



Smernice uredniške etike

Smernice uredniške etike

Ta priročnik je rezultat skupnega dela udeležencev projekta “Novinarska etika za spletne medije”, ki ga je v letih 2008 in 2009 organiziral Medijski center Sarajevo v okviru Mreže za profesionalizacijo medijev v jugovzhodni Evropi (South East European Network for Professionalisation of the Media, SEENPM).

Projekt je podprl Medijski program Zavoda za odprto družbo (Open Society Institute, OSI)

Uvod

Te smernice so rezultat dveh tečajev, ki jih je organiziral Mediacenter Sarajevo leta 2006 in 2008. Na začetku in na koncu tečajev, ki so potekali nekaj mesecev v obliki učenja na daljavo, so bile v Sarajevu organizirane delavnice. Udeležence iz 12 držav v regiji je izbral pokrovitelj projekta, Mreža za profesionalizacijo medijev v jugovzhodni Evropi (SEENPM).

Smernice so sestavili udeleženci, ki so si prizadevali raziskati najboljše prakse v različnih delih sveta in potem osnovna načela prilagoditi razmeram v regiji. Cilj teh smernic je novinarjem ponuditi orodje za reševanje zapletenih etičnih vprašanj, ki nastajajo med novinarskim delom z namenom informiranja javnosti.

Te smernice obsegajo nasvete glede točnosti, raznolikosti, okusa, dostojnosti, razžalitve, pravičnosti, zasebnosti, soglasja in vključevanja občinstva, opirajo pa se na temeljna novinarska načela – uravnoteženost, nepristranskost, integriteta in neodvisnost.

Uravnoteženost in nepristranskost

Nepistranskost je ključnega pomena, če si medijska hiša želi pridobiti zaupanje svojega občinstva.

Vsebina prispevkov mora:

- predstaviti vse pomembne plati, če je to le mogoče,
- če ni izvedljivo vsako zgodbo posamezno uravnotežiti, mora biti pisanje uravnoteženo v daljšem časovnem obdobju,
- predstaviti nasprotujoča mnenja pravično, nepristransko in uravnoteženo,
- omogočiti občinstvu, da si na podlagi dejstev samo ustvari mnenje,
- jasno razlikovati med dejstvi in mnenjem.

Novinarji morajo:

- zagotoviti široko paleto mnenj in vključiti pomembne izjave, da so predstavljena vsa mnenja,
- ohraniti profesionalno distanco do predmeta, ki ga obravnavajo, saj osebno mnenje novinarja v njegovem poročanju ne sme biti očitno,
- biti pripravljeni da objavijo samo eno mnenje, vendar v tem primeru morajo obvezno pojasniti, zakaj ne moreta biti predstavljeni obe plati zgodbe,
- če v prispevku ni predstavljena druga plat, mora novinar povedati, kdaj bo dostopen drugi pogled.

Integriteta in neodvisnost

Informativni medij mora temeljiti na uredniški integriteti in neodvisnosti, da bi mogel v popolnosti služiti občinstvu. Tisti, ki spremljajo informativni medij, morajo biti prepričani, da na uredniške odločitve ne vplivajo politični, komercialni ali osebni interesi.

Pri tem veljajo tile nasveti:

- uprite se pritiskom katere koli zainteresirane strani in delujte skladno s poklicnimi merili,
 - nikoli ne sprejemajte daril, storitev in denarja, da bi zgodbo predstavili tako, kot si želi ena od zainteresiranih strani,
 - izognite se navzkrižju interesov; novinar na primer ne sme pisati o podjetju, od katerega ima kakršne koli koristi,
 - pregledno zbirajte informacije in hkrati ščitite vire, če je to potrebno,
 - priznajte napako in ponudite popravek,
 - kadar navajate uradne izjave ali sporočila za tisk, vedno ponudite povezave in se sklicujte na izvirne podatke; takšno gradivo, če je le mogoče, postavite na strežnik svoje medijske hiše in prej pridobite dovoljenje za objavo,
 - ne dovolite, da se vaše delo spremeni v sredstvo manipulacije; bodite vedno pozorni na poskuse manipulacije,
 - poskrbite, da objavljene zgodbe niso povezane s poslovnimi interesi lastnikov
- medija ali drugih ljudi, ki so povezani z medijsko hišo,
- ne izkoriščajte svojega poklicnega položaja za pridobivanje osebne veljave ali vpliva,
 - uprite se cenzuri, tako lastni (samocenzuri) kot tisti, ki vam jo vsiljujejo drugi,
 - uprite se pritiskom in vplivu oddelkov v svoji medijski hiši, kakršni so oddelki za oglaševanje, trženje in odnose z javnostmi,
 - ne dovolite, da z vami manipulirajo ali na vas vplivajo tisti, ki imajo lastniške deleže vaše medijske hiše,
 - bodite neodvisni od državnih organov, javnih služb in poslovnega sveta,
 - nikoli ne dovolite, da vaše pisanje uporabljajo kot sredstvo propagande,
 - kadar poročate o osebi, ki je povezana z vašo medijsko hišo, jasno omenite medsebojni odnos,
 - nikoli ne zlorablajte novic za povečevanje prihodkov od reklam,
 - nikoli ne vključite reklamnega gradiva v informativno poročanje,
 - jasno označite vse oglase, da bralci ne bi pomislili, da berejo neodvisne prispevke,
 - navajajte podatke o podjetjih in njihovih izdelkih samo, če je to nujno potrebno za javno razpravo in če je to v interesu javnosti,
 - podatke o koristnosti ali nevarnosti izdelkov in storitev navajajte samo, če morete svoje trditve podpreti z uradnimi

dokumenti ali raziskavami uglednih ustanov,

- menedžerji medijskih hiš morajo poskrbeti, da imajo novinarji zagotovljene dostojne plače, ustrezne razmere in delovna sredstva; tako bodo zmanjšali možnost korupcije,
- regulacija in samoregulacija medijev sta potrebni za izdelavo smernic o profesionalnih odnosih med mediji in občinstvom.

Točnost

Objavljanje netočnih ali lažnih informacij lahko škoduje vaši verodostojnosti in verodostojnost medijske hiše, v kateri delate. Točnost je vedno pomembnejša od hitrosti. Bolje je biti drugi in imeti prav, kot prvi in napačno poročati.

Nasveti glede točnosti:

- poročila morajo biti točna, preverjena in temeljiti na dokazih,
- govorice niso novice; nimajo nobene druge vloge, razen da spodbudijo novinarja, da zadevo razišče,
- naslovi in kratke vsebine novic morajo temeljiti na dejstvih,
- skrbno preverite vse podatke, preden jih objavite; če o čemer koli dvomite, preverite še enkrat,
- pošteno priznajte, da ne poznate vzroka ali globljega pomena dogodka,
- nikoli ne objavljajte svoji domnev; če domnevate, da se je karkoli zgodilo, morate to temeljito raziskati in pred objavo preveriti vsa dejstva,
- uredniki morajo vse članke temeljito prebrati in se prepričati, da so točni,
- ustvarite vzdušje, v katerem bo preverjanje dejstev zaželeno,
- za potrditev vsakega dejstva vedno poiščite dva vira, razen če gre za dogodek, ki ste mu bili osebno priča (vir iz prve roke);

če informacija temelji na enem samem viru, to jasno zapišite,

- poskrbite za to, da bodo informacije vaših virov temeljile na dokazih, ne pa na govoricah,
- vedno je bolje biti z viri v neposrednem stiku, v živo ali prek telefona, kot pa z elektronsko pošto,
- anonimne vire uporabite samo v izjemnih okoliščinah in šele potem, ko se prepričate o njihovi avtentičnosti in veljavnosti,
- svoje vire uporabljajte za pojasnjevanje zapletenih pravnih, političnih in gospodarskih razmer; vaše pisanje bo tako bolj prepričljivo in temo boste predstavili jasno in natančno,
- ko je objavljen popravek, morajo biti izvirne informacije dostopne na spletu (izjema so primeri, ko so informacije pravno nevarne); vse spremembe je treba jasno označiti in bralcem tako omogočiti, da se seznani z obema verzijama,
- popravki, ki se tičejo pravno nevarnega gradiva, ne smejo biti dostopni z iskalnikom,
- v nekaterih okoliščinah je poleg priznanja napake primerno tudi opravičilo,
- vse napake je treba čim prej priznati in popraviti,
- vedno se zavedajte, da je internet arhiv in da ima multiplikativen vpliv na založništvo,
- čeprav se vam zdi, da je spletna stran, iz katere črpate informacije, verodostojna,

poskrbite tudi za svoje vire novic; spletne strani je namreč možno kopirati, spletne naslove (URL) pa prikriti,

- citate uporabljajte v kontekstu, v katerem so nastali,
- potrudite se, da bo prevod citata natančen,
- izogibajte se vsem oblikam razlaganja,
- vse citate morate pripisati osebi, ki jo citirate; ne obravnavajte jih kot preverjena dejstva.

Več o točnosti

Točnost je osnovna uredniška vrednota. Vse informacije, ki jih posredujete občinstvu, morajo biti točne, pristne in odkrite. Predstaviti jih morate z jasnimi in natančnimi besedami, brez neutemeljenih domnev. Novinarji se morajo prepričati, da so informacije resnične, zato jih morajo pred objavo vedno skrbno preveriti. Sklicevati se morajo na najmanj dva neodvisna vira in vsak vir kritično analizirati. Kadar koli je mogoče, uporabljajte vire iz prve roke.

Zanesljivost virov

Novinarji morajo biti pripravljeni sprejeti informacije iz katerega koli vira. Vedno pa se morajo odločiti sami, katere informacije bi bilo primerno upoštevati in katere ne. Vire morajo vedno preverjati, posebno če gre za takšne, ki še nikoli niso bili uporabljeni. To lahko dosežejo s telefonskim klicem ali srečanjem z ljudmi, ki dajejo informacije. Vendar tega nikoli ne smejo početi prek elektronskih sporočil ali s katero koli drugo obliko virtualne komunikacije, razen če morejo nesporno potrditi identiteto vira in informacij, ki jih podajajo. Kadar novinar dobi sumljive informacije, mora najti še en vir, ki jih bo potrdil ali zanikal. Kot kateri koli drug del novinarskega dela tudi delo z viri zahteva čas in potrpljenje.

Anonimni viri

Vsi viri informacij morajo biti dostopni uporabnikom, razen v primerih, kadar vir zahteva anonimnost, novinar pa ve, da so informacije resnične.

Govorice

Govorice niso primeren razlog za pisanje zgodbe. Novinarji morajo vedno uporabljati dejstva. Vsako govorico, ki jo dobi član uredništva, moramo obravnavati nepotrjeno informacijo in z njo ravnati v skladu s tem. Govorice so lahko koristne kot sledi, če po preverjanju ugotovimo, da so točne. Vse do takrat pa jih moramo obravnavati kot govorice in ne kot dejstva. Na splošno velja, naj novinarji govoric ne objavljajo.

Popravljanje napak

Takoj ko napake opazimo, jih moramo priznati in popraviti. Objavljanje napak na spletu je drugačno od objavljanja napak v običajnih medijih. Če gre za majhno napako (ločila, vrstni red besed itd.), jo lahko enostavno popravimo z brisanjem. Kadar pa je napaka očitna, ali je bistvena za pomen besedila, moramo objaviti celoten popravek, ki jasno prikaže prvotno napako. To lahko storimo tako, da pri popravku dodamo povezavo na napako. Včasih je primerno opravičilo, če je za napako odgovoren novinar ali medijska hiša. V primerih, ko si verzije nasprotujejo in novinar ni prepričan, da je on naredil napako, je primerno objaviti še

eno verzijo zgodbe. Še bolje je, če združimo dve verziji in ponudimo obe strani zgodbe.

Razlaga in prevod

Poročevalec naj ne bi razlagal informacij, ki jih podaja. Držati se mora preverjenih dejstev. Naloga poročevalca je obveščanje javnosti. Njegova vloga ni prikrojevanje mnenja. Če hoče novinar prikazati svoje stališče, naj napiše komentar in ga jasno označi kot takega. Zelo pazljivi morajo biti novinarji pri prevajanju materiala iz enega jezika v drugega.

Hitrost proti točnosti

Hitrost nikoli ne sme imeti prednosti pred točnostjo. Bolje je, če ste drugi in imate prav, kot prvi in se motite.

Uredništvo

Urednikova miza je kraj zadnjega preverjanja gradiva pred njegovo objavo. Dolžnost urednika je, da zastavi vsa ustrezna vprašanja in zadrži zgodbo, dokler niso pojasnjeni vsi njeni elementi. Če novinar ni prepričan o vseh dejstvih, zgodbe ne sme objaviti. Bolje je, da počaka in se prepriča, kot da objavi in tvega napako. Nobene zgodbe ne bi smeli objaviti – ne glede na morebitne roke – če je ni preverilo uredništvo. Sodelavca/dopisnika/poročevalca bi morali izprašati o okoliščinah, v katerih je zgodba nastala. Tako bi pravilno ocenili njeno pristnost.

Multimedijski material

V spletnem novinarstvu slike, avdio, video gradivo in zunanje povezave uporabljamo kot podporo. Vse gradivo, ki ga uporabljamo kot podporo, mora biti verodostojno, avtentično in pomembno za glavno zgodbo. Spletni novinarji se morajo zavedati nevarnosti, ki jih povzroča spreminjanje gradiva, če ne opozorimo, da je besedilo spremenjeno.

Globalna dostopnost

Objave spletnih medijskih hiš so dostopne po vsem svetu. Pogosto pomenijo pomemben vir, ki ga uporabljajo drugi mediji. Zavedajte se multiplikativnega učinka tistega, kar objavite. Upoštevajte, da je internet arhiv.

Analize primerov v regiji

Analiza primera iz Makedonije: Spletna stran najvplivnejše in najbolj gledane makedonske televizijske postaje (z največjo gledanostjo) je objavila zgodbo, da so zaprli župana mesta Strumica in pet mestnih svetnikov. Poročilo je trdilo, da jih je policija aretirala zaradi korupcije v vezi z gradbenimi posli. Spletna stran je sporočila, da so bili »zaprti ljudje postavljeni pred sodišče in da se je začel sodni postopek«. Res pa je bilo, da jih je policija aretirala, niso pa bili zaprti.

Smernica: Bodite popolnoma prepričani, da poznate pomen gospodarskih, političnih, pravnih in drugih izrazov, ki jih uporabljate v

svojih poročilih in tudi da jih uporabljate pravilno. Če uporabite napačne izraze, napačno obveščate javnost in povzročate zmedo. To tudi meče slabo luč na vas kot novinarja.

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je 19. julija 2008 objavila, da bodo »od naslednjega tedna, ko bo začel veljati nov zakon, alkoholne pijače smeje prodajati samo tiste trgovine, ki bodo imele dovoljenje«. Dejansko naj bi sprememba zakona o prodaji alkoholnih pijač začela veljati 1. septembra 2008, šest tednov kasneje.

Smernica: Vedno večkrat preverite dejstva. Pri zbiranju dejstev mora biti poročevalec pazljiv. Informacije preverite vsaj dvakrat. Če je prvi vir usten, preverite ali je informacija kje zapisana ali pa se posvetujte z ustreznim strokovnjakom. Naredite vse, kar morete, da bo točno vse, kar boste objavili.

Analiza primera iz Srbije: Februarja leta 2006 je večina medijev nekdanje Jugoslavije poročala, da so ujeli generala Ratka Mladića. Izkazalo se je, da so to bila ugibanja, ki jih uradni viri niso potrdili. Tuje medijske hiše so zgodbo objavile in se na lokalne medije sklicevale kot na »neuradne« vire.

Smernica: Bolj ko je vest videti ekskluzivna in na videz pomembna, bolj moramo uporabiti pravilo dvojnega preverjanja vseh dejstev, ki jih vsebuje novica. Novinarjev ne sme zanesti želja, da bi novico objavili prvi. Ko gre za res

pomembne teme, bodo vsi mediji zgodbo prevzeli in jo objavili. Objava napačnih ali lažnih podatkov lahko uniči verodostojnost medijske hiše, javnost pa zmede in razjezi.

Analiza primera iz Srbije: Enajstega julija leta 2006 je spletna stran, ki se je izdajala za B92, objavila zgodbo o bifeju v Beogradu, ki se imenuje »Osama«. Spremeniti je moral ime, ker naj bi žalil osebe ameriške ambasade v tem mestu. Zgodba je bila napisana tako, da je delovala prepričljivo, spletni naslov (URL) strani pa je bil spremenjen tako, da bi bilo videti, kot bi jo objavila zanesljiva in ugledna spletna stran B92. Dnevnik Kurir se je na zgodbo odzval prvi in preiskava njegovega poročevalca je odkrila, da bife »Osama« nikoli ni obstajal. Kurir pa je še vedno verjel, da prvotna informacijo res objavil B92 in ga je navedel kot vir. Zgodba je nekako prišla do Ananove, se razširila po svetu; objavilo jo je nekaj vodilnih medijskih hiša na Balkanu, kot tudi več mednarodnih spletnih strani, časopisov, ter televizijskih in radijskih postaj. Lažno zgodbo je podtaknila skupina »Illegalni slaščičarji«, ki je s tem hotela dokazati, da bodo skoraj vsi pomembnejši mediji brez preverjanja dejstev objavili zgodbo, če bo ta dovolj zanimiva. B92 je nato objavil zgodbo, ki pripoveduje o tem, kako so prevaro izvedli. Vseeno na spletu iskanje besede »cafe osama belgrade« še vedno pokaže večje število objavljenih zgodb brez opombe, da je bila zgodba prevara.

Smernica: Če hočejo novinarji zagotoviti, da je zgodba točna, morajo preveriti vse podrobnosti in ne smejo enostavno povzemati trditev, ki jih

prinašajo druge strani. Če bi novinarji preverili domnevni izvor prvotne zgodbe, bi zvedeli, da ni pristna. Prav tako se morajo novinarji zavedati, da je naslov spletne strani mogoče tako preurediti, da deluje pristno. Novinar se more samo tako prepričati, ali je dogodek resničen, da ga sam razišče ali pa najde dva neodvisna vira, ki ga bosta potrdila.

Analiza primera iz Romunije: Januarja leta 2009 leta je romunski tabloid objavil zgodbo o psu, ki je napadel neko žensko in njeno hčerko v njenem domu. Ženska je bila žena nedavno umrlega igralca. Zgodba je bila najprej objavljena v spletni verziji časopisa. V njej ni bil naveden niti vir informacij niti pisec. Naslednjega dne je časopis zgodbo preklical in tokrat navedel vire. Pes matere in hčerke ni napadel, ampak lajal je, ker ga je vznemiril jok hčerke, ki se ni dobro počutila. V preklicu je bilo navedeno ime novinarja, ki je napisal zgodbo.

Smernica: Posledica nepotrjenih trditev brez vira so lahko napačne domneve. Novinarji morajo dejstva vedno preveriti iz najmanj dveh virov. Prepričati se morajo, da je tisto, kar objavijo, točno. Če bi novinar, ki je objavil prvo zgodbo, vsaj enkrat telefoniral, bi vedel, da pes ni nikogar napadel. Bodite drugi v poročanju resnice, namesto prvi v zmoti. V tem primeru je biti prvi pomenilo biti v zmoti. Če bi novinar počakal, da kdo njegovo zgodbo potrdi, bi si prihranil sramoto, ki mu jo je povzročila nepotrjena zgodba.

Analiza primera iz Bosne in Hercegovine: Na začetku julija leta 2008 je informativni portal Sarajevo-x.com objavil zgodbo o oploditvi v epruveti. Pisec je trdil, da je bil prvi postopek te vrste uspešno opravljen v Bosni in Hercegovini v zasebni kliniki v Gradačcu leta 2005 ali pozneje. Točnega datuma ni navedel. Znano je dejstvo, da je bil prvi otrok, spočet z oploditvijo v epruveti, v Bosni in Hercegovini rojen 2. februarja 2003 v Sarajevu. V Republiki Srbski je bil prvi otrok »iz epruvete« rojen 8. decembra 2003. V komentarjih, objavljenih ob zgodbi, so bralci trdili, da ni resnična, a se nič ni spremenilo. Tudi potem, ko so uredništvu poslali sporočila z ustreznimi povezavami, ki dokazujejo, da zgodba ni resnična, se ni nič spremenilo. Če natančneje pogledamo, kako je bila zgodba sestavljena, vidimo, da gre za sponzorirano besedilo za promocijo zasebne klinike v Gradačcu, ki napoveduje bližnji simpozij o humani reprodukciji, ki ga je organizirala prav ta zasebna klinika. Besedilu je bil dodan spletni naslov, kamor naj bi pošiljali prijave na simpozij.

Smernica: V vsakem komercialnem, sponzoriranem besedilu ali sporočilu za javnost mora biti jasno povedano, da ne gre za uravnoteženo in nepristransko besedilo. Tudi sponzorirana besedila morajo biti točna. Neresničnih stvari ne smejo predstavljati kot resnične. Urednik časopisa, spletne strani ali portala, ki objavlja sponzorirano vsebino, se mora na pritožbe odzvati, zadevo raziskati in bralcem sporočiti netočnosti, če je do njih

prišlo. Če bralci podvomijo o resničnosti informacij, mora uredništvo to preveriti.

Analiza primera iz Albanije: V albanskem mestu Devolliju so poročali o strahu prebivalcev, ki so ga povzročale tone odpadnega najlona. Policija je preiskala, kdo je za to odgovoren. Prebivalci so se bali onesnaženja, ker so mislili, da je najlon strupen. Objavljena je bila izjava policista, ki je dejal, da je skoraj 50 družin obtožilo podjetje, ki naj bi odložilo najlon. V poročilu ni bilo dejstev, ampak samo vrsta bojazni, besed in fraz kot »strupeno«, »nezakonito odmetavanje smeti«, »nezakonito podjetje«. Podjetje je po objavi zgodbe sporočilo, da najlon uporablja za recikliranje. Zgodba je bila napisana brez navedbe kakršnih koli neodvisnih virov in brez izjav odgovornih v podjetju. Bolje bi bilo, če bi navedli organizacije za varstvo okolja ali priznane strokovnjake. Zgodba je delovala čustveno, temeljila je na govoricah in strahu.

Smernica: Novinarji ne smejo dovoliti, da se v njihovem delu pojavljajo osebni predsodki ali čustva. Morajo biti pravični in predstaviti vse strani zgodbe. Ko novinar zbira, preverja in primerja informacije, se mora povezati z vsemi bistvenimi viri. Kadar novinar intervjuva ljudi in posreduje informacije, ki so mu jih dali, mora biti iskren. Temo mora obdelati z vseh pomembnih strani in predstaviti vsa pomembna mnenja, čeprav s tem uniči zgodbo. V novinarstvu ni prostora za osebni interes, poročevalci se morajo upreti pritiskom drugih,

tudi lastnih urednikov. Vsa dejstva morajo predstaviti uravnoteženo in vsakogar, ki z njim sodeluje pri zbiranju informacij, obravnavati pravično. Novinarjeva vloga je, da zbira potrjena dejstva in bralcu omogoči, da se sam odloči, katerim bo verjel. Novinar mora imeti evidenco o vsem, kar dela. Lahko si sestavi zaseben arhiv z dokumenti, dejstvi in drugimi gradivi, kot tudi viri, ki jih je uporabil za raziskovanje in pisanje zgodbe. Preden začne pisati zgodbo, mora dovolj časa posvetiti ocenjevanju vseh dejstev, gradiva in dokazov. Zapomnite si: če ste viru obljubili zaupnost, ne smete hraniti elektronske ali druge pisne evidence, ki bi razkrivala njegovo identiteto.

Analiza primera iz Madžarske: Na Madžarskem so desničarski skrajneži napadli parado gejev. Udeležence so ometavali z jajci. Policija je prijela kakih 50 napadalcev. Ti so trdili, da metanje jajc spada v svobodo izražanja in tisk je njihove izjave povzel. Pozneje je sodišče razsodilo, da obmetavanje z jajci ne spada k svobodi izražanja in da so aretirani zagrešili tudi druga nezakonita dejanja, s katerimi so ogrožali druge, čeprav so jajca metali kot izraz svobode izražanja. Kasneje so agencije poročale o sodbi, a so povzele le zadnji stavek, ki se je glasil, da so bili aretirani oproščeni, ker metanje jajc sodi v svobodo izražanja. Popravkov ni bilo.

Smernica: Popravljeni ali skrajšani citati lahko zelo spremenijo pomen tistega, kar je citirana oseba nameravala povedati. Novinarjeva dolžnost je, da poskrbi, da citat točno povzame

misli citirane osebe. Če bi skrajšan citat javnost lahko zavedel, mora vstaviti dodatno besedilo. Veljati bi moralo, da ob vseh skrajšanih citatih navede, kaj je bilo izpuščeno in zakaj. Če se kdo pritoži, da je bil pomen spremenjen, mora novinar, če ugotovi, da se je zmotil, spoštovati pravico do odgovora.

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je župana Skopja obtožila, da zanemarja mestne parke in vrtove. Ni bilo nobenih izjav niti pripomb javnosti niti komentarjev iz županovega urada. V drugem poročilu je bila zasebna univerza obtožena, da študentom preprečuje napredovanje. Ni bilo izjav študentov, zaposlenih ali uprave. Pozneje se je izkazalo, da je latnik spletne strani sorodnik lastnika konkurenčne univerze.

Smernica: Predstavite vse strani zgodbe.

Analiza primera iz Bolgarije: Februarja leta 2007 je nastal članek o usodi petih bolgarskih medicinskih sester in palestinskega zdravnika. Več kot osem let so bili za rešetkami v Libiji, ker so bili obtoženi, da so z virusom HIV okužili stotine libijskih otrok. Članek je obravnaval pismo, ki ga je voditelju te severnoafriške države izročil slovaški premier. Kot so poročali slovaški mediji, je premier zaprto medicinsko osebje označil za »kriminalce«. Ker je uporabil besedo »kriminalci«, je posredno priznal upravičenost smrtne kazni, ki jo je tedaj šesterici izreklo libijsko sodišče. Pismo je bilo

napisano v slovaškem jeziku, kar se je izkazalo kot resnična težava pri poročanju o tej zgodbi. Uradni viri so trdili, da ima beseda »pačatelov«, ki je navedena v besedilu, več pomenov. Pomeni lahko »kriminalci«, pa tudi »obtoženi«. Slovaški veleposlanik v Sofiji je vsem bolgarskim medijem poslal pismo z izjavo, da je novica lažna. Novinarji so uradni ugovor takoj objavili na svojih spletnih straneh. Kasneje pa so se odločili, da bodo preverili, od kod izhaja beseda »pačatelov«. Izkazalo se je, da gre za množinsko obliko besede »pačatel«. Po Collinsovem slovarju angleškega jezika, ter bolgarsko-slovaškem, slovaško-bolgarskem, angleško-slovaškem, slovaško-angleškem, bolgarsko-angleškem in angleško-bolgarskem slovarju je slovaška beseda za obtoženega »obzalovany«. Definicije v vseh teh slovarjih so pokazale, da je obtoženec oseba, proti kateri se je začel postopek na sodišču. Kriminallec pa je tisti, ki je zagrešil kaznivo dejanje (ali je bil obsojen po zakonu). Razlika je jasna. Pozneje se je slovaški premier bolgarskemu kolegu opravičil zaradi nesporazuma v zvezi s svojo izjavo.

Smernica: Pri prevajanju iz tujega jezika se prepričajte o pravem pomenu besed. Če o pravem pomenu besed dvomite, objavite definicije iz slovarja, da se bo bralec mogel sam odločiti.

Raznolikost mnenj

Medijska hiša mora poznati in razumeti vse segmente občinstva, ki ga nagovarja. To pa je mogoče le, če ima raznovrstno osebje.

Novinarji se morajo posvetiti razumevanju sveta, ki je drugačen od njihovega. Skupnosti so raznolik mozaik, mediji pa bi morali to odražati in dajati glas tistim, ki ga nimajo.

Nasveti glede raznolikosti:

- prikazovanje raznolikosti pomeni nameniti ustrezen in sorazmeren prostor in pozornost vsem delom družbe,
- odstopite prostor različnim družbenim skupinam in jim omogočite izraziti mnenje,
- nasprotujte sovražnemu govoru,
- če je tema prispevka različnost, vedno pojasnite kontekst,
- novinar, ki se ukvarja z družbenimi problemi, mora nagovarjati celotno občinstvo in družbo in poslušati obe strani,
- potrudite se in ne predstavite samo enega mnenja ali samo ene plati teme; če se temu ne morete izogniti, poskrbite, da nasprotujočih mnenj ne prikazete napačno,
- ljudi, ki jih intervjuvate, vprašajte, kako bi bili radi predstavljeni in jih tako nagovarjajte v celotnem prispevku,
- spoznajte in prepoznavajte svoje stereotipe in predsodke in poskrbite, da ne bodo vplivali na vaše pisanje,

- izogibajte se frazam, kakršni sta »kot veste«, ali »očitno je, da«, saj bi lahko krepile predsodke in utrdile tovrsten odnos bralcev do obravnavane teme,
- če uporabljate citate iz drugega vira, na primer gradivo tiskovnih agencij, odstranite morebitne pristranske komentarje,
- parafrazirajte besede svojih sogovornikov, da se izognete sovražnemu ali žaljivemu govoru; če navajate ali morate uporabiti besede, ki bi lahko koga užalile, pripomnite, da nekateri menijo, da je ta citat žaljiv (s tem dodajate kontekst),
- ne pozabite, da so pripadniki vseh etničnih skupin posamezniki z različnimi mnenji in izkušnjami,
- ne obravnavajte enega predstavnika skupine, kot da bi šlo za vso skupino,
- etnična vprašanja obravnavajte v kontekstu družbenih vprašanj,
- mnenja manjšin, žensk, narodnostnih in verskih skupin ne upoštevajte samo takrat, ko pišete o njihovi problematiki, temveč njihovo mnenje upoštevajte pri obravnavi vseh tem, o katerih pišete,
- dajte glas članom skupnosti, ne samo njihovim voditeljem.

Upoštevanje različnosti mnenj je v novinarstvu nujno potrebno, saj lahko samo tako delujemo v korist celotnega občinstva in ga predstavljamo. Cilj novinarja mora biti uravnoteženo pisanje,

sestavljeno iz široke palete tem in mnenj, objavljenih v ustreznem času in v vseh medijih. Prizadevati si mora, da predstavi široko pahljačo mnenj in razišče vsa pomembna mnenja ter se potruditi, da noben del občinstva ali skupnosti ne bi bil premalo upoštevan.

Značilnost naših družb je raznolikost, bodisi da gre za raznolikost etnične pripadnosti, barve kože, spolne usmerjenosti, politične pripadnosti, izobrazbe, političnega prepričanja ali mnenj. Vsi smo drugačni in ravno ta različnost daje naši skupnosti značaj. Dolžnost vsakega novinarja je, da v svojih prispevkih prikazuje raznolikost družbe.

V prikazovanje različnosti sodi tako upoštevanje mnenj skupin, ki so navadno spregledane, kot upoštevanje interesov vseh družbenih skupin v zadevah javnega pomena. Prikazovanje različnosti pomeni, da vsem damo prostor in jih upoštevamo. Koristno si je zastaviti naslednja vprašanja:

- Koga v prispevku nismo upoštevali?
- Kdo je moja ciljno občinstvo?
- Kakšen je kontekst zgodbe?
- Kje lahko dobim dodatne podatke?
- Kdaj je primerno omeniti rasno ali etnično opredelitev?
- Zakaj smo upoštevali ali izpustili nekatere podatke?
- Kako lahko najboljše predstavimo raznolikost družbe, zlasti marginalizirane in zapostavljene skupine?

Analize primerov v regiji

Analiza primera iz Srbije: Zgodba je obravnavala gejevsko gibanje in je bila objavljena kmalu po dnevu gejevskega ponosa. Posredovana so bila mnenja različnih političnih strank o tem, ali je treba v Beogradu dovoliti gejevsko parado. V naslovu pa je bila beseda »pedri«. Poleg žaljivega naslova je bila v prispevku gejevska parada primerjana s parado narkomanov ali pedofilov. Ni bilo komentarja nobenega predstavnika gejevskih organizacij.

Smernica: Ne glede na temo, ki jo obravnavate, morate za mnenje prositi vse zainteresirane strani. To je edini način, da bo članek do vseh pravičen. Izjemoma je mogoče izpustiti mnenje tiste strani, ki uporablja sovražni govor. Poleg tega morajo novinarji skrbno izbirati besede, saj lahko nepremišljena uporaba besed utrdi stereotipe in pretirano razvname čustva.

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je objavila prispevek z naslovom: »Prosimo Rome, naj ne ciganijo!« Članek je opisoval mlada Roma, ki sta ubila Roma, ki je delal v tujini. Po navedbah sta hotela morilca denar, ker pa ga v njegovi denarnici nista našla, sta ga ubila. Baje sta mu vzela cigarete in vžigalnik in pobegnili. Beseda cigan je v makedonski družbi zaradi predsodkov proti Romom žaljiva. Ti raje vidijo, da jih nagovarjajo kot Rome, ne pa kot cigane. Nekaj nevladnih romskih organizacij je članek obsodilo kot diskriminatorski.

Smernica: Izbirajte nevtralne in natančne besede, izraze in fraze. Skrbno se izogibajte žaljivkam!

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je objavila zgodbo o kavarnici v središču Skopja, kamor niso dovolili vstopiti enajstim Romom. Šef lokala je pojasnil: »Žal mi je, Romom vstop ni dovoljen, ker bi škodovali ugledu našega lokala.« Makedonski finančni minister je enajst mladih Romov povabil, naj se mu naslednji dan v omenjeni kavarnici pridružijo pri pitju kave. Šef je Romom dovolil vstopiti.

Smernica: Etnična vprašanja obravnavajte v povezavi z drugimi vprašanji – družbenimi, političnimi ali gospodarskimi. Pred tem se znebite svojih predsodkov in se izogibajte stereotipom.

Okus, spodobnost in žaljivke

Žaljivk je več vrst in novinarji ne bi mogli opravljati svojega dela, če bi morali skrbeti, da ne bodo nikogar užalili. Izražanje lastnega mnenja lahko na primer užalil človeka, ki ima nasprotno mnenje. Tega se ne bi smeli bati. Prava naloga novinarstva je posredovanje mnenj o vprašanih, ki so v javnem interesu. Nekatere žalitve pa so resnejše in se jim morate vedno izogibati. Vedno je na primer neprimerno ljudi sramotiti zaradi njihove rase, barve kože ali spolne usmerjenosti.

Novinarji morajo predstavljati resničnost sveta, v katerem živijo, hkrati pa morajo ščititi mlade in ranljive pred gradivom, ki bi lahko slabo vplivalo na njihov razvoj.

Nasveti glede okusa, spodobnosti in žaljivk:

- vse, kar delamo, mora biti uredniško upravičeno,
- zaščitite mlade in ranljive, bodisi da so predmet vašega prispevka ali gledalci,
- opozarjajte na primernost programov za otroke in jasno opozarjajte na morebitno neprimerno gradivo,
- še posebej bodite previdni, če se ukvarjate s temami, ki obravnavajo človeško trpljenje, bolečino, smrt in nasilje,
- prispevek opremite z ustreznim slikovnim gradivom, ki subjekta ne povečuje in ne komercializira,

- izogibajte se uporabi nepotrebnega slikovnega gradiva ali izrazov; vsaka sestavina prispevka mora biti uredniško upravičena,
- upoštevajte etnično, kulturno, spolno in versko občutljivost in se zavedajte, da se ta sčasoma spreminja,
- poročilo je neprimerno senzacionalistično, če osebo, ki jo opisujemo, obravnavamo le kot objekt; novinar se mora nenehno zavedati čustev ljudi, ki jih opisuje,
- če spletni novinar svoj prispevek poveže z drugimi spletnimi stranmi, se mora prepričati, da prvi klik, s katerim bo bralec zapustil spletno stran novinarjeve medijske hiše, bralca ne bo pripeljal do vsebine, ki bi bila neprimerna za objavo na spletni strani medijske hiše,
- posebej občutljivo gradivo je treba posredovati v kontekstu in mora biti uredniško upravičeno.

Okusi in pravila spodobnosti so lahko različna. Odvisna so od kulturne in verske občutljivosti, ki pa se tudi sčasoma spreminja. Novinarji se morajo tega vedno zavedati in to upoštevati.

Novinarji ne smejo nikogar smešiti. Spoštovati morajo osnovna merila dobrega okusa in biti sposobni upravičiti vsako sprejeto uredniško odločitev. Vedno se morajo zavedati značilnosti medija, pri katerem delajo, ter potreb in čustev svojih bralcev. Če novinar piše o še posebej občutljivi temi, se mora posvetovati s svojimi

uredniki in se tako prepričati, da je upošteval vse dejavnike.

Spletni novinar se mora zavedati, da so novice na spletu nenehno dostopne, ponoči in podnevi, sedem dni v tednu. Zavedati se mora, da je otrokom in dovzetnim ljudem gradivo ob vsakem času dosegljivo.

Včasih je novinar morda prisiljen objaviti gradivo, ki velja za neokusno, če je zaradi tega tema postavljena v kontekst in razumljivejša. Vedno pa se mora prepričati, ali je to v javnem interesu. Novinar morajo bralcem jasno povedati, da je to upošteval in da se je za to odločil zaradi javnega interesa. Bralce mora opozoriti, da bi moglo biti to, kar bodo videli ali prebrali, žaljivo.

Poročilo je neprimerno senzacionalno, če ljudi obravnava le kot objekte. To še posebej velja, če poročanje o osebi, ki umira ali telesno ali duševno trpi, ni v javnem interesu in interesu razumnih zahtev bralcev po informacijah.

Spletni novinarji se morajo zavedati nevarnosti spletnih povezav, ki vodijo do žaljivih vsebin.

Novinarji morajo biti še posebej skrbni, kadar se ukvarjajo s temami, ki obravnavajo človeško trpljenje, bolečine, smrt in nasilje. Vse to morajo obravnavati enako spoštljivo, ne glede na vero, barvo kože, prepričanje in geografsko lokacijo. V stikih z žalujočimi morajo ravnati z ustrezno občutljivostjo.

Žalitve in svoboda izražanja

Novinarji se morajo nenehno bojevati proti poskusom, da bi njihovo uredniško svobodo omejili tisti, ki trdijo, da je novinarsko pisanje žaljivo na kulturni ali verski osnovi. Komentiranje fizičnega stanja človeka, na primer invalidnosti, rase, starosti, spola, finančnega položaja itd. je pogosto žaljivo. Pozorni pa morate biti na ljudi, ki poskušajo versko ali politično prepričanje izrabiti za omejevanje novinarske nepopustljivosti. Ni vam treba preveč skrbeti, da boste užalili mnenje ljudi, vedno pa bodite previdni, da ne užalite ljudi zaradi tistega, kar so. Raso, vero, narodnost, spolno usmerjenost in družinske razmere omenjajte samo, kadar je to bistvenega pomena za celovitost zgodbe.

Televizija ima dolgo in uveljavljeno politiko družinskih oddaj. Navadno ima postavljeno časovno mejo, po kateri je prikazovanje oddaj za odrasle sprejemljivo. Vsebine za odrasle navadno predvajajo po 21. uri.

Analize primerov v regiji

Analiza primera iz Hrvaške: Leta 2004 je v javnost prišel posnetek spolnega življenja znane hrvaške pevke. Spletni portal je objavil fotografije in video posnetke, da bi si povečal krog obiskovalcev. Nekaj ur pozneje so posnetke in fotografije umaknili, a je bila škoda že storjena in posnetki so zdaj široko dostopni na spletu. Zatem je bilo objavljenih še nekaj posnetkov znanih osebnosti. Slikovno gradivo je

bilo namenjeno zasebni uporabi in za njegovo prikazovanje ni bilo javnega interesa. Čeprav je šlo za znane osebnosti, imajo tudi one pravico do zasebnosti.

Smernica: Za objavo posnetkov, fotografij in drugega gradiva, ki bi lahko povečalo število obiskovalcev vaše spletne strani, morate pridobiti dovoljenje vpletenih. Če vam gradiva ne dovolijo objaviti, še vedno lahko napišete zgodbo o tem, da takšno gradivo obstaja in posredujete komentarje vpletenih, ne da bi karkoli prikazali. Najpomembneje, da preverite, ali je prikazovanje takšnega gradiva v javnem interesu. Če ga ni, ste na spolzkem terenu.

Analiza primera iz Madžarske: Novinar je kritiziral mnenje in predloge madžarskega politika, hkrati pa se je norčeval iz njegovega imena in zunanosti. Politik je tožil tiskovno agencijo zaradi obrekovanja in zahteval 8000 funtov odškodnine. Sodišče je ugotovilo, da je tiskovna agencija oblatila dobro ime politika, ker se je norčevala iz njegovega imena in zunanosti (ne pa iz njegove politike in menja). Tiskovna agencija je morala plačati zahtevano vsoto denarja.

Smernica: Kritizirati smete ideje, ki jih zagovarja politik, in njegovo mnenje, tvegano pa je napadati politika zaradi njegovega imena in zunanosti (fizičnih lastnosti). Še enkrat je treba opozoriti, da morate preveriti, ali je to, kar nameravate objaviti, v interesu javnosti.

Analiza primera iz Makedonije: Spletna stran je objavila izzivalne fotografije 15-letne manekenke z odpeto srajco. Spletna stran ni hotela prevzeti odgovornosti za objavljanje erotičnih fotografij. Izgovarjala se je, da je fotografiranje organizirala agencija, fotografije pa so bile objavljene z dovoljenjem dekletove matere in agencije. Druga spletna stran je to odločitev kritizirala, a je tudi objavila fotografije. Te so bile prikazane na naslovnici obeh spletnih strani.

Smernica: Novinar bi moral objaviti ustrezno slikovno gradivo, ki zgodbo pojasnjuje, ne sme pa obravnavane teme poveličevati in komercializirati. Tako bo vedno pravilno ravnal. Opozarjamo, da morate vedno preveriti, ali je tisto, kar nameravate objaviti, v interesu javnosti.

Analiza primera iz Bolgarije: Aprila leta 2000 je bolgarska javna televizija v najbolj gledanem terminu prikazala posnetek, na katerem Čečeni sekajo glavo ruskemu vojaku. Mnogi starši so javno izrazili nezadovoljstvo in poročali o tem, da je prizor vznemiril njihove otroke. Zaradi prikazanega posnetka je protestirala vsa novinarska skupnost. Obsodili so ga tiskani mediji in televizijske postaje, češ da je prikazovanje takšnega posnetka med večernimi poročili popolnoma neprimerno in neetično in da bi moral kdo prevzeti odgovornost.

Smernica: Skrbno pazite, da ne prestopite meje. Zavedajte se, da si lahko mladi in ranljivi

posnetke ogledajo kadar koli. Nazorne prizore prikažite, če je to ključnega pomena za vašo zgodbo in če je v interesu javnosti. Bolgarska televizija bi to lahko naredila kako drugače, na primer tako, da bi gledalce opozorila na sporne prizore.

Pravičnost, zasebnost in soglasje

Novinar nikoli ne sme neupravičeno posegati v zasebnost. Spoštovati mora posameznike in kadar koli je to mogoče, pridobiti dovoljenje v obliki, ki je dokazljiva, najbolje v pisni ali posneti obliki.

Nasveti glede pravičnosti, zasebnosti in soglasja:

- vedno bodite pravični do vseh, ki jih obravnavate v svojem prispevku,
- ni pravičnosti brezčnosti in ničnosti brezčnosti,
- osebnih pogovorov, zasebne korespondence in podatkov ne smete objaviti brez dovoljenja obravnavane osebe,
- informacije smete objaviti, če vam je oseba, za katero gre, to dovolila; novinar mora zahtevati pisno potrditev dovoljenja,
- novinar mora predstaviti obe strani zgodbe in bralcem dovoliti, da sami odločajo o njenem pomenu ter si ustvarijo svoje mnenje,
- novinar mora omogočiti pravico do odgovora, če gledalec, poslušalec ali bralec zahteva, naj uravnoteži objavljeno besedilo ali prispevek,
- vse odzive je treba predstaviti pravično in točno in jih čim prej objaviti,
- v spletnem novinarstvu je treba pravico do odgovora omogočiti v obliki spletne povezave v okviru prvotne zgodbe,

- novinarji, ki predstavljajo različne strani zgodbe, morajo poskusiti preveriti, ali je zapisano točno ali ni,
- domneva nedolžnosti velja za vsakega, zato mora novinar skrbno izbirati besede, da ne bi namigoval na krivdo,
- obtoženi osebi pred izrekom sodbe ne smemo pripisovati krivde,
- za mnenje ne smemo spraševati človeka, ki ni zmožen dati soglasja in verjetno ni zmožen pravilno odgovoriti (če se svojega ravnanja ne zaveda popolnoma); takšni ljudje so lahko čustveno občutljivi, žrtve zločinov ali travm, ali pa so njihove umske sposobnosti pomanjkljive,
- tistih, ki nam posredujejo informacije, ne smemo izpostavljati tveganju,
- raziskovalni novinarji pogosto delajo skrivaj, novinar, ki spremlja splošne novice, pa se mora predstaviti kot novinar, ki išče informacije; ljudje se drugače vedejo, če vedo, da ste novinar; to je povezano s pridobivanjem dovoljenja,
- medijske hiše morajo pridobiti dovoljenje ljudi, ki jih intervjuvajo; dogovor je mogoče shraniti v obliki posnetka,
- ljudi, ki jih snemamo v množici, smemo obravnavati kot ponazoritev splošnega javnega življenja in za to ne potrebujemo njihovega dovoljenja,
- novinar mora ljudi obvestiti, da namerava posneto gradivo predvajati, pa tudi o namenu in kontekstu, v katerem bo

posneto gradivo prikazano; povsem jasno pa jim je treba razložiti, da posnetek morda sploh ne bo prikazan ali pa bo uporabljen v drugačnem kontekstu,

- novinar osebi, ki mu posreduje podatke, ne sme dovoliti, da pregleda ali spremeni gradivo, ki ga uporablja; ko prosi za dovoljenje, mora sogovorniku jasno povedati, da ta ne bo imel uredniške vloge,
- soglasje je prostovoljno in tisti, ki ga daje, mora biti pred tem dobro obveščen; jasno se je treba dogovoriti, kaj bo objavljeno v mediju; novinar mora dovoljenje pridobiti v dobri veri,
- novinar ali producent mora v vlogi urednika spletne strani preveriti, ali je oseba dovolila objaviti vse osebne podatke; včasih to ni mogoče; nekateri ljudje bi morda neprijetne podrobnosti o sebi raje zadržali zase, na primer starost ali da so bili zaprti; vseeno pa je lahko upravičeno, da te podatke objavite; ponavljamo, vedno preverite, ali je to v interesu javnosti,
- novinar mora jasno povedati, da dovoljenje pomeni, da sme medijska hiša prispevek objaviti v kakršni koli medijski obliki,
- skrbno in od primera do primera je treba pretehtati, ali je razkrivanje zasebnosti v javnem interesu, da bi preprečili morebitno škodo; novinar mora v vseh okoliščinah preveriti, ali je poseganje v zasebnost v interesu javnosti,
- novinarji morajo zaščititi osebno življenje, ugled, dostojanstvo in čustva vsakega človeka

pred neupravičenim senzacionalističnim prikazovanjem in namigovanjem na domnevna kazniva dejanja,

- kandidati za javne položaje ali ljudje, ki so v središču pozornosti javnosti, morajo biti izpostavljeni pravičnemu in poštenemu javnemu preverjanju, njihovo osebno življenje pa mora biti zaščiteno in ga smemo razkrivati samo, če je to v interesu javnosti,
- če človek, ki je v središču pozornosti javnosti, javno razglša nekaj, kar je v nasprotju z njegovim zasebnim vedenjem, morajo novinarji pomisliti na možnost, da se je ta oseba s tem morda odrekla pravici do zasebnosti,
- otroke, žrtve kaznivih dejanj in nesreč, ranljive, invalide in tiste, ki se ne morejo braniti, ali ne morejo prispevati k razpravi o svojem položaju, je treba zaščititi pred poseganjem v njihovo zasebnost,
- novinarji ne smejo objavljati imen in drugih podatkov, ki bi lahko prispevali k razkrivanju identitete otrok, žrtev kaznivih dejanj, zlasti spolnih,
- mediji morajo zasebnost šteti za osnovno človekovo pravico in spoštovati zaščito podatkov, človekovo dostojanstvo in zaščito pred nadzorom, pravico vsakega človeka, da ga pustijo pri miru in pravico do zaščite osebnega ugleda,
- spoštovati je treba virtualno identiteto človeka in ga ne povezovati z njegovim pravim imenom,

- novinar sme podatke o spolni opredelitvi, zdravstvenem stanju, poreklu in narodnosti objaviti samo, če za to dobi dovoljenje, ali pa če je uporaba teh podatkov v javnem interesu,
- novinarjeva dolžnost je zaščititi identiteto anonimnega vira.

Novinarji imajo pri iskanju ravnotežja težavno nalogo. Spoštovati morajo zasebnost. Morajo pa biti tudi dosledni in nepopustljivi, kadar raziskujejo teme, ki so v javnem interesu. To pomeni, da mora včasih novinar med svojim raziskovanjem posegati v zasebnost ljudi, ki so v ospredju raziskave.

V javni interes sodi raziskovanje in odkrivanje kaznivih dejanj, opozarjanje na izrazito nesocialno vedenje, korupcijo in krivice, razkrivanje nesposobnosti ali malomarnosti ter podatkov, ki ljudem omogočajo, da so obveščeni, ko se odločajo o vprašanih javnega interesa, zaščita zdravja in varnosti ljudi, preprečevanje zavajanja in vprašanja svobode izražanja.

Najpomembnejše pravilo je, da moramo z ljudmi ravnati pravično in spoštljivo. Poleg tega moramo biti jasni glede svojih motivov. V raziskavi ne smemo imeti osebnega interesa, ki bi ogrožal zasebnost ljudi. To je edino upravičeno takrat, kadar je v interesu javnosti in če resnično poskušamo opozoriti na kazniva dejanja.

Novinarji bi se morali vprašati, kdo bi se lahko odzval na temo, ki jo obravnavajo, in poskušali navezati stik s tem človekom ter upoštevati

njegovo mnenje. Na ta način lahko bralci bolje razumejo zgodbo. Vse odzive je treba posredovati pošteno in točno in jih objaviti hkrati z obtožbo. Ta mora biti v interesu javnosti. Obstajati morajo močni razlogi, da verjamemo v njeno resničnost in močni razlogi za njeno objavo.

Ne glede na to, ali ponujate uravnoteženo zgodbo, ali pa pišete komentar, v katerem predstavljate svoje mnenje, se bodo bralci čutili prevarane, če izkrivljate dejstva ali nasprotujoča si mnenja nepošteno prikažete.

Pravično ravnate, če ljudem omogočite, da se odzovejo, ko mislijo, da nimate prav, čeprav se s tem ne strinjate. Pravično je tudi prisluhniti različnim mnenjem in jih vključiti v svoje prispevke. Ni pa pravično papagajsko ponavljanje laži in izkrivljanje dejstev v želji, da bi brez truda dosegli ravnotežje, zaradi katerega novinarji posredujejo nasprotujoče si izjave, čeprav so dejstva premočno v prid eni strani. Pravično ravnanje je naposled posledica stanja duha. Vedeti moramo, kaj nas motivira in vedno moramo biti pripravljeni prisluhniti tistim, ki se z nami ne strinjajo.

Prvo pravilo pogovora je poslušanje. Več se moremo naučiti od ljudi, ki mislijo, da nimamo prav, kot od ljudi, ki se z nami strinjajo.

Mediji morajo zasebnost šteti za temeljno pravico. Novinarji morajo spoštovati varstvo osebnih podatkov, človeško dostojanstvo, zaščito pred nadzorom in pravico vseh, da jih pustimo pri miru.

Zaščito pred vdorom v zasebnost moramo ponuditi otrokom, žrtvam kaznivih dejanj in nesreč, ranljivim ali invalidom ter tistim, ki se ne morejo braniti ali prispevati k razpravi o svojem položaju.

Kandidate za javne položaje ali tiste, ki so bili na te položaje izvoljeni, in tiste, ki vplivajo na oblikovanje javnega mnenja, moramo izpostaviti pravičnemu in poštenemu preverjanju njihovih dejavnosti. Njihovo zasebno življenje pa mora ostati zasebno. Njihove značajske lastnosti, ki so lahko v nasprotju z njihovim javnim delom, smemo razkrivati samo, če je to v interesu javnosti.

Zasebnosti ne smemo kršiti brez utemeljenega razloga. Vzpostaviti moramo ravnotežje med pravico posameznika do zasebnosti in pravico drugih do svobode izražanja, pravice do informiranosti in pravice do spraševanja. Merilo je, ali je objava informacije v interesu javnosti.

Novinar se mora prepričati, da ljudje vedo, zakaj in kako od njih zahteva sodelovanje in kje bo objavljeno gradivo, ki ga odstopijo. Edina izjema so primeri, ko je objava gradiva v interesu javnosti in ko moramo zaradi tega interesa raziskovati in delovati skrivaj.

Včasih je v interesu javnosti, da sodelavcu ne razkrijemo popolnoma namen gradiva.

Novinar mora viru povedati, da morda njegovega gradiva ne bo uporabil ali pa bi ga lahko uporabil v drugih informativnih izdajah, ki jih objavlja njegova medijska hiša. To je še posebej pomembno, če je medijska hiša

izdajatelj več medijev. Če oseba sodelovanje zavrne, mora novinar razmisliti, ali je prav, da bralce o tem obvesti. Včasih mora pojasniti pogoje, ki jih je sogovornik postavil, preden je privolil v sodelovanje. Novinar mora varovati zasebnost vira in poskrbeti, da niso objavljeni nobeni osebni podatki.

Domneva nedolžnosti

Domneva nedolžnosti velja za vse ljudi. Osumljene za kazniva dejanja morate pred končno sodbo v najslabšem primeru predstaviti z začetnicami. Navajanje imen mladoletnih prestopnikov in kakršnih koli drugih podatkov, po katerih bi jih lahko prepoznali, je omejeno tudi po izreku sodbe.

Vzdevek

Tudi vzdevke in spletne identitete varuje zasebnost. Ponudnik interneta ne sme nikoli razkriti prave identitete.

Občutljivi podatki

Z občutljivimi podatki moramo ravnati previdno. Podatkov o spolni usmerjenosti, zdravstvenem stanju, prepričanju, pripadnosti narodnostim ali etničnim manjšinam ne smemo objaviti, razen če si je novinar pridobil pisno soglasje. Podatki o ljudeh, ki oblikujejo javno mnenje, morejo biti objavljeni, če so nam jih sami razkrili ali če imajo velik vpliv na družbo.

Tajno snemanje

Novinarji ne smejo uporabljati posnetega gradiva, če oseba, ki jo snemamo s tem ni seznanjena, razen če je to res nujno. Ljudem je treba vnaprej povedati, da bomo snemali. Prepovedana je uporaba spletnih kamer za spremljanje ali opazovanje ljudi brez njihovega dovoljenja. (Tu ne vidim nobene druge možnosti.) Ko se odločamo o uporabi gradiva, posnetega s spletnimi kamerami, postavljenimi na javnih krajih, moramo biti zelo previdni. Novinar se mora prepričati, ali je to v interesu javnosti, na primer ko gre za opazovanje dokazanih kaznivih dejanj.

Anonimni viri

Anonimnim virom se moramo na splošno izogibati. V nekaterih okoliščinah pa je potrebno ali zaželeno zavarovati identiteto vira. Včasih je na primer anonimnost vira potrebna zaradi razkritja velikega hudodelstva, ali pa če uredništvo ugotovi, da bi razkritje identitete osebe verjetno povzročilo bolečino ali nevarnost. V tem primeru je neimenovanje vira sprejemljivo. Pred razkritjem identitete vira mora urednik zvedeti, ali novinar viru ni zagotovil anonimnosti.

Politika zasebnosti na spletni strani

Vsaka spletna stran mora imeti posebno stran, do katere vodijo spletne povezave z vseh strani na spletni strani. Na njej lahko bralci preberejo o politiki in pravilih medijske hiše. V politiki

zasebnosti mora biti jasno poudarjeno, kaj bralci smejo, oziroma česa ne smejo početi na interaktivnih delih informativne strani. Bralcem moramo povedati, ali bo moderator njihove prispevke pregledal pred objavo ali po njej. Spletne strani, namenjene otrokom, morajo izpolnjevati posebne pogoje, ki zagotavljajo njihovo zasebnost. Zasebnega vedenja, korespondence in pogovorov ne smemo javno razkrivati, razen če je to v jasnem interesu javnosti. Samo dejstvo, da so drugi mediji poročali o zasebnem vedenju, ne zadostuje, da o tem poročamo mi.

Novinarji ne smejo uporabljati nobenih podatkov o uporabnikih, ki bi jih črpali iz baze podatkov na spletni strani.

Opozorila

Novinarji se morajo prepričati ali vir razume, da bo gradivo, ki ga je odstopil, obkrožilo svet. Marsikdo tega ne razume. To ni težko razložiti. Povedati moramo, da bo zgodba objavljena na internetu, da bo tam za vedno ostala in jo bo lahko vsak našel ne samo čez en dan ali teden kot v tiskanih ali elektronskih medijih, temveč vedno. To moramo virom jasno razložiti, ko se pogovarjamo o njihovi zasebnosti.

Časopisne hiše pogosto isto zgodbo objavijo v tiskani in spletni izdaji. Nekateri ljudje, katerih besede navajajo ali jih intervjuvajo za tisk, morda ne razumejo, da bo vse, kar bodo povedali, z njihovimi fotografijama vred, dostopno bralcem po vsem svetu, ko bo

objavljeno na spletu. Zaradi tega se vpleteni včasih neprijetno počutijo.

Lov na zgodbe

Novinarji ne smejo loviti »novic« tako, da si v želji, da odkrijejo zgodbo, izmišljajo okoliščine, čeprav so prepričani, da zgodba drži in se jo splača objaviti. Če lahko novinar dokaže, da je njegovo raziskovanje v interesu javnosti, se mora posvetovati z nadrejenimi uredniki o tem, ali je objava kršenje zasebnosti ali bistven del posredovanja novic. Ne glede na namen mora najprej pridobiti soglasje. Izjema so primeri, ko vir ne da soglasja, tema pa vpliva na javnost in bi bilo v škodo posameznikom, če zgodbe ne bi objavili, oziroma če bi iskanje soglasja ogrozilo raziskovanje.

Travmatične izkušnje

Spletni novinarji morajo pridobiti dovoljenje osebe, če hočejo objaviti podrobnosti o njenem življenju, zlasti kadar zgodba nastaja po travmatični izkušnji.

Analiza primerov iz regije

Analiza primera iz Romunije: Junija leta 2008 so vodilni mediji objavili poročilo o učiteljici in njenih intimnih slikah, ki so bile dostopne na internetu. Sebe je posnela med spolnim občevanjem s svojim možem. Slike so bile na njenem prenosnem računalniku. Eno od poročil je trdilo, da so bile slike slučajno prenesene po omrežju »peer-to-peer«, drugo pa, da je bil prenosni računalnik oddan na servis in so tam njene slike objavili na internetu. Ženska in njen mož sta zanikala, da sta jih sama objavila. Ko je nekdo učiteljico prepoznal, je to povedal novinarju v svojem kraju. Ker je zgodba prišla v javnost, je učiteljica vzela dopust in se nato izselila iz države. Minilo je že precej časa po njenem odhodu, ko so mediji zgodbo povzeli in jo predstavili mnogo širši javnosti. Mediji so njeno ime in podobo predstavili javnosti in vsa besedila so s spletnimi povezavami povezali s slikami. Avtorji besedil so se spraševali, ali je primerno, da kaj takega stori oseba na njenem položaju, ki vzgaja otroke. Bolj liberalni mediji, predvsem ženske revije, so trdili, da tisto, kar kdo počne v zasebnosti svojega doma, ni prav nič povezano z njegovim poklicem. Nihče pa se ni vprašal, ali je primerno razkriti ime in posnetke te osebe in javnost spodbujati h gledanju njenih osebnih posnetkov.

Smernica: Pravica do zasebnosti mora biti za novinarja pravilo, ne izjema. Samo če bi presodil, da je razkrivanje podatkov v interesu javnosti, bi lahko naredil izjemo. V tem primeru razkrivanje intimnih podrobnosti zasebnega

življenja ni bilo v interesu javnosti. Samo če je to bistven del zgodbe, sme novinar razmisliti o vdiranju v zasebnost in objavljanju materiala brez dovoljenja.

Analiza primera iz Srbije: Producent je pripravljala televizijsko oddajo o Srbiji, v kateri je bil tudi kratek prispevek o kuhanju. Voditelj je bil znan srbski igralec, mlade ženske iz občinstva pa so nastopale kot njegove gostje. Producentova naloga je bila, da po vsaki oddaji pripravi besedilo o epizodi in gostih. Podatke, ki so bili objavljeni na spletni strani, so vzeli iz podatkov, ki so jih gostje pred snemanjem napisali na obrazce. Med njimi so bila tudi imena, datumi rojstva, podatki o poklicu in izobrazbi, pa tudi nekaj osebnih podatkov. Podatki so voditelju služili za pripravo na pogovor z gostji. Po eni od oddaj je gostja zahtevala, naj vse njene podatke odstranijo s spletne strani. Očitno ni dovolila, da bi njene podatke objavili na spletu, čeprav je privolila v sodelovanje v oddaji (prišla je na snemanje, oddaja, v kateri je gostovala, je bila prikazana). Producent je odstranil vse njene osebne podatke, razen tistega, kar je povedala med oddajo. Kasneje je producent odkril, da nezadovoljna gostja obrazca ni izpolnila sama, ampak njena prijateljica. Poleg tega so še ugotovili, da na obrazcih, ki so jih izpolnjevale mlade gostje, ni bilo napisano, da dovolijo objavo podatkov. S pravnega stališča bi vse lahko zahtevale, naj njihove podatke odstranijo s spletne strani.

Smernica: Kot urednik spletne strani mora novinar ali producent preveriti, ali ima soglasje za vse zasebne podatke oseb, o katerih pripravlja prispevek, in jih namerava objaviti. Prav tako mora preveriti, ali ni kdo od sodelujočih privolil v objavo gradiva v televizijski oddaji ali na radiu, ni pa se strinjal z objavo na spletu. Poskrbite, da je na obrazcih, na katerih udeleženci zapišejo dovoljenje za uporabo osebnih podatkov, tudi izrecno povedano, da dovolijo objavljanje na spletu.

Analiza primera iz Srbije: Skupina štirinajstletnic je v Pirotu, na jugovzhodu Srbije, ujela dekle iz svoje šole. Mučile so jo in jo spolno zlorabljale. Vse, kar se je dogajalo, so posnele s prenosnim telefonom in posnetke širile po šoli. Posneto gradivo so povzeli mediji in ga objavili na spletu, v tisku in na televiziji. Nekatere televizijske postaje so objavile »surove« posnetke. Dekle je bilo mogoče prepoznati, čeprav je imelo zakrite oči. Javno tožilstvo je medije opozorilo, naj ne objavljajo posnetega gradiva, ker bi jih lahko obtožili razširjanja otroške pornografije.

Smernica: Identiteta otrok mora biti zavarovana, zlasti če so žrtve kriminala. Novinarji morajo biti previdni, kadar razkrivajo podrobnosti o kateri koli žrtvi kaznivega dejanja. Odkrijejo naj samo nujna dejstva in tako žrtve kaznivih dejanj zavarujejo pred še eno travmo.

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je objavila zgodbo o mladoletniku, ki je posilil svojo dveletno sestrično. V poročilu so omenjeni starost mladoletne osebe, ime in prva črta priimka, mestni predel, v katerem živi, prikazana pa je tudi hiša, kjer naj bi se posilstvo zgodilo. Spletna stran je objavila začetnice posiljenega otroka in ime njegove matere.

Smernica: Novinarji ne smejo objavljati imen ali česar koli drugega, kar bi lahko razkrilo identiteto otrok, ki so zagrešili ali bili žrtve kaznivega dejanja ali mladoletniškega kriminala.

Analiza primera iz Makedonije: Makedonska spletna stran je objavila, da je policija zaprla 40 delavcev, ki so pobirali cestnino. Osumljeni so bili, da so sprejeli podkupnino v vrednosti pet milijonov evrov. Spletna stran je objavila slike dve policistov z maskami in revolverji, ki obtožene spremljajo na sodišče. Prepoznati je bilo mogoče obraze osumljenih. Skoraj leto pozneje jim krivda še ni dokazana.

Smernica: Preden je izrečena zakonita sodba, obtožene osebe ne smemo predstavljati kot krive. Novinarji morajo zavarovati zasebnost vsake osebe, njeno integriteto, dostojanstvo in občutke in jih braniti pred neupravičenimi ali senzacionalističnimi obtožbami za hudodelstva. Poročilo ne sme vsebovati napovedi o tem, kako se bo zadeva končala na sodišču. Novinar mora obtožene ščititi, podrobnosti pa sme objaviti šele po izrečni sodbi.

Analiza primera iz Madžarske: V enem največjih madžarskih spletnih časopisov je bil objavljen video prispevek o enajstletnem romskem otroku iz Romunije, ki živi na ulicah Budimpešte. Otrok se je na posnetku obnašal nasilno, nadlegoval ljudi, kradel denar, pil alkohol in kadil. Nekaj dni potem, ko je bil posnetek objavljen, so otroka napadli na ulici. Napad je organiziral avtor bloga, ki se je skliceval na video prispevek. Končno so za otroka poskrbeli in ga vrnili v Romunijo.

Smernica: Otroci morajo biti zaščiteni, ko novinarji prikazujejo razmere, v katerih živijo. V tem primeru bi otrokov obraz morali zakriti. Urednik mora poskrbeti, da novinarsko gradivo, objavljeno na spletni strani, otroka ne spravlja v nevarnost.

Zaključek

Pisanje uredniških smernic o etičnih vprašanjih je stalen proces, ki mora prikazovati, kaj je v družbi, ki se nenehno spreminja, sprejemljivo in kaj ni. Mediacenter Sarajevo je ta proces začel leta 2006 in ga nadaljeval čez dve leti. Proces bi se moral nadaljevati, če naj bi bile smernice še naprej času primerne in veljavne.

Opombe

Zahvalil bi se rad vsem, ki so naporno delali na tečaju leta 2008. Med njimi so¹:

- Dejan Andonov, Makedonija
- Vitalie Hadel, Moldavija
- Marko Herman, Srbija
- Georgiana Ilie, Romunija
- Lejla Kalamujić, Bosna i Hercegovina
- Biljana Livančić, Bosna in Hercegovina
- Nihad Penava, Bosna in Hercegovina
- Anila Rrushi, Albanija
- Eva Simon, Madžarska
- Margarita Stojančeva, Bolgarija
- Časlav Vujotić, Črna gora.

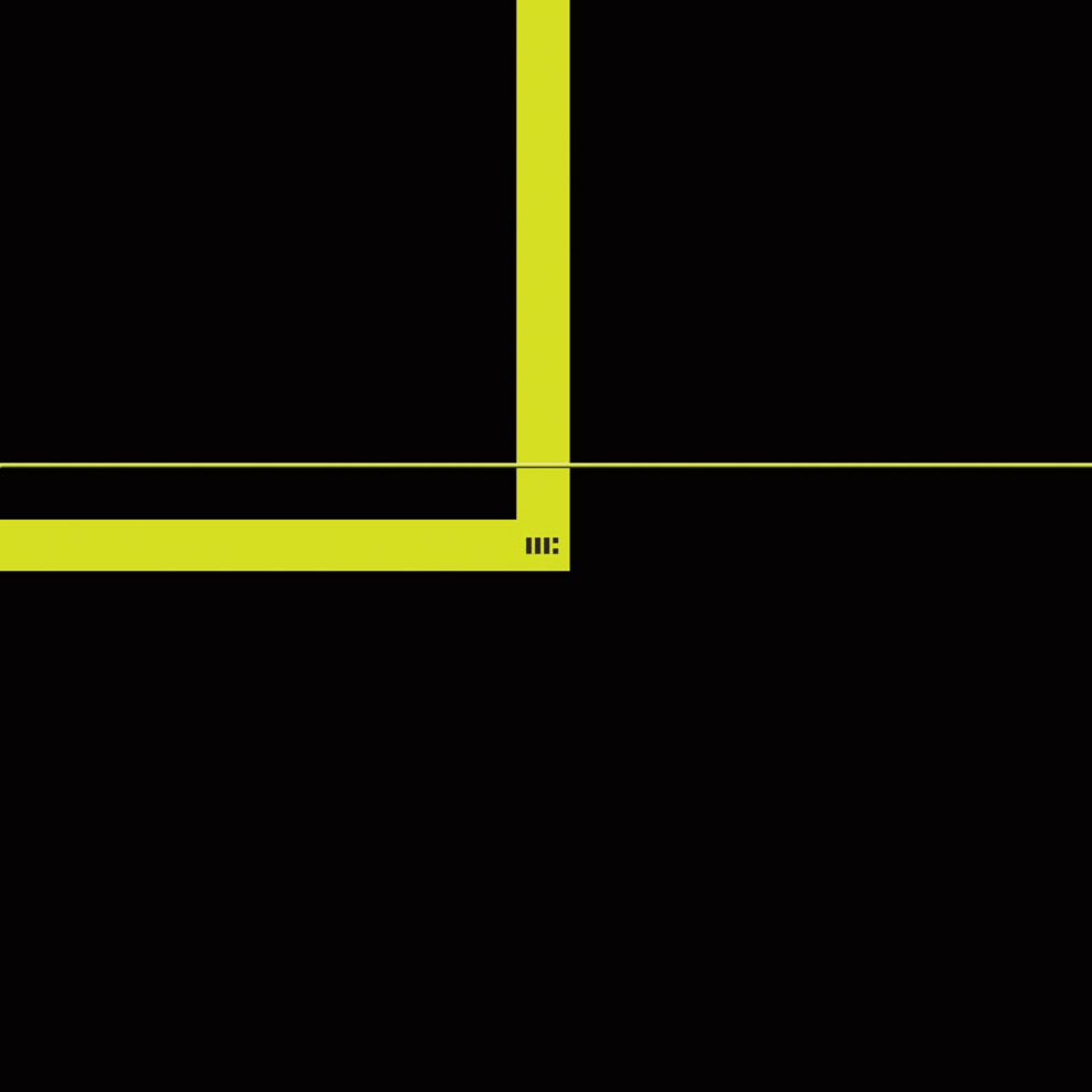
Za odlično podporo se zahvaljujem tudi skupini sodelavcev Mediacentra Sarajevo, v kateri so bili med drugimi:

- Goran Todorović
- Slobodanka Dekić
- Elfid Pašović
- Maša Hilčišin-Dervišević

Prav tako bi se rad zahvalil Bobu Eggingtonu, svetovalcu za medijsko strategijo in mojemu dobremu prijatelju. Ponudil se je, da bo te smernice uredil. Podane so v obliki in slogu, kot so jih sestavili zgoraj omenjeni udeleženci.

David Brewer, London, februar 2009.

¹ V delu tečaja je sodelovala tudi Katja Lenart iz Slovenije.



III: