitelj pokrenuo složena pitanja o kodeksu, čitav slučaj će se interno uputiti Žalbenom komitetu SBS-a (kojemu je član i ombudsman) na daljnje razmatranje.

Sadašnja ombudsmanica je Sally Begbie, potpredsjednica ONO.

Web: www.sbs.com.au Email: Sally.Begbie@sbs.com.au

RTV Slovenija

RTV Slovenija (Javna radiotelevizija Slovenije) postavila 2008. godine televizijsku najavljiivačicu Mišu Molk za prvog ombudsmana. Miša Molk se redovito pojavljuje u televizijskim emisijama gdje odgovara na pitanja publike i komentira aktualna pitanja radiotelevizije. Ona, osim toga, objavljuje i blog na: <http://www.rtv slo.si/blog/misamolck>.

Email: Misa.Molk@rtvslo.si

British Broadcasting Corporation (BBC) ovdje nije predstavljen, ali zbog njihova ugleda treba istaknuti da BBC ima svoj vlastiti, vrlo visoko rangiran sustav samoregulacije. Oni ne primjenjuju koncept ombudsmana, ali je osnovna zamisao za rješavanje žalbe i mogućnosti prigovora vrlo slična modelu ombudsmana. Sustav BBC-a objašnjen je sljedećoj adresi:

<http://www.bbc.co.uk/complaints/homepage/>

OMBUDSMAN – DIO PROCESA

Medijska slika u različitim dijelovima svijeta ima svoju vlastitu povijest i svoje vlastite probleme. Nema jedinstvene formule kojom će se otvoreni i odgovorni mediji ohrabriti i poticati da postignu visoku kvalitetu, povjerenje, jasne etičke standarde, različitost, snažan integritet itd.

Jedan od brojnih priloga

Ključna stvar jest unaprijediti kvalitetu medija u cjelini – što podrazumijeva obrazovanje, političku svijest, otvorenu raspravu, medijsku kritiku, poštovanje slobode i odgovornosti medija i slično. Ombudsman svakako ne rješava sve te probleme, ali imati ombudsmana može biti znak jednostavne i praktične obveze prema odgovornosti, otvorenosti i visokim standardima. Možda to može biti samo mali dio cjelovite slike, ali to je mehanizam kojeg je relativno jednostavno primijeniti ako oni koji odlučuju žele tako, pa to može pomoći unapređivanju svih ostalih relevantnih.

Startajući s teške pozicije?

Ali, što ako je medijska situacija zaista sumorna? Što ako je polazište - medijska scena s jakim elementima populizma i tabloidizacije, i s pregršt staromodne propagande na javnim servisima, s mnogim zaprekama za ostvarivanje uređivačkog integriteta, kao i s velikim problemima u ostvarivanju kvalitetnog programa? U takvom slučaju možda je nedjelotvoran i neprikladan lijek u obliku ombudsmana.

Koncept rezidentnog, neovisnog ombudsmana najbolje funkcionira u kontekstu relativno visoko kvalitetnih medija, gdje je postavljanje ombudsmana pokušaj kojim se podcrtava obveza organizacije na poštenje i visoke etičke standarde. Ali, čak i za javni servis u zloglasnim sredinama gdje postoji duga povijest niskih standarda, postavljanje ombudsmana može biti realni potez. Ako posloводство želi postići zaokret, postavljanje ombudsmana može biti jasan znak preuzimanja obveza za promjenom, kvalitetom i odgovornosti. Zapošljavanje iskusnog i vrlo poštovanog novinara na poslu koji izaziva javnu pozornost važan je korak naprijed za radiotelevizijski kanal.

Gledano iz te perspektive, ombudsman može biti ovan predvodnik koji će pokrenuti medije prema višim standardima, i ako se to učini na pravi način, to može biti i svojevrsna edukacija publike.

Prozori mogućnosti

Povijest nam kazuje brojne priče o imenovanju ombudsmana usred velikih medijskih skandala. Najpoznatiji primjer skandala je onaj -

Jaysona Blaira, koji je rezultirao zapošljavanjem zastupnika čitatelja u *New York Timesu*. Slične priče mogu se pričati i o radiotelevizijskim javnim servisima. Nakon otkrića velikih pogrešaka medijske organizacije moraju poslati javnosti jasan znak kako se obvezuju da će poštovati visoku kvalitetu i uvesti samoregulaciju. Zapošljavanje ombudsmana je upravo takav evidentan znak.

Stara je priča o krizi koja otvara vrata novim mogućnostima. Velika rasprava o medijskim skandalima može biti dobra prilika da se predstave prijedlozi, da se kod rukovodstva zastupa uvođenje relevantnih modela i slično.

IZ KUTIJE S ALATOM

Slijedi nekoliko primjera o pitanjima koja se često dovode u vezu s ombudsmanima i samoregulacijom. Komentari predstavljaju savjete i alat koji je dobro poslužio drugima.

Potreba za jakim ovlastima

Nalazi ombudsmana u razmatranim slučajevima mogu se naći pod udarom kritike sa svih strana. Zbog toga je važno da ombudsman ima jasne i čvrste ovlasti. Sastavni dio ovlasti mora biti nedvosmislen ugovor koji ombudsmanu osigurava integritet i onemogućuje da ga se izbací s posla dok mu je mandat u tijeku.

Učinimo to obveznim

Neke zemlje uvele su obvezu da javni radiotelevizijski servis mora zaposliti ombudsmana – i što je najvažnije – dobiti neovisnu ulogu. Dobra metoda samoregulacije jest – ovlastiti odbor javne radiotelevizije da zaposli ombudsmana.

Primijeniti prednosti međunarodne mreže

Ombudsman i promotori tog koncepta samoregulacije imaju lagani pristup kolegama u svijetu koji će im rado pomoći i poticati ih. ONO ima brojne članove iz radiotelevizijskih javnih servisa u cijelom svijetu

te međunarodne organizacije kao što je UNESCO i OSCE, koje pružaju pomoć. Organizacija javnog servisa u Europi (EBU) također može pomoći.

Biti vidljiv

Biti vidljiv prednost je ombudsmana. Publika mora znati za tu funkciju. Ona mora biti upoznata s tim kako kontaktirati radioteleviziju i ombudsmana, kad im to zatreba. Neki ombudsmani na radioteleviziji imaju svoje vlastite emisije ili se redovito javljaju u programu. Drugi pak komuniciraju s publikom prvenstveno koristeći elektronsku poštu i web stranice. Za njih bi bilo dobro da budu vidljivi u novinama i u raznim forumima gdje se raspravljaju ta pitanja. Ako je moguće, ombudsmani bi trebali sudjelovati u javnim raspravama, držati prigodna predavanja i slično.

Pokazati neovisnost

U mnogim slučajevima ombudsman se ne može osloniti na medijsko praćenje kada detaljno predstavlja svoj položaj. Zbog toga je važno da ombudsman uvijek pokazuje svoju neovisnu ulogu i to načinom kako komentira ili rješava slučajeve. Od suštinskog je značaja da svakim komentarom pokazuje svoju neovisnost.

Kada se treba izjasniti

Ako slučaj izaziva veliku pozornost javnosti, onda se ombudsmanu otvara prozor kroz koji će se javno izjasniti i objasniti svoje principijelne stavove. No, u nekim slučajevima ombudsman se mora suzdržati od komentiranja. Najprije, važno je usmjeriti se na najvažnije slučajeve. Drugo, važno je omogućiti upravi da iznese stavove postaje. Kada osjeća potrebu, ombudsman mora biti spreman suprotstaviti se zaključcima posloводства ili urednika, ali pravovremeno. To ne može biti napravljeno zbrda-zdola, niti prekasno, kada je već rasprava završila ili se prebacila na drugo područje. U svim slučajevima bitno je za ombudsmana da na vrijeme informira posloводство o razlozima svoje kritike.

Društvene mreže i njihov veliki potencijal

Brza primjena društvenih mreža donosi nam i nova iskušenja. Mnogi ombudsmeni vidjeli su kako ležerna rasprava o javnom servisu na webu može ružno završiti i izazvati vrlo negativne i vrlo glasne prigovore. Zbog toga su mnoge rasprave prekinute. Ali, uvijek ima primjera koji pokazuju kako je velik komunikacijski potencijal društvenih mreža, i to u širenju informacija, razvijanju odnosa, osluškivanja gomile i slično.

Rizik pretovarenosti

Posao ombudsmana je zanimljiv i često vrlo zahtjevan. Mnogi iz te struke iskusili su što znači kada se sandučići njihove elektronske pošte napune preko noći stotinama poruka. Javni servis može katkada izazvati burne danonoćne rasprave o nizu slučajeva, i na tisućama blogova. Često izgleda posve nemoguće nositi se sa svim tim reakcijama. Tako i jest! Ali nema mjesta gdje se može sakriti – i nema načina da se izbjegne otvorena i javna rasprava o svim pitanjima koja su zaista važna javnosti. Jedan ombudsman naravno ne može biti jedini koji kontaktira s više milijuna slušatelja, gledatelja i korisnika weba. Ali ombudsman može biti aktivan i vidljiv ambasador – i onaj kojem se publika obraća, ako vjeruje da su urednici i menadžeri pogriješili u važnim stvarima.

Sustav prihvaćanja prigovora

U mnogim novinama ombudsman može riješiti većinu ozbiljnih pritužbi. Ali, kada se ombudsman suočava s brojnom publikama i više tisuća komentara i žalbi koje stižu svakog mjeseca, posebno na televizijskim kanalima i radio postajama, relevantna je alternativa da se uspostavi sustav prihvaćanja prigovora. Na sve žalbe najprije odgovaraju urednici i razni odjeli medijskih kuća kojih se pritužbe tiču. Ako žalitelji nisu zadovoljni odgovorom, onda ih urednici obavještavaju kako se mogu potužiti ombudsmanu. Ombudsman istražuje te slučajeve i obavještava rukovodstvo o svojim nalazima, a oni donosi konačnu odluku.

Transparentnost funkcije

Ombudsman treba nastojati biti što je moguće više otvoren i transparentan u svojem radu. Jedini je to način da objavi sve svoje nalaze. Web stranica bi trebala biti jedan od sustavnih načina da se to učini. Sve spoznaje moraju biti javno objavljene na web stranici, a česti izvještaji mogu pokazati kako sustav djeluje i procijeniti sve teme koje su privukle veći broj žalitelja.

Procedura se mora uredno odvijati

Na javnoj televiziji vrte se brojni programi, često na više kanala i/ili na radijskim postajama, pa se stoga velik broj ljudi može uključiti u dijalog i poslati pritužbe. Otuda je važno imati jasna pravila i dati precizne upute menadžerima, urednicima i novinarima, o tome kako rješavati slučajeve i kako odgovoriti na pritužbe. Važno je da se sustav stalno nadgleda s ciljem uočavanja mogućih pogrešaka u rješavanju žalbi koje upućuju slušatelji i gledatelji. Ako se ova procedura ne odvija uredno, onda to može ugroziti položaj ombudsmana.

Ne izbjegavati tehnička pitanja

Ako je neko pitanje važno za slušatelje i gledatelje, onda je ono važno i za ombudsmana koji služi kao njihov veleposlanik. Neka od ovih pitanja tiču se tehničkih problema – mnoga koja se odnose na web usluge – i žalbe o tome da se izgovorene riječi dobro ne čuju. Važan dio posla jest i obraćanje pažnje na te probleme.

Koristiti kodeks

Mnogim je ombudsmanima etički kodeks od velike važnosti. Oni često uočavaju da su zaduženi da njihova radiotelevizijska kuća poštuje etički kodeks. Ako je kodeks nejasan ili neadekvatan, onda je posao ombudsmana da predloži nove standarde.

Promicati načela

Važno je da ombudsman promovira dobru provedbu procesa žalbi i potiče otvorenost. Jedan od načina da se to uradi jest izdržljivost u

promicanja konkretnih prijedloga za većom otvorenošću, jačim etičkim uputama, boljim načinima u osiguranju dijaloga, itd.

Ispravci, ispravci, ispravci!

Kao što sam ranije objasnio, javni servis nije baš često objavljivao ispravke i objašnjenja. Vrlo je važan dio ombudsmanove djelatnosti da to negativno iskustvo preokrene u pozitivno. A kako bi se ispravci brže, češće i jasnije objavili, dobro je koristiti web stranicu, gdje je to jednostavnije nego li u programu.

Raspravljati o dobrom novinarstvu i etičkim dvojabama

Najvažniji dio ombudsmanova posla jest analiziranje gorućih pitanja. Je li reportaža poštena? Jesu li se optužbe protiv ljudi mogle najprije njima prikazati prije emitiranja? Je li se govor kvalificira kao govor mržnje i može li se dozvoliti njegovo emitiranje? Je li prihvatljivo koristiti skrivenu kameru u dokumentarnom programu? Je li emitirana vijest bila pristrana? Je li format kojeg smo izabrali za predstavljanje kandidata u izbornoj kampanji pošten prema svim strankama? To su samo primjeri. Svaka tema može biti predmet raznih rasprava i razmišljanja o tome kako uravnotežiti različite stavove. Za ombudsmana je važno da s novinarima i kolegama iz cijelog svijeta ozbiljno raspravi svako pitanje.

Pažljivo s ciljanjem

Uvijek je riskantno za ombudsmana – i svakog kritičara medija – kada nacilja zaključke. Dok se uči na pogreškama – i ispravlja ih – vrlo je važno uzeti u obzir pritisak rokova i stres koji je česti sastavni dio izvještavanja. Glavni problem nije što je tko, neizbježno, pogriješio. Svatko to čini, s vremena na vrijeme, posebice kada je pod pritiskom. Najozbiljniji problem javlja se kada ljudi brane svoje pogreške i odbijaju ih ispraviti.

BUDUĆNOST

Koncept nezavisnog ombudsmana mnogo toga može ponuditi radiotelevizijskom javnom servisu. To je praktičan iskorak naprijed prema transparentnosti i odgovornosti.

Mnogi modeli djelovanja ombudsmana bili su isprobani diljem svijeta. To je aktivan i neprekidan proces razmjene iskustava. Mogući ishod jest razvijanje boljih metoda i boljeg modela koji će učiniti rad ombudsmana djelotvornijim za moderni javni servis.

Model koji stavlja biznis u prvi plan, za brojne kvalitetne medija na velikoj je prekretnici. To ugrožava i umanjuje kakvoću kako novinskog izvještavanja, tako i demokratsku raspravu i time dovodi javni servis u još odgovorniji položaj. Za njih načela transparentnosti i odgovornosti sigurno nisu odgovor na sve probleme, ali trajna rješenja, čini se, neće biti moguća bez toga.

ISKUSTVA INTERNETSKE ERE U MEDIJIMA JUGOISTOČNE EUROPE

Gordana Vilović

"...trebaju nam zakoni i pravila koji nam pomažu da kontroliramo svoje ponašanje na internetu, baš kao što nam trebaju prometna pravila da bismo regulirali svoje ponašanje u prometu i zaštitili sebe i druge od nesreće. Ponekad je potrebna vladina regulative da nas zaštiti od naših najgorih nagona i većine samodestruktivnih postupaka." (Andrew Keen, 2010, p. 209)

UVOD

U studenom 2010. WorldWideWeb je slavio svoj dvadeseti rođendan. "Prije dvadeset godina britanski je znanstvenik sir Tim Berners-Lee s belgijskim kolegom, informatičarom – Robertom Cailliaulom u CERN-u predložio stvaranje 'svjetske mreže računala na bazi hipertekstualnih poveznica', ponajprije namijenjenu akademskoj zajednici, znanstvenicima i istraživačima kako bi uz pomoć novog alata lakše razmjenjivali podatke." (Karaklaš, 2010:3-4) Pet godina poslije, 1995., prvi put sam se susrela s internetom. U to sam vrijeme počela raditi kao voditeljica specijalizirane knjižnice *The Freedom Forum*¹ namijenjene novinarima i studentima novinarstva na Fakultetu političkih znanosti Zagrebačkog sveučilišta. Imala sam tada vrlo sporo računalo, svoju prvu elektronsku adresu, ali nisam ni slutila snagu interneta. Studenti novinarstva i novinari koji su redovito dolazili u *Freedom Forum News Library*, tražili su knjige o medijima, hrvatske dnevne i tjedne novine i CD-ROMove starijih izdanja novina. Tih je dana relativno mali broj korisnika želio pretraživati podatke na internetu. Hrvatska je 1996. godine bila u fazi post ratne depresije, a sloboda medija bila je ograničena na nekoliko privatnih tjednih novina, i još manje lokalnih neovisnih radijskih postaja. Većina ostalih novina i javni servis (Hrvatska radio televizija) u potpunosti su

bili okrenuti ispunjavanju želja vlasti. U tim okolnostima, jedini način da se čuju različiti stavovi i istina bili su satelitski kanali i internet. Broj korisnika interneta, polovinom devedesetih godina prošlog stoljeća u Hrvatskoj bio je vrlo malen; imati internetsku vezu bila je prije svega privilegija onih koji su radili na sveučilištima, industriji računalne opreme i u državnoj službi.

Kada je Barnes-Lee predložio koncept svjetske računalne mreže posvećene akademskoj zajednici u studenom 1990., vjerojatno nije mogao zamisliti kako će novi mediji ubuduće oblikovati i mijenjati naše živote. Dvadeset godina poslije, mi znamo da su oni napravili upravo to. U 2010. godini postalo je sasvim izvjesno da je World Wide Web napravio medijsku revoluciju u cijelom svijetu. Saša Matanović, informatičar i stručnjak za web kaže:

“Internet je od svoje inicijalne ideje dobio danas sasvim novu svrhu. Ilegalno preuzimanje glazbe i filma koje se odvija putem mreže, (...) virtualne aukcije, ljubavne afere, internetska kupovina (...) on-line prezentacije i katalogi, jačanje erotske i pornografske industrije (...) Posebno veliku promjenu www je donio medijima. Danas su, upravo zahvaljujući world wide webu, vijesti i događaji stvar trenutka, poznati su čitateljima diljem svijeta doslovno nekoliko trenutaka nakon što se dogode.”

Doista, puno toga se promijenilo u posljednjih desetak godina. Internet koristimo u najrazličitijim prigodama, ali se kao najveći problem nametnulo pitanje regulacije i samoregulacije interneta kao medija. Vjerujemo li informacijama koje se objavljuju na internetskim portalima? Je li se govor mržnje iz tradicionalnih medija preselio na news portale u komentarima koje pišu korisnici? Kako spriječiti plagijate i neodgovorno preuzimanje tekstova s interneta? Kako funkcionira blogosfera i može li se tužiti osoba koja na blogu objavljuje neprihvatljive sadržaje? Što je s privatnošću i zaštitom kako bi podaci s Facebooka ostali u virtualnoj sferi? Jesu li korisnici mreže svjesni moguće zloupotrebe njihovih osobnih podataka? Koji su razmjeri širenja laži i neprihvatljivih sadržaja u grupama i kako se to može spriječiti? I konačno, što je odgovornost u korištenju internetskih sadržaja?

Gdje su u svemu tome države Jugoistočne Europe koje nastoje ustanoviti načine sustavne brige o sadržajima koji se objavljuju na internetskim

portalima? Jedno je sigurno, internetski portali i društvene mreže svakodnevno pomiču granice medijskih sloboda. Nerijetko, medijskog neukusa i neodgovornosti. To svakako utječe i na komercijalizaciju tradicionalnih medija. Posebno u državama Jugoistočne Europe, u kojima su polutabloidni medijski proizvodi sasvim potisnuli ozbiljne novine sa svojih tržišta.

KORIŠTENJE INTERNETA U JUGOISTOČNOJ EUROPI: BRZI RAZVITAK

Internet, kao novi medij, u zemljama Jugoistočne Europe nije se razvijao jednakim intenzitetom kao u zemljama razvijenih zapadnih demokracija. Jedno od prvih kompletnih istraživanja o dometima i korištenju interneta u ovom dijelu svijeta, pružili su znanstvenici i urednici Orlin Spasov i Christo Todorov početkom 2003. godine u knjizi *New Media in Southeast Europe*. Njihovo istraživanje, temeljeno na priložima koji su dali ugledni znanstvenici i autori iz (Albanije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Hrvatske, Bivše Jugoslavenske Republike Makedonije, Grčke, Rumunjske, Slovenije, Turske, Srbije i Crne Gore), pokazalo je da su 2003. godine postojale bitne razlike u razvijenosti korištenja interneta, ovisno o dostupnosti mreže, općeg stanja telekomunikacija te tradicije u konzumiranju starih medija. Sažimajući uvodno slovo o analizi rasprostranjenosti i utjecaju interneta na regionalni razvoj i povezivanje Jugoistočne Europe, Spasov i Todorov pišu:

“Ovaj je dio europskog kontinenta složeniji od bilo kojeg drugog. Upravo postojanje različitosti ne dopušta nam da ovaj prostor jugoistoka Europe nazovemo periferijom. Promatran kao jedinstven prostor, ova je regija skup mnogih stvari istovremeno, i pouzdano obogaćuje europski identitet. (...) ova regija pruža nešto što bi se teško moglo nazvati prešedanom: upotreba interneta u kontekstu stvarnog rata. Sve ovo čini jugoistok Europe prigodnim laboratorijem za istraživanje svih aspekata novog medija.” (Spasov i Todorov, 2003: 11)

Ne ulazeći u pojedinačne postotke sadašnjih korisnika interneta u zemljama Jugoistočne Europe, jer su brojke neusporedive s brojkama iz 2003. godine, može se nedvojbeno kazati da je internet postao

nezaobilazan medij i da je korištenje različitih internetskih alata i društvenih mreža na razini onih u Europi. Ilustracije radi, spominjemo podatke iz Hrvatske. Prema Stjepanu Maloviću, u 2002. 'Hrvatska je imala 610.000 korisnika interneta ili 15,4 posto hrvatskog stanovništva (Spasov i Todorov, 2003:140). Današnje brojke internetskih korisnika u Hrvatskoj su bitno različite. Istraživanje međunarodne agencije GfK za 2010. godinu pokazuje da:

postotak hrvatskih građana koji se služe internetom je 53 posto: gotovo 1,85 milijuna Hrvata koristi računalo i surfa internetom. Hrvatska se tu svrstala pored jedne Italije ili Poljske, ali u korištenju interneta zaostajemo za Češkom i Mađarskom (po 59 posto korisnika interneta) te Slovačkom i Slovenijom (po 65 posto korisnika). (S. Pavić, 2010)

Zanimljivo istraživanje koje je provela Nokia u studenom 2010, među hrvatskim korisnicima mobilnih telefona, pokazuje da '28 posto ljudi surfa Internetom preko mobitela. Druge najpopularnije aplikacije su multimedija, zatim zabava, news, vremenska prognoza, društvene mreže i navigacija' (Arslani, 2010) Podaci se mijenjaju iz dana u dan. U nastojanjima da pronađemo podatke o korištenju interneta i društvenih grupa za sve zemlje koje su u fokusu pozornosti ovoga teksta, naišli smo na posve različite podatke, datirane iz različitih godina i napravljene različitim tehnologijama. Ono što je obilježje svih istraživanja i statističkih podataka jest to da se svi temelje na procjenama ili na agencijskim istraživanjima.

Među institucijama i organizacijama koje redovito promatraju telekomunikacije i korištenje interneta u Europskoj uniji i izvan (30 zemalja ukupno) izdvaja se Cullen International. U njihovu Izveštaju *3 Country Comparative Report – ožujak, 2007.*, u poglavlju o korištenju interneta i širokopojasnog pristupa internetu u zemljama Središnje i Jugoistočne Europe piše:

"Statistički podaci o razvoju internetskih korisnika temelje se na procjenama i/ili na pojedinačnim istraživanjima. Uzimajući u obzir razlike u dobnim skupinama, trajanje od trenutka kada se posljednji put korisnik priključio na internet i različitost određivanja uzorka za istraživanje, to jest različitost razumijevanja izraza 'korisnik' od

'pretplatnik', izravna usporedba podataka nije moguća. Zbog toga će se podaci o brzini širenja interneta uzimati tek kao indikatori". (Cullen International, 2010, pp. 25–26)

Budući da je sasvim izvjesno da raspoloživi podaci o internetskim korisnicama i širenju interneta nisu precizni, i da su podaci za 2009. i 2010. nepotpuni, nećemo špekulirati za potrebe ovoga teksta.

Prve velike promjene: Blogovi, MySpace, Facebook, Twitter

Velike promjene u korištenju interneta u cijelom svijetu dogodile su se 2004. godine kada su se počele razvijati društvene mreže. Tada je osnovan i Facebook. Godinu dana poslije, 2005. revolucija se događa s YouTube-om. Pojavljuju se prvi blogeri u ovom dijelu svijeta. Premda je u Americi javni dnevnik kao internetska forma pravu revoluciju doživio brojnim javljanjima blogera vojnika iz Iraka, blogosfera u Jugoistočnoj Europi razvila se nekoliko godina poslije, otprilike 2006. godine. Jedan od najcitatiranijih analitičara fenomena bloga i blogosfere, Mark Tremayne, 2007. godine ustvrdio je:

"Blogosfera je forum za političke rasprave, ali i forum za alternativno, kao zbirka elektroničkih zapisa (...) To je i virtualna sfera, ali i mjesto za širenje glasina. (...) Smatra se da je blogosfera prostor za druženje mladih, obrazovanih, tehnologijski osviještenih ljudi, ali također za druženje staromodnih i jednakah skupina." (Tremayne, 2007, x–xii)

Tremayne je uočio vrijednost blogosfere, ali ona se nije ujednačeno razvijala na jugoistoku Europe na način kako je blogo-groznicu zahvatila Sjedinjene Američke Države. Prema jednom istraživanju iz 2008. godine o karakteristikama prosječnog hrvatskog blogera, utvrđeni su podaci da je te godine 'bilo između 500 i 600 tisuća blogerskih portala u Hrvatskoj'. (Vilović i Širinić, 2009:65) Igor Vobič, slovenski znanstvenik i komunikolog tvrdi da 'blog može biti demokratski forum javne rasprave u ostvarivanju političkih, ekonomskih ili drugih interesa' (Vilović i Širinić, 2009:71), ali da postoje blogovi koji «udovoljavaju vrlo uskim i specifičnim interesima, na primjer blogovi koji namjerno objavljuju netočne informacije te unose nered u blogosferu (lažni

blogovi) i ne daju nikakve informacije, već su usmjereni na zaradu preko oglašavanja na Internetu.» (Ibid). Posebno loša praksa pojavljuje se na sveučilištima gdje studenti preuzimaju cijele blogove i prepisuju ih, bez navođenja autora, radi plagiranja svoj studentskih radova, smatrajući da su anonimni blogovi – javno dobro. Pitanje sadržaja bloga, odgovornost i samoregulacije u Hrvatskoj već je nekoliko godina “vruća tema”.

Već sljedeće, 2009., godine, počeo je polako opadati broj blogera, ali su se snažno razvijale društvene mreže Facebook, You Tube i Twitter:

ETIKA I SLOBODA IZRAŽAVANJA NA INTERNETU

Što su etički standardi na internetskim portalima? Zbog čega nema ni minimuma pridržavanja etike? Unatoč svim preporukama Europske komisije i sugestijama o tome kako uređivati etička pitanja na internetu, iz dana u dan, pojavljuju se otvorena pitanja tko bi trebao voditi računa o samoregulaciji na internetskim portalima.

U većini zemalja Jugoistočne Europe – pa i tamo gdje postoje samoregulatorska tijela – izbjegava se intervenirati, opominjati ili davati preporuku u vezi s određenim neprihvatljivim sadržajima na internetu, jer se ne zna tko je zapravo vlasnik i gdje se nalazi, budući je internet prvenstveno globalna mreža.

Veliki skandal dogodio se u Hrvatskoj početkom 2010. godine kada je "netko" objavio strogo čuvan dokument – spisak branitelja iz Domovinskog rata, uključujući njihove osobne podatke. Naime, Vlada Hrvatske dugo je odbijala objaviti te podatke smatrajući taj dokument državnom tajnom, pa je i pokrenuta istraga o osobi koja bi mogla biti odgovorna za njegovu objavu. Javnost je trebala znati tko su ti ljudi koji su sudjelovali u ratu, čiji broj je u posljednjem desetljeću narastao na nekoliko desetaka tisuća. Etički prijedor jesu osobni podaci ljudi koji se navode na spisku, no ništa drugo. Da nije bilo novo ustanovljene web stranice, vjerojatno ni jedan tradicionalni medij ne bi objavio taj nepotpun spisak upravo zbog zakonskih odredbi i mogućih sankcija protiv nakladnika. Tu se internetski portal pojavljuje kao alat koji je na strani razvijanja demokracije. Jer, doista, teško je objasniti javnosti kako je broj hrvatskih branitelja u samo nekoliko godina narastao od oko 300.000 na više od 500.000.

Etičko reguliranje internetskih portala predmetom je analize brojnih stručnjaka. I uvijek je puno kontroverzija. Na primjer, treba li internet biti reguliran kao ostali tradicionalni mediji ili se trebaju primijeniti neka druga pravila u skladu s njegovim posebnostima?!

Roger Darlington² pisao je o etici i načinima reguliranja i objašnjava značenje riječi “etika” u kontekstu interneta. On spominje:

“četiri sugestije’, i to: 1) prihvaćanje stava da internet nije bezvrijedna slobodna zona (WWW nije divlji divlji web); 2) primijeniti zakone iz stvarnog života u virtualni svijet (primjena zakona iz fizičkog svijeta u cyberspace); 3) osjetljivost prema nacionalnim i lokalnim kulturama (kao globalni fenomen, to ne može biti predmet jednog skupa vrijednosti poput lokalne novine ili nacionalne televizije); i 4) odgovornost prema potrošačima ili mišljenju korisnika (priznajući da korisnici interneta kao i oni koji ga ne koriste trebaju znati kako funkcionira”. (Darlington, 2010)

Sličan pristup i preporuke o tome kako tretirati etiku na internetu ili/ kako regulirati internetski sadržaj, posebno danas kada je toliko puno integriranih redakcija svugdje u Europi, dijeli Organizacija za europsku sigurnost i suradnju (OSCE):

“Regulacija internetskih sadržaja doista može posebno teška, jer je internet istinski globalni medij. Upravo stoga što se internetska stranica nalazi daleko od zemlje u kojoj je ciljana publika, problemi se javljaju oko toga koja regulatorna organizacija je nadležna da primjenjuje kontrolni kodeks. (Gore, 2008:41)

Sugestije koje je dala OSCE može biti dobar način za svaku zemlju Jugoistočne Europe o tome kako se ponašati prema prijepornim i neetičnim internetskim sadržajima. Ali vrlo često, vlasnici, izdavači i urednici web stranica i news portala odbijaju minimum regulacije, argumentom da je sloboda izražavanja temeljno pravo. Dodatno, OSCE sugerira da:

“samo-regulatorna tijela koja su u prošlosti nadzirala tiskane medije sada mogu regulirati web stranice novina i magazina – čak i u slučajevima kada se online verzija razlikuje od ‘tvrdih izdanja’. Takve stranice mogu sadržavati audio vizualne materijale s kojima se to samoregulatorno tijelo nije ranije susretalo i mora odlučiti

hoće li raspravljati o tim materijalima upravo onako kao što bi raspravljali da je riječ o tekstu ili fotografiji objavljenoj u dnevnim novinama ili magazinu.” (Gore, 2008:41)

U zemljama Jugoistočne Europe u kojima medijska samoregulatorna tijela nisu osnovana, kao što je to slučaj u Hrvatskoj, obaveza je etičkog tijela novinarske organizacije da vodi brigu i o etički kontroverznim internetskim sadržajima. Završimo još jednom sugestijom OSCE-a da šteta koja se učini može biti umanjena donošenjem etičkih odluka, ako postoji garancija “da se svaki slučaj tretira kao zaseban i jedinstven te da se posebna pozornost usmjeri na stupanj uredničke kontrole materijala.” (Gore, 2008:41).

U Crnoj Gori postoji samoregulacijsko tijelo – Vijeće za medije. U toku je rasprava o dopuni Kodeksa novinara Crne Gore upravo o pitanjima reguliranja novinarskog ponašanja na internetu. Prijedlog je da se Kodeks upotpuni propisima koji se odnose na blogere ili vlasnike *online* medija. Naime, propisuju se da bi se svi (i novinari i blogeri) koji pišu na internetu trebali pridržavati profesionalnih standarda novinarstva. Također, promjenama se predviđa da bi sam novinar, koji objavljuje svoj tekst na mreži i koji omogućava čitateljima komentiranje, trebao voditi računa da komentari na njegov tekst budu u okvirima etike. Zanimljivo je da se briga o etičnosti komentara prepušta samim novinarima, a ne vlasnicima ili urednicima web portala.

Internet kao izvor za priče o seksualnim skandalima

Media Centar iz Sarajeva priredio je koristan prilog o medijskoj etici iz godine 2008., pod nazivom “Etičke smjernice za uređivanje”. Materijal, koji je nastao nakon održanih radionica namijenjenih polaznicima – novinarima iz 12 zemalja Jugoistočne Europe – govori o narušavanju etičkih načela na internetu kroz, dobro poznate, studije slučajeva o neetičnim priložima

Jedan sudionik iz Srbije ispričao je sljedeću priču:

“U srpnju 2006. web stranica koja se lažno predstavljala kao B92, objavila je priču da kafić 'Osama' u Beogradu mora promijeniti ime jer vrijeđa službenike Američke ambasade. Priča je bila napi-

sana na način da izgleda vjerodostojno, a URL web stranice je bio promijenjen tako da izgleda kao da je doista proizvod uvjerljivog i kredibilnog B92. Dnevne novine Kurir bile su prve koje su objavile ovu priču, a njihovi novinari su istražujući otkrili da kafić 'Osama' nikada nije postojao." (Sarajevo Media Center, 2008)

U posljednjih deset godina u Hrvatskoj je zabilježeno nekoliko neetičnih sadržaja koji su najprije objavljeni na web stranicama. Uglavnom, bile su to privatne 'seksi priče' o hrvatskim zvijezdama i sportašima. Jedna, vrlo poznata, datira iz 2004. godine: privatni seksi uradak o popularnoj hrvatskoj pjevačici pojavio se na neovisnom, i jednom od najstarijih hrvatskih web portala www.index.hr. Noviji seksi video, na istom se portalu pojavio u ožujku 2010. Godine, pod naslovom 'Blanka Vlašić porno'. Video, zapravo, nije prikazivao Blanku Vlašić, jednu od najboljih svjetskih atletičarki za 2010. Nije bilo jesu li glavni akteri dali dozvolu da se materijal prikaže ili je li to bilo zadiranje u njihovu privatnost, ali je činjenica da je to bila potpuna izmišljotina i na uratku nije bila Blanka Vlašić. Matija Babić, vlasnik news portala www.index.hr odmah se ispričao Blanki Vlašić, platio joj odštetu koju je ona potom dala u humanitarne svrhe. Unatoč svemu, najboljoj atletičarki je napravljena velika šteta.

Temeljem ova dva hrvatska primjera internetskog zadiranja u privatnost, tipičnih za medijsko ponašanje, zaključujemo da svi tradicionalni mediji (i tiskani i elektronički) nastavljaju s objavljivanjem fotografija i dijela priloga s internetske stranice, pri tom redovito optužujući news portal za pogrešku, ali tako nadalje zadiru u nečiju privatnost.

Sudski sporovi u vezi ovakvih slučajeva u Hrvatskoj nisu česti, ali ljudi koji se osjećaju ugroženi ili čija je privatnost povrijeđena na internetskim stranicama podižu građanske parnice kako bi se zaštitili od te vrste nasilništva. U krajnjim slučajevima reagira i Vijeće za elektroničke medije Republike Hrvatske, kao regulacijsko državno tijelo, koje ima mandat reagirati na ovakva evidentna narušavanja dostojanstva i integriteta, i privatnih i javnih osoba.

U srpnju 2010 godine, hrvatske su novine zabilježile slučaj jedne žene, bivše starlete koja je dobila sudski spor podignut protiv portala koji ju je neprestano psihički uništavao, objavljujući fotografije iz njezinih ranijih godina života. Sudsku parnicu je dobila, kao i novčanu naknadu za nanesene duševne boli.

Sasvim se uobičajilo da različite škakljive sadržaje koje ne žele objaviti tradicionalni mediji, najprije objavljuju internetski portali. Licemjerno je, međutim, da seksi video uratke, koje uključuju i snimke eksplicitnog seksualnog akta među srednjoškolcima (primjerice, snimke s otoka Hvara, 2008.) objavljene na nekim news portalima, preuzimaju i objavljuju tradicionalni mediji, uz posve lažno zgražanje i kritiku o ponašanju maloljetnika! Po našem sudu daleko prihvatljivije bilo bi da urednici novina odustanu od te priče. Ili, barem da je ne objave na taj način. U malim sredinama, malih država stvaraju se tako dodatni problemi u životima maloljetnika.

Slučaj s maloljetnom djevojčicom iz FYR Makedonije ima neke sličnosti:

“Na web stranici objavljena je provokativna fotografija 15-godišnje djevojčice – modela, koja je nosila otkopčanu košulju. Web stranica je odbila preuzeti odgovornost za prikazivanje erotične fotografije jer, rečeno je, za snimanje fotografije bila je odgovorna modna agencija, a objavljena je uz dozvolu djevojčine majke i modne agencije.” (SEENPM, 2010)

Upravo kao i slučaj iz Hrvatske, i drugi su medijski proizvodi bili kritični prema web stranici, ali su svejedno prenijeli uvredljivu sliku.

Jedan od najvećih problema narušavanja etike na internetu jest činjenica da je internet ‘arhiva’ (SEENPM, 2010). Za razliku od televizijskog programa ili dnevnih novina, medijski sadržaji koji se objavljuju nemaju ograničen vijek trajanja. Unatoč aktivnostima koje se poduzimaju – kompromitirajuće i uznemirujuće fotografije ili video zapisi, neistinite tvrdnje, iznošenje činjenica iz privatnih života i krajnje izmišljotine – neograničeno su dostupne.

Govor mržnje u internetskim komentarima i postovima

U većini država Jugoistočne Europe on line mediji dopuštaju reagiranje čitatelja nakon objave određenog teksta ili komentara. Sasvim je uobičajeno da se na svim news portalima ili u on-line novinama u Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji objavljuju komentari. Međutim, u Crnoj Gori,

prema riječima Nataše Ružić³, to nije pravilo. Gotovo da u *online* izdanjima dnevnih novina uopće nema komentara. Izuzetak je nekoliko specijaliziranih portala poput informativno-političkog portala www.portalanalitika.me osnivača i urednika, Draška Đuranovića. Korisnici mogu poslati komentare, ali se administrator brine da svaki komentar koji promiče nesnošljivost ili netoleranciju bude trenutačno izbrisan. Prema riječima Đuranovića, briga o politički korektnom jeziku u komentarima jest imperativ ove, često citirane stranice, u susjednim zemljama.

Iskustva iz Hrvatske pokazuju da tek iznimno neki autori ne dopuštaju objavljivanje reagiranja ispod svojih tekstova. Riječ je uglednim komentatorima koji su, u dogovoru s urednicima i vlasnicima *online* izdanja, izborili takav status. Naime, svjedoci smo politički nekorektnog jezika, kadšto i pravog govora mržnje, obično kad je riječ o nekim iznenađenim događajima koji se odnose na međunacionalnu toleranciju, živote i probleme društvenih manjina, te na događaje u kojima sudjeluju ljudi različite seksualne orijentacije. Mišljenja o cenzuri komentara se razlikuju. Nekima je to glas naroda (*vox populi*) i trebalo bi ih ostaviti u izvornom obliku. I to jest nezamjenjiva uloga interneta kao najslobodnijeg medija. Drugima, velikoj većini, nedopustivo je promicanje netolerancije i diskriminacije kroz te komentare. Ipak, važno je napomenuti da najpopularniji web portali na svojim stranicama donose upozorenja za konzumente koji ostavljaju komentare, poput ovoga na www.index.hr koje glasi:

“Komentari na forumu objavljuju se u realnom vremenu i Index.hr ne može se smatrati odgovornim za izrečeno. Zabranjeno je vrijeđanje, psovanje i klevetanje. Upisi s takvim sadržajem bit će izbrisani, a njihovi autori prijavljeni nadležnim službama.”⁴

Evo jednog tipičnog hrvatskog primjera iz kolovoza 2010. godine. Potrebno je dati nekoliko dodatnih informacija da bi se razumio kontekst incidenta. Nakon ‘Operacije Oluja’ 1995., mnogi građani – pripadnici srpske narodnosti, napustili su svoje kuće u Zemunik Donjem (Zadarska regija u Hrvatskoj). Nakon što su Srbi otišli, Romi su se naselili u njihovim kućama. Tamo su ostali 15 godina, i zapravo nisu previše vodili računa ni o kućama u kojima su boravili, a niti o okolišu. U ljetu 2010. godine pripadnici lokalne vlasti u Zemunik Donjem (etnički Hrvati, uglavnom) zamolili su Rome da se isele iz tih,

zauzetih, kuća kako bi se raseljeni Srbi mogli vratiti. Sve su hrvatske dnevne novine pokrivala ovaj 'politički skandal' iz dana u dan, a njihova *online* izdanja dala su mogućnost čitateljima da komentiraju 'slučaj Zemunik'. Sve je to izazvalo politički nekorektne komentare, pune netolerancije i govora mržnje, usmjerenih kako prema Romima, tako i prema Srbima.⁵

Čitajući te komentare, uočava se da su mnogi od *online* sudionika u raspravi o ovoj temi, zapravo pripadnici već oformljene grupe čitatelja – komentatora. Oni se redovito javljaju svojim stavovima, prepoznaju se prema ranijim postovima, i natječu se tko će napisati što žešći izričaj govora mržnje. Ne trude se oko pravopisa: ova jednostavna komunikacijska metoda puna je gramatičkih pogrešaka, ali se komentatori jako dobro međusobno razumiju.

Slično upozorenje svojim korisnicima daje srpski, vrlo čitan, *Blic online*:

“Komentare koji sadrže psovke, uvredljive, vulgarne, preteće, rasističke ili šovinističke poruke neće biti objavljeni. Molimo čitaocima Blic online da se prilikom pisanja komentara pridržavaju pravopisnih pravila. Strogo je zabranjeno lažno predstavljanje, tj. ostavljanje lažnih podataka u poljima za slanje komentara. Komentari koji su napisani velikim slovima neće biti odobreni. Redakcija Blic online ima pravo da ne odobri komentare koji su uvredljivi, koji pozivaju na rasnu i etničku mržnju i ne doprinose normalnoj komunikaciji čitalaca ovoga portala.”⁶

Kao primjer rasprave koju vode “forumaši” *Blic onlinea* analizirani su komentari na vijest kako se sin najbogatijeg hrvatskog poduzetnika Ivica Todorčića zaljubio u jednu od vodećih srpskih manekenki. Željeli smo provjeriti pridržava li se webmaster ovih naputaka o brisanju neprihvatljivih komentara. I doista, u 61 komentaru, osim banalnosti, duhovitosti, i pokojeg oštrijeg komentara o odnosima Hrvata i Srba nije bilo posebnih vulgarnosti ili nečega što bismo mogli nazvati neprihvatljivom retorikom.

I konačno, najnakladniji list u Bosni i Hercegovini jest *Dnevni Avaz*. U njegovu *online* izdanju, čitateljima su redovito dostupni ključni tekstovi za komentare. U ovoj prigodi analizirani su komentari na priopćenje “Hrvatske demokratske stranke 1990” u kojoj se tvrdi da “nijedan sud nije donio presudu”⁷ da je hrvatska vojska srušila Stari most u Mostaru.

Svi objavljeni postovi su u granicama snošljivog, premda je kod svih sudionika u raspravi uočljiva njihova nacionalna pripadnost – Srbin, Bošnjak i Hrvat.

Virtualne društvene grupe i etika

“Svatko tko želi biti potpuno informiran mora imati svoj profil na Facebooku. Tamo imam sve što trebam. I najbrže se informiram o svemu bitnom”. Tako je, po prilici, studentica I. godine studija novinarstva u Zagrebu opisala ulogu Facebooka u svojem životu. Bila sam malo zatečena. No, ona nije jedina. To je stav većine. Od 54 studenta, samo dvoje ih je izjavilo da TO ne koristi i da se ne kani skoro uključiti na bilo koju od ponuđenih društvenih mreža.

Dostupni podaci o korištenju Facebooka u Hrvatskoj govore da ga "oko 1,1 milijun koristi" (Krešić, 2010) te da je:

“gotovo svaki četvrti Hrvat na Facebooku. Samo u dobi između 13 i 17 godina danas je u Hrvatskoj na Facebooku oko 276 tisuća osoba. Upravo se u ovoj brojci kriju problemi – prema službenim podacima, u Hrvatskoj je samo 250 tisuća djece u dobi od 13 i 17 godina, što znači da se preko 20 tisuća korisnika lažno predstavlja, a radi se o djeci mlađoj od 13 godina, djeci koju opasnosti na internetu vrebaju doslovno iza svakog ugla.” (Krešić, 2010)

Je li to put prema novoj vrsti otuđenosti i ovisnosti, ili je to najbolji način da se vježba demokracija? Hoće li, jednog dana, požaliti zbog razaranja privatnosti? “Iako ćete pročitati gomilu upozorenja o privatnosti na Facebooku, to je najmanje privatna stvar na cijelom internetu”, kaže Jason Kaufman, profesor sociologije koji devet godina predaje pop-kulturu i politiku, a sada istražuje ponašanje ljudi na internetskim društvenim mrežama. “Sve što tamo napišete zapravo je usmjereno prema van, prema drugima. (...) Tako i Vi, kad stavite fotografiju novoga auta ili muža, ne radite to da stvorite privatni album, već da drugima pokažete što imate” (citirano prema M. Pavić, 2010).

Hrvatski novinar Miran Pavić, opisujući prijepore koje može proizvesti Facebook, ili ih je već proizveo, osvrće se na stavove Jasona Kaufmana i govor mržnje koji se također širi tom društvenom mrežom:

“Facebookom se izmjenjuju najgori oblici lijevog i desnog populizama, pa i govor mržnje (...) Pretražite li pojmove ‘Hrvatska’ pojavljuje se grupa ‘Hrvati, zabranimo Slovencima ulazak u Hrvatsku’ s oko 4000 članova. ‘Dragi Slovenci ni guzicu si neću obrisati vašim WC papirom’ s više od 1500 članova, a spontani komentari poput ‘nagazi Srbina’, ‘dao bog da krepao cijeli Sabor i njihove obitelji’ su posvuda”. (M. Pavić, 2010)

Jednako tako kao što se stvaraju grupe koje promiču govor nesnošljivosti, diskriminiraju i sudjeluju u različitim oblicima verbalnog nasilja, postoje grupe koje su okupile na desetke tisuća članova i pokrenule vrijedne društvene akcije, otkrile ubojicu i zlostavljača ili su pak sudjelovali u humanitarnim aktivnostima. Facebook kao i bilo koju drugu društvenu mrežu ne treba ni sotonizirati ni glorificirati, već ih valja objektivno vrednovati.

U gotovo svim državama Jugoistočne Europe, trendovi uključivanja u društvene mreže su ujednačeni. Danas više nitko ne priča o blogovima, ali su nastavnici počeli ostvarivati dogovore o radovima i obvezama preko Facebooka? Čudno? Ne, samo može li tko predvidjeti u kojem pravcu će se razvijati virtualne mreže i što možemo očekivati za deset godina?

ZAKLJUČAK

Države Jugoistočne Europe, ovisno o svom kulturnom nasljeđu i tradiciji, suočene su s rastućim telekomunikacijskim tehnologijama, digitalizacijom elektroničkih medija i informatizacijom. Tehnički, stanje nije identično razvijenijim zapadno europskim državama, ali su problemi etičnosti, odgovornosti i elementarne pristojnosti u objavama različitih sadržaja jednako aktualni ovdje kao i u “staroj” Europi. Internet ne treba ograditi dodatnim propisima, ali bi svi korisnici trebali imati minimum medijske pismenosti za pristupe i korištenje različitih internetskih sadržaja. Ako se ne može utjecati na odrasle, jedna od glavnih zadaća jest uvođenje medijskog opismenijavanja za nove mlade generacije korisnika on-line medija. Zajedno s njima, učenje o novim medijima, preporuča se odgajateljima u dječjim vrtićima, nastavnicima i roditeljima. Jedino tako neće doći do potpune otuđenosti i raskoljenosti između života u stvarnom svijetu u odnosu na sve prisutniji bijeg u virtualni stvarnost.

BILJEŠKE

1. Freedom Forum je američka nevladina organizacija namijenjena slobodi govora, slobodi medija i slobodi duha.
2. Roger Darlington je britanski istraživač koji je prvi voditelj fondacije Internet Watch (IWF), tijelo u Velikoj Britaniji posvećeno suzbijanju internetskih ilegalnih sadržaja, posebno zlostavljanja djece.
3. Nataša Ružić, doktorica znanosti na studiju novinarstva Fakulteta političkih nauka Sveučilišta u Podgorici, Crna Gora.
4. www.index.hr/vijesti/clanak/potvrdjeno-bivsi-sef-diokija-zdenko-belosevic-pocinio-samoubojstvo, preuzeto 14. studenoga 2010.
5. www.slobodnadalmacija.hr/Hrvatska/tabid/66/artcileType/ArticleView/articleId/114659/Deafault.aspx (pristup 14. 09. 2010)
6. www.blic.rs/Zabava/Vesti/217186/Milica-ocarala-sina-lvice-Todorica/komentari (pristup 26. 11. 2010.)
7. <http://www.dnevniavaz.ba/dogadjaji/izbor-2010/19765-HDZ-1990-Nijedan-sud-nije> (nije više dostupno).

IZVORI

- Arslani, M.** "Najviše igramo igrice, samo 28 posto i surfa". *Jutarnji list*, 17. 11. 2010.
- Cullen International.** 2010. Supply of services in monitoring regulatory and market developments for electronic communications and information society services in Enlargement Countries. *Report 3 – Country Comparative Report – March 2010*. Dostupno na: http://www.cullen-international.com/cullen/cipublic/studies/balkan2/enlargement_countries_monitoring_report_3.pdf (pristup 9. 12. 2010)
- Darlington, R.** 2002. Internet ethics: oxymoron or orthodoxy? Dostupno na: www.rogerdarlington.co.uk/internetethics.html (pristup 26. 11. 2010)
- Gore, W.** Self-regulation bodies u *The Media Self-Regulation Guidebook Beč* (Halin, A. i Smith, J. ur.), Organizacija za sigurnost i suradnju u Europi (OSCE).
- Karakaš, B.** "www.20 godina poslije". *Večernji list*, 14. 11. 2010.
- Keen, A.** 2010. *Kult amatera (The Cult of the Amateur: How Blogs, MySpace, YouTube and the Rest of Today's User-Generated Media are Destroying our Economy, our Culture, and our Values)*. Zagreb, Fraktura.
- Krešić, H.** "Oko 26 tisuća Hrvata se lažno predstavlja na Facebooku." *Glas Istre*, 17. 10. 2010.
- Malovic, S.** "Slower than expected." 2003. u O. Spasov i C. Todorov (ur), *New Media in Southeast Europe*, Sofia Sudosteupäisches Medienzentrum, p. 140.
- Pavic, M.** "Faca iza Facebooka: Najdrušteniju mrežu na svijetu stvorio je – najnedrušteniji covjek". *Jutarnji list*, 1. 2. 2010.
- Pavic, S.** 2010. "Mladi Hrvati nemaju dvojbe: bez TV-a mogu, ali bez interneta ne". *Jutarnji list*, 19. 8. 2010.
- Sarajevo Media Center.** 2008. Editorial ethics guidelines. Dostupno na: www.seenpm.org/ne/files/Ethics%20Guidelines.doc (pristup 10. 11. 2010)
- South East European Network for Professionalization of Media (SEENPM).** Ethical guidelines. Dostupno na: www.seenpm.org/ne/files/Ethics%20Guidelines.doc (pristup 10. 11. 2010)
- Spasov, O.** and **Todorov, C.** (ur) 2003. *New Media in Southeast Europe*. Sofia, Sudosteupäisches Medienzentrum.
- Tremayne, M.** (ur) 2007. *Blogging, Citizenship, and the Future of the Media*, New York, Routledge.
- Vilović, G.** and **Širinić, D.** 2009. "Who are Croatian bloggers?" *Medianali*, No. 5 (UDK 004.7385:655.4(497.5)).

PROMOCIJA ODGOVORNOSTI MEDIJA U JUGOISTOČNOJ EUROPI: PROMIŠLJANJA O BUDUĆIM IZAZOVIMA

Tarja Turtia i Adeline Hulin

Ova publikacija inicirana je za vrijeme provedbe projekta "Primjena međunarodnih standarda u medijskom sektoru zemalja Jugoistočne Europe" (Alignment to International Standards in the Media Sector of South-East European Countries), kojeg je organizirao UNESCO uz potporu Europske komisije (EC) i Organizacije za sigurnost i suradnju u Europi (OSCE). Projekt je počeo 2008., s namjerom da pomogne pokretanje medijskih reformi u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Srbiji, Bivšoj Jugoslavenskoj Republici Makedoniji, Turskoj i Kosovu [kako podrazumijeva Rezolucija 1244 (1999) Vijeća sigurnosti UN-a]. Projekt je potpomogao konsolidaciji međunarodno priznatih standarda u tim zemljama i povećao zaštitu novinara, profesionalizma, odgovornosti i neovisnosti medija, na temelju dobrovoljnih samoregulacijskih procesa iniciranih kroz mrežu lokalnih medijskih profesionalaca i vijeća za medije.

Promicanje slobode izražavanja i informiranja, jedan je od glavnih zadataka UNESCO-va programa za komuniciranje i informiranje. Važna komponenta programa jest omogućivanje obrazovanja medijskih profesionalaca u stjecanju vrhunskih etičkih i profesionalnih standarda te omogućivanje građanima pristup pouzdanim informacijama koje mogu kritički prosuditi i primijeniti. Glavni cilj ove inicijative bio je ohrabrivanje razvoja sustava odgovornosti medija temeljenog na dobrovoljnoj samoregulaciji.

Projekt je ohrabrio sudionike da održe temeljitu raspravu o tome što je to kvalitetno novinarstvo. Osnovan je forum za sudionike na kojem će moći izmijeniti ideje i mišljenja o etici i profesionalizmu u novinarstvu. Pravo na slobodu izražavanja uključuje mogućnost da se otvoreno raspravlja i kritizira vlast, što ne znači da se time stvara mržnja prema

pojedincima ili ometa pravo pojedinaca. Svi su se složili da se kvaliteta novinarstva jamči kroz cjelinu etičkih i profesionalnih standarda, etičke kodekse, uređivačke pravilnike i mehanizme odgovornosti medija koji se temelje na dobrovoljnoj primjeni samoregulacije koju provode sami mediji. Glavna svrha kvalitetnog novinarstva, primjenjivana na temelju dobrovoljnih samoregulacijskih mehanizama jest osiguravanje građanima točne i pouzdane informacije, a to može biti učinjeno samo ako se osigura da sadržaj bude istinit, esencijalan i nepristran: riječju, da to bude proizvod profesionalnog novinarstva.

Projekt je imao dva glavna cilja: prvi, razvijati samoregulative alate i mehanizme i podizati svijest o primjeni samoregulacije među medijskim profesionalcima i organizacijama, a drugi, ubrzati usklađivanje s EU i međunarodnim standardima ili njihovim ekvivalentima, te u zemljama kojima je projekt bio namijenjen primijeniti najbolja praktična rješenja iz područja odgovornosti medija.

Nekoliko aktivnosti bilo je primijenjeno u trideset mjeseci koliko je trajao projekt. Dvije godišnje serije okruglih stolova u svakoj zemlji učesnici organizirane su tijekom 2009. i 2010. godine. Na tim okruglim stolovima raspravljanja su – uz suradnju međunarodnih eksperata – specifična i konkretna pitanja o organiziranju rada vijeća za medije i ombudsmana. U drugoj godini projekta (2010.) glavna tema bila je profesionalna novinarska etika na internetu. Postalo je jasno da je samoregulacija interneta postala tema čija se važnost stalno povećava. Ostala relevantna pitanja o kojima se raspravljalo bila su sljedeća: odnos između medija i političke moći, vlasništvo nad medijima, i uloga medija za vrijeme izbora.

Održano je ukupno šesnaest okruglih stolova u uskoj suradnji s Uredom OSCE-a (iz Beča), odnosno predstavnicima za slobodu medija koji su osigurali sudjelovanje međunarodnih stručnjaka. Usporedo s nacionalnim skupovima, održana su dva regionalna sastanka. Prvi je bio u Tirani u ožujku 2009., a koncentrirao se uglavnom na sustav ombudsmana u redakciji, a drugi je održan u Istanbulu u veljači 2010., fokusiran više na strateška pitanja samoregulacije u regiji.

Osim toga, UNESCO je sponzorirao sudjelovanje skoro dvadeset predstavnika iz Jugoistočne Europe na godišnjem skupu Alijanse nezavisnih vijeća za medije Europe (AIPCE), što je europska mreža neovis-

nih regulatora sadržaja u tiskovinama i elektroničkim medijima. Alijansa je održala svoj jedanaesti godišnji sastanak u Oslu 2009., a dvanaesti sastanak u Amsterdamu u 2010.

Dok su se provodile različite aktivnosti na projektu, UNESCO je skovao snažno partnerstvo s Uredom i predstavnicima OSCE-a za slobodu medija, s AIPCE-om, i naravno, s glavnim sponzorom, Europskom komisijom. Za vrijeme projekta UNESCO je surađivao s lokalnim profesionalcima i medijskim organizacijama. Veliki dio aktivnosti izveden je u suradnji s Mrežom medijskih centara za profesionalizaciju medija u Jugoistočnoj Europi (SEENPM), jedinom regionalnom nevladinom organizacijom za razvoj medija u Jugoistočnoj Europi koja se bavi i samoregulacijom medija. SEENPM je jedina organizacija koja je dobro povezana s glavnim medijskim akterima i motivira aktivnosti koje mogu unaprijediti lokalne uvjete za slobodu izražavanja. Ipak, u svakoj zemlji u kojima se projekt odvijao, sve ipak ovisi o volji lokalnih i političkih moćnika.

Projekt je završen zaključnom konferencijom "Novinarska etika i samoregulacija u Europi: Novi mediji, stare dvojbe" ('Journalism Ethics and Self-regulation in Europe: New Media, Old Dilemmas') u središtu UNESCO-a u Parizu, u siječnju 2011. Okupili su se međunarodno priznati stručnjaci iz područja samoregulacije medija u Europi koji su potpomogli razmjenu ideja i iskustava o tekućem regionalnom kontekstu u trendovima, u pogledu novinarskih profesionalnih standarda i samoregulacije medija, izazovima u razvoju odgovornosti medija koji se javljaju u demokracijama u razvoju te mogućnostima i preprekama koje postavlja digitalna revolucija. U radu konferencije sudjelovali su članovi vijeća za medije, novinarski ombudsmani, urednici i novinari, članovi akademske zajednice, predstavnici medijskih institucija, civilnog društva i međunarodnih organizacija.

U sklopu ovih aktivnosti UNESCO je nastavio podržavati razvoj web portala koji informira o zajedničkoj temi kao što je medijska odgovornost, profesionalni standardi i samoregulacija u europskom kontekstu, te tako nastavlja razmjenjivati lekcije naučene na iskustvima stečenim u raznim zemljama. Slične web stranice pokrenute su 2010. godine u Africi, Jugoistočnoj Aziji i Aziji. To su svojevrsna odlagališta materijala koja se odnose na etiku i profesionalne standarde, samoregulaciju su-

stava odgovornosti medija, i predviđeni su u drugim regijama u 2011. Web stranice izlistavaju partnere i profesionalne mreže koje rade u području odgovornosti medija i samoregulacije na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Oni osiguravaju medijske standarde u različitim zemljama, koji se temelje na pitanjima slobode izražavanja, pristupa informacijama i etičkim obavezama novinara. Fokusirani su na sljedeća glavna tematska područja:

- ✓ *Medijska legislativa i regulacija* osigurava primjere općih medijskih zakona i regulativnih mreža i to kako na nacionalnoj tako i na međunarodnoj razini.
- ✓ *Regulativna tijela* prikazuju postojeća vijeća za medije i relevantne profesionalne mreže i prikazuju kratke preglede različitih tipova medijskih ombudsmana. Ova sekcija također uključuje primjere iz nekih zemalja gdje vijeća za medije i/ili ombudsmani arbitriraju i presuđuju pritužbe u tisku.
- ✓ *Etički kodeksi* nas povezuju s dobrovoljnim etičkim kodeksima koji su bili usvojeni ili, gdje ne postoje, praktičnim kodeksima koje nameću zakoni.
- ✓ *Izvori* su sekcija web stranice koja uključuje materijale koji se odnose na odgovornost medija i samoregulaciju, kao što su publikacije, web stranice i korisni kontakti gdje se mogu naći relevantne informacije o tom pitanju.

Očekuje se da će projekt potaknuti veću odgovornost i razumijevanje kod onih koji bi trebali primijeniti najviše standarde medijske odgovornosti, modele samoregulacije i samo-prihvatajući standard koji će utjecati na medije i kreirati veću suradnju između lokalnih vijeća za medije i dobro razvijenih europskih tijela za samoregulaciju. Prihvatajući profesionalne i etičke standarde i njegujući njihovu primjenu, medijski samoregulatorni mehanizmi – uključujući etičke kodekse, vijeća za medije, ombudsmane i zastupnike čitatelja – mogu predvoditi novinare u njihovu svakodnevnom radu i posebno im pomoći kada se suoče sa složenim prijemima. Osim toga, oni postaju instrumenti kojim se osnažuje kvalitetno novinarstvo i služe kao most između medija i njihove publike. Takvi kodeksi i mehanizmi koriste medijskim publikama i jačaju javno povjerenje u novinarstvo. Medijski stručnjaci često naglašava-

vaju da samoregulacijski mehanizmi mogu pomoći medijskim kućama da se zaštite od pravosudnih akcija i da odgovore na kritiku, baš kao što mogu smanjiti broj medijskih profesionalaca koji će biti optuženi pred sudom.

UNESCO-ova se konferencija usmjerila na etiku novinarstva i samoregulaciju u Europi i to u pravi trenutak, kada se profesionalni novinari moraju suočiti sa starim etičkim dvojabama, a pogotovo kada internet i brzo rastuće tehnologije otvaraju cijeli novi spektar pitanja za raspravu. Na marginama ovog trideset-mjesečnog projekta zanimljivo je zabilježiti da se sustavi odgovornih medija počnu suočavati s novim izazovima koje donosi korištenje novih tehnologija. Takav trend teško da ikoga iznenađuje, uzimajući u obzir da je internet uglavnom proširen kao protok informacija i da je, širom svijeta, promijenio dnevne obveze novinara.

Priručnici medijske etike i pogotovo etički kodeksi moraju prihvatiti takve promjene. To već rade vijeća za medije u cijelom svijetu. U nekoliko europskih zemalja, vijeća za medije već su primila pritužbe u vezi s materijalima objavljenim na internetu, što pokazuje budući trend. To nas približava raspravama o slobodi izražavanja i privatnosti: kako možemo u potpunosti iskoristiti potencijale novih medija, a da ne ugrozimo ljudska prava i slobode, pogotovo slobodu izražavanja i poštovanje privatnosti.

U tom smislu je zadnji sastanak AIPCE, koji se održao u Amsterdamu 4. i 5. studenoga 2010. ilustrirao kako internet mijenja način rada samoregulacijskih tijela. Tijekom 2010. godine mnoga vijeća za medije zaprimila su, po prvi put, žalbe koje su uputili korisnici medija zbog navodnih povreda novinarske etike u online materijalima ili pak na to, kako novinari koriste podatke koji se nalaze na društvenim mrežama.

Društvene mreže redefinišu sadašnje tumačenje pojma privatnosti, pojma koji se nalazi u središtu aktivnosti sustava medijske odgovornosti. Vijeća za medije su pozvana da definiraju nove granice osobne privatnosti u kontekstu interneta. Ovih dana, sve više i više građana ima digitalizirani dnevni život putem društvenih mreža, koje su također novi potencijalni izvor informacija za novinare. Neki građani se pak žale na povredu svoje privatnosti zbog toga što se koriste materijali skinuti s njihovih adresa na društvenim mrežama.

U Norveškoj je Vijeće za medije presudilo jedan takav slučaj preporučujući da “uređivački kolegij mora pribaviti suglasnost kada namjeravaju koristiti privatne slike s Facebooka”. Općenito, neka vijeća za medije donijela su odluke da novinari moraju povući liniju između materijala koji se objavljuju u zatvorenom krugu prijatelja i materijala koji su dostupni cjelokupnoj javnosti. Press Complaints Commission iz Velike Britanije išao je dalje u postavljanju kriterija u određivanju povrijeđene privatnosti. To je potaklo pitanja poput onih o kvaliteti informacije koju nam daju novinari? Tko je postavio sadržaj na internet? Koje postavke su korisnici upotrijebili da bi zaštitili svoju privatnost? Paralelno, s presudama takvih slučajeva, neka vijeća za medije su promijenila svoje etičke kodekse kako bi ih prilagodili novom *online* okruženju. U Švicarskoj, na primjer, članci koji se odnose na privatna pitanja bili su revidirani kako bi bili praktičniji za svakodnevni rad novinara.

Vijeća za medije nedavno su se suočila s jednim drugim pitanjem, a ono se odnosi na nove tipove sadržaja koji se nalaze na web stranicama novina. Pitanja se javljaju u vezi s razinom odgovornosti urednika novina u pogledu *online* video zapisa, twittera i komentara čitatelja upućenih web izdanju njihovih novina. Samoregulacijska tijela moraju odlučiti kako će procijeniti materijale koji nisu izravno proizvedeni u redakcijskom postupku, dakle kao dio novinarskog rada. Sve se više i više vijeća za medije odlučuju prihvatiti žalbe samo na one pre-moderirane materijale. Njemačko vijeće za medije objasnilo je da ako je sadržaj pre-moderiran, onda to pretpostavlja da je uređivačka odluka donesena u samom mediju i zbog toga se opravdava primjena etičkih načela na takve materijale. Suprotno, ako materijal nije pre-moderiran, onda neka vijeća za medije odlučuju preusmjeriti pritužbe na novine. Nema sumnje i druga će se slična pitanja pojaviti u bliskoj budućnosti.

Općenito, internet dozvoljava brži protok informacija, opskrbljuje nas većim količinom informacija i multiplicira se broj novih medija, a svi ovi trendovi povećali su opseg posla sustava za odgovornost medija. Obzirom na najveću količinu informacija i njihovu veliku brzinu objavljivanja, javljaju se sumnje u vjerodostojnost online informacija, što potiče potrebu za jačanjem kvalitete medija i odgovornosti interneta. Postavlja se pitanje može li sustav medijske odgovornosti pokriti sve vrste portala, odnosno može li ocijeniti sve njihove vijesti?

U tom smislu, valja spomenuti inicijativu koju je pokrenulo Vijeće za štampu Bosne i Hercegovine. Zbog sve većeg broja pritužbi na *online* sadržaje, Odbor direktora odlučio je uključiti internetske portale u samoregulacijski sustav. Ideja se sastoji u tome da se započne s internetskim portalima koji su spremni primijeniti profesionalne standarde koje predviđa etički kodeks. Takav izbor predstavlja najbolji način za širenje medijske kvalitete mrežnih informacija, a pogotovo za ograničavanje govora mržnje na internetu. Borba protiv netolerancije ne može se uvijek dobiti primjenom državne regulacije ili pravosudnim mjerama. Profesionalno novinarstvo usmjereno na kvalitetu informacije u središtu je bitke da se internet održi slobodnim. Tradicionalne i široko prihvaćene vrijednosti profesionalnih novinarskih standarda trebaju se razvijati kao jamstvo slobodnih i neovisnih kvalitetnih medija u digitalnoj eri.