

■ Vodič za samoregulaciju online medija

Vodič za samoregulaciju online medija / ur. A. Hulin i M. Stone;
Beč: Ured predstavnice OSCE-a za slobodu medija, 2013 – 110 str.

Napisana u formi „pitanje-odgovor“ ova publikacija slijedi „Vodič za samoregulaciju medija“ koji je objavio Ured predstavnika OSCE-a za slobodu medija u 2008. Autori istražuju najbolje prakse i mehanizme samoregulacije internet medija u regiji OSCE-a i razmatraju najnovija pitanja u novinarstvu, samoregulaciji i etici. Za novinare, konsultante, službenike regulatornih tijela i studente dodiplomskih i postdiplomskih studija.

Stavovi koje iznose autori u ovoj publikaciji su njihovi vlastiti i nužno ne odražavaju stavove predstavnice OSCE-a za slobodu medija.

Dizajn: red hot 'n' cool i Gili Perl

Urednici: Adeline Hulin i Mike Stone

© 2013 Ured predstavnice za slobodu medija
Organizacija za sigurnost i suradnju u Evropi

6 Wallnerstrasse
A-1010 Beč, Austrija
Tel: +43-1-51436-6800
Fax: +43-1-51436-6802
e-mail: pm-fom@osce.org

ISBN: 978-92-9234-702-4

■ Vodič za samoregulaciju online medija

Vodič za samoregulaciju online medija

Ured predstavnice za slobodu medija

Organizacija za sigurnost i suradnju u Evropi

Beč, 2013. godine

Sadržaj

Predgovor Dunja Mijatović	5
Poglavlje 1: Internet i novi medijski prostor Christian Möller i Andrei Richter	8
1/ Konvergencija medija	11
2/ Novi oblici novinarstva	19
3/ Pravna pitanja i implikacije	25
Poglavlje 2: Samoregulacija sadržaja i online industrija Joe McNamee	44
Poglavlje 3: Etika i digitalno novinarstvo Aidan White	60
Poglavlje 4: Mehanizmi za samoregulaciju medija u online svijetu Adeline Hulin and Jeffrey Dvorkin	
1/ Zasluge medijske samoregulacije u digitalnom dobu	77
2/ Ombudsmen za medije u digitalnom dobu	85
3/ Prilagođavanje vijeća za štampu digitalnom dobu	89
O autorima	106
Korisni online izvori	109

Predgovor

Dunja Mijatović¹

Dragi čitatelji,

Ovaj Vodič se bavi pitanjem medijske samoregulacije u digitalnom svijetu. Njime se želi pokazati potreba za etičkim standardima u doba interneta, te sa konkretnim primjerima ilustrirati kako samoregulacijski mehanizmi mogu zaštititi slobodu medija u digitalnom dobu.

Živimo u vremenu u kojem svako može sudjelovati u „dijalogu“, više nego ikada prije. Sloboda medija i sloboda govora danas znače dati svima, a ne samo nekolicini ljudi koji posjeduju ili kontroliraju tradicionalne alate za masovne komunikacije, priliku da razgovaraju i dijele informacije. Svako sa računarom i internetskom vezom može objavljivati u cijelom svijetu.

Proces digitalizacije je uveliko povećao količinu dostupnih informacija, a vladama je otežao kontrolu tih podataka, ako je ona uopće i moguća. Rasprostranjena dostupnost sadržaja koji se smatraju štetnim je uzrokovala zabrinutost jer ne postoji zajedničko razumijevanje pravila koja bi trebala regulirati internet na međunarodnom nivou. Stoga se samoregulacija pojavljuje kao rješenje za povećanje online odgovornosti, a u isto vrijeme pružajući više fleksibilnosti nego je to slučaj sa državnim regulacijama. Također, to je jedini priznati mehanizam koji je naklonjen slobodi govora.

Digitalizacija nije samo promijenila način na koji ljudi komuniciraju već je temeljno i nepovratno transformirala prirodu novinarstva i etike. Dok novi mediji potiču ljude da izražavaju svoja mišljenja, demokratija još uvijek od nezavisnih novinara zahtijeva pouzdane i nepristrane vijesti i analize. Ključna zadaća samoregulatornih mehanizama je poticanje povjerenja javnosti u medije.

Samoregulacija medija ne može uspjeti u represivnom okruženju. Međutim, gdje je sloboda medija zajamčena, samoregulacija može pomoći očuvanju nezavisnosti medija i zaštititi ih od uplitanja vlasti.

¹ Mijatović je Predstavnicom za slobodu medija u Organizaciji za sigurnost i suradnju u Evropi.

Moj ured želi podržati one koji sudjeluju u novinarstvu - online ili offline - koji žele da se ujedine u svojoj profesionalnosti i koji žele biti odgovorni prema javnosti.

Ova publikacija je pokušaj da se odgovori na najčešća pitanja o samoregulaciji koji se javljaju u novim medijima. Ko bi trebao slijediti etičke standarde novinarstva u digitalnoj eri? Jesu li etički kodeksi novinarstva adaptirani za online okruženje? Kakve izazove za samoregulaciju medija donosi konvergencija? Kakav je utjecaj procesa digitalizacije na vijeća za štampu?

Vodič se ne fokusira na određene zemlje već na široki spektar pitanja koja su posebno obrađena u različitim poglavljima. Vodič objašnjava kako internet dramatično osnažuje civilno društvo da poziva medije na odgovornost putem proizvodnje inovativnih oblika medijske odgovornosti i kako internet mijenja institucionalizirane oblike medijske samoregulacije koji su posebno stvoreni za tradicionalne medije.

Napisana u formi „pitanje-odgovor“ ova publikacija slijedi uspješni Vodič za samoregulaciju medija koji je objavljen 2008. godine. Nadam se da će ova nova publikacija imati sličan odjek i da će pomoći čitateljima da nađu rješenja svojih trenutnih problema.

Željela bih se zahvaliti svim stručnjacima koji su pisali za ovaj Vodič za njihove izuzetne doprinose.

Poglavlje 1: Internet i novi medijski prostor

Uvod

Internet ima složenu infrastrukturu i tehnologiju koja korisnicima omogućava pristup i razmjenu informacija na globalnoj razini. Danas oko 2,3 milijarde ljudi širom svijeta je povezano i ima nove mogućnosti za pristup i razmjenu informacija, što nam nudi mogućnost za istinski demokratsko društvo koje se oblikuje preko ujedinjene globalne javne zajednice. Veliki uspjeh društvenih mreža tokom posljednjih 10 godina je značajna ilustracija ovog novog okruženja. Internet je značajno promijenio način na koji ljudi konzumiraju medije i preobrazio je tradicionalnu podjelu zadataka među različitim vrstama medija. Pored toga što je medijska „konvergencija“ razrijedila dugogodišnje granice između štampanih i audiovizuelnih medija, ona je stvorila i nove mogućnosti za medijski pluralizam jer u online svijetu nema nestašice frekvencija i drugih resursa.

Rasprostranjena dostupnost štetnih i nezakonitih sadržaja na internetu je izazvala zabrinutost među vladama i predstavnicima civilnog društva. Čak iako je korist od slobodnog protoka informacija veća od opasnosti zlupotrebe interneta, odgovornost za nezakonite i štetne sadržaje koji se nalaze tamo nam ostaje veliki problem, naročito jer internet omogućava anonimnost. U ovom kontekstu, pitanje ne bi trebalo biti treba li vlada regulirati internet nego šta i u kojoj mjeri se sadržaj treba regulirati, te kakav će učinak to imati?

Kako su nove tehnologije radikalno preoblikovale medijski prostor tako su tradicionalne regulatorne pretpostavke dovedene u pitanje i, u mnogim slučajevima, postojeća pravila su postala kontraproduktivna. Da li se vladina regulacija pokazala efikasnom i ako nije, postoje li alternativni metodi koji su naklonjeni slobodi govora i koji bi mogli biti efikasniji?

1/ Konvergencija medija

Christian Möller

Šta je internet?

Internet kao „mreža mreža“ korisnicima omogućava pristup i razmjenu informacija na globalnoj razini, gdje god se nalazili. Nije potrebno ništa više od jednog računara ili smartphone-a (pametnog telefona) i priključka na mrežu - bilo da je dial-up, DSL, kablovska ili WiFi - za pristup internetu. Internet postoji već više od 40 godina, a World Wide Web (WWW) gotovo 20 godina. Bez obzira na to internet se još uvijek smatra „novim medijem“, a svi odgovori na pitanje kako regulirati internet još uvijek nisu pronađeni. Složena priroda interneta znači da regulacija postoji na najmanje tri različite razine ili sloja: prvo, tehnički sloj kablova i prekidača, drugi sloj protokola IP adresa i Transmission Control Protocol (TCP) (Protokol kontrole prenosa) i, treće, na razini sadržaja.

Objašnjenje interneta

- Internet je mreža mreža koja povezuje milione računara diljem svijeta.
- Informacije putuju internetom na različitim jezicima koji se nazivaju protokolima.
- World Wide Web je način pristupa i dijeljenja informacija putem HTTP protokola. Također, za pristup web dokumentima koji sadrže grafiku, zvukove, tekstove i video zapise se koriste i pretraživači (browsers).

Kako radi internet?

Kratko objašnjenje osnovne infrastrukture i tehnologije: uglavnom se sastoji od kablova, sklopki, DNS servera, okosnice (backbones), usmjerivača (routera) i brojnih tehničkih uređaja koji pripadaju privatnim firmama, telekomima, univerzitetima i vladinim mrežama. Ovaj hardver tvori fizičko tijelo interneta. Dramatičan porast internetskog saobraćaja tokom posljednjih desetljeća je od interneta napravio to da postane mreža mreža kakva je danas. Institucije poput Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) (Internetska korporacija za dodjelu imena i brojeva) se bave tehničkim funkcioniranjem sistema domenskih imena (DNS) (Domain Name System) uspostavljajući nove standarde u tzv. zahtjeve za komentare (RFC) (Requests for Comments) - i očigledno su obavili prilično dobar posao dosada omogućavajući pristup internetu za više od 2,26 milijardi ljudi diljem

svijeta.¹

1 'Približni konsenzus, operativni broj' ('Rough consensus, running code') bio je jedan od principa koji su se koristili kako bi internet funkcionirao definiranjem najnižeg zajedničkog nazivnika za tehničke standarde i sučeljanja (interface).

ICANN

Da bi ste došli do druge osobe na internetu morate upisati adresu na računaru - ime ili broj. Ta adresa mora biti jedinstvena kako bi računari znali naći jedan drugog. ICANN koordinira ove jedinstvene identifikatore diljem svijeta. Bez te koordinacije ne bismo mogli imati jedan globalni internet.

Tehničkom terminologijom rečeno, Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) (Internetska korporacija za dodjelu imena i brojeva) koordinira sistem domenskih imena (DNS) (Domain Name System), internetske protokol (IP) adrese, dodjelu prostora, dodjelu identifikacijskih protokola, upravljanje domenima najvišeg nivoa u sistemu domenskih imena - domenima opće namjene (gTLD) (generic Top- Level Domain) i domenima koji se dodjeljuju na korištenje državama (ccTLD) (country code Top-Level Domain) i upravljanje sistemom root (korjenskog) servera. Ove usluge su prvo pružali Internet Assigned Numbers Authority (IANA) (Direkcija za dodjeljivanje internet brojeva) i drugi subjekti na osnovu ugovora sa vladom SAD-a. ICANN je sada obavlja funkciju IANA.

Izvor: <http://www.icann.org/en/>

Da li je internet promijenio proizvodnju i potrošnju medijskog sadržaja?

Na mnoge načine, da. Danas, internet nudi brojne nove načine za komunikaciju i razmjenu ideja, od kojih mnoge nismo mogli ni zamisliti samo prije nekoliko godina, a pojaviti će ih se još mnogo više koje sada ne možemo ni zamisliti. Inovativne tehnologije u kombinaciji sa već postojećim obilježjima se koriste za formiranje novih internetskih usluga koje mogu podjednako koristiti novinari i građani.

Šta je medijska konvergencija?

„Konvergirati“ (spojiti) prema The New Oxford rječniku engleskog jezika je kad „nekoliko osoba ili stvari dolaze istovremeno iz različitih smjerova kako bi se na kraju sastali.“ Digitalna ili medijska konvergencija je, prema Britannica Online enciklopediji,

„fenomen koji uključuje međusobno povezivanje preduzeća za računarske i informacijske tehnologije, telekomunikacijske mreže, i pružatelja sadržaja svjetskih novinskih izdavača, časopisa, muzike, radija, televizije, filmova i zabavnog softvera.“ Samo prije deset godina za prenošenje poruka su bili potrebni štamparija, televizijski studio ili radio stanica, kao i odašiljači. Danas internet omogućava da se svi oblici medija distribuiraju istovremeno putem jednog uređaja. Digitalne tehnologije su zamijenile analogne medije dovodeći do toga da su prethodno odvojene medijske forme, kao što su tekst, audio sadržaj, slike i video zapisi povezani u multimedijiski sadržaj.

Dakle, konvergencija je uglavnom tehničko pitanje?

Nije samo tehničko pitanje. Različite tehnološke platforme poput satelita, zemaljskih i kablovskih mreža spajaju se na internet, a istovremeno, nekad različite medijske forme - radio, TV, novine - konvergiraju u multimedijalne sadržaje. Promijenili su se i pošiljatelji i producenti (uredništva) sadržaja. Prije nekoliko godina samo su profesionalni novinari bili u mogućnosti objavljivati informacije. Danas svako može kreirati sadržaj i distribuirati ga globalnoj publici uz niske troškove.

Šta konvergencija znači za uređivački sadržaj i regulaciju medija?

Ima ogroman utjecaj. Tradicionalno su prepreke za ulazak u medijski sektor bile vrlo velike. Tehnologija je bila komplicirana i skupa, a propusnost (bandwidth) i frekvencije za širenje informacija su bili oskudni. Ovo je legitimiralo i davalo razloge za reguliranje mnogih oblika medija i sadržaja. Kako bi se osigurao maksimalan stepen pluralizma unutar ograničenih resursa frekvencijskog spektra medijska regulatorna tijela su izdavala dozvole za radio i TV stanice. U digitalnom dobu, ne postoji nestašica frekvencija na internetu, a tržišni udjeli pojedinih online medijskih kuća se ne mogu usporediti sa utjecajem koje su velike televizijske kuće imale u 1980tih.

Ko su glavni akteri na internetu?

2006. godine. časopis Time je izabrao „Vas“ kao osobu godine. Na naslovnici magazina prikazan je iMac računarski monitor s reflektirajućom Mylar pločom koja se pojavljuje kao prozor online video uređaja, namijenjena da odražava sliku onoga ko uzme časopis kao online sadržaj.² Ovaj „Vi“ se odnosio na milione ljudi koji doprinose korisničkim generiranim sadržajima Wikipedije, YouTubea, MySpacea, Facebooka, GNU/Linux operativnog sistema i mnoštvu drugih web stranica koje sadrže korisničke doprinose.³ Korisnički generiran sadržaj (UGC) bio je - i još uvijek jeste - jedna od glavnih fraza za

² You (Time Person of the Year). Vi (Timeova osoba godine) (23. august 2012). U Wikipedia, The Free Encyclopedia. Preuzeto 19. septembra 2012, sa [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=You_\(Time_Person_of_the_Year\)&oldid=508761170](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=You_(Time_Person_of_the_Year)&oldid=508761170)

³ Lev Grossman (13. decembar 2006.). "Time's Person of the Year: You" (Timeova osoba godine: Vi) U Time. Preuzeto 19. septembra 2012. sa <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

¹ Svjetska internet statistika preuzeta 19. septembra 2012. godine sa <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

nove mogućnosti koje tehnička inovacija interneta (tzv. Web 2.0) nudi svim korisnicima. Danas, svako može proizvoditi svoje vlastite medijske ili kao medijske sadržaje i distribuirati ih na internetu, bez značajnih finansijskih ulaganja ili tehničkih vještina. To ne znači da je korisnički generiran sadržaj profesionalno novinarstvo, niti da je to vrijedan sadržaj, ali osnovno ljudsko pravo na slobodu izražavanja nije rezervirano samo za redakcije ili tradicionalne medije. Važno je imati na umu da pravo na slobodu izražavanja također vrijedi za individualne korisnike i građane, kako online tako i offline.⁴



Izvor: Wikipedia

⁴ Dana 5. jula 2012. godine Vijeće UN-a za ljudska prava (HRC) je konsenzusom usvojilo ključnu rezoluciju o „Promociji i zaštiti svih ljudskih prava, građanskih, političkih, ekonomskih, socijalnih i kulturnih prava, uključujući pravo na razvoj“. Član 20. ove Rezolucije se odnosi na promociju, zaštitu i ostvarivanje ljudskih prava na internetu.

Koji drugi institucionalni i korporativni akteri postoje na internetu?

Ostali akteri, mimo korisnika koje je časopis Time slavio u 2006. godini, se brzo mijenjaju - i oni imaju ogroman utjecaj. Facebook i Twitter, na primjer, nisu ni postojali prije 10 godina, ali ih danas koristi više od 1,5 milijarde ljudi širom svijeta. Čuvanje (hosting) i prebrojavanje (computing) informacija i podataka miliona ljudi zahtijeva visok stepen obaveza i odgovornosti od strane tih korporacija. Izazovi se kreću od privatnosti, zaštite podataka i zaštite maloljetnika do pitanja kao što su sloboda izražavanja i sloboda okupljanja. Društveno odgovorno poslovanje (DOP) privatnog sektora u području ljudskih prava je tema o kojoj će se sve više raspravljati u godinama koje dolaze.

Ko će regulirati korisnički generiran sadržaj?

O ovome se još uvijek puno raspravlja. Smanjeni nivo državne kontrole i državne regulacije u medijskom sektoru treba pozdraviti, jer uklanjanje ulazne barijere i omogućava većem broju ljudi da se slobodno izražavaju. S druge strane, ovakav razvoj postavlja više zahtijeva pred pojedinačnog korisnika kada je riječ o samoregulaciji, kao i profesionalnom i ličnom razmatranju medijske etike. Kako bi se osigurao pluralizam u digitalnom dobu, ti pojmovi, zajedno sa snažnom implementacijom ljudskog prava na slobodu izražavanja, ključni su za učinkovitije rješavanje neželjenog ili uvredljivog sadržaja.

Ko je odgovoran za uvredljive komentare objavljene na internetu: autor ili izdavač?

Još uvijek nije postignut opći sporazum o ljudskim pravima i odgovornostima na internetu. Najnoviji primjer je satirički videozapis objavljen na internetu koji su neki smatrali bogohuljenjem i koji je korišten kao razlog za nasilne proteste u nekim dijelovima svijeta. Takve pojave demonstriraju prijelaz s uredničkog nadzora na korisnički generiran sadržaj i postavljaju pitanja korporativne društvene odgovornosti i izazova koji se javljaju usljed arbitraže privatnog sektora u vezi sa pitanjima slobode govora. Google je, na primjer, u zadnjih nekoliko godina pokušao zaštititi slobodu izražavanja odbijanjem zahtjeva da samostalno cenzurira svoje pretraživače u Kini i lansiranjem svog izvještaja o transparentnosti u realnom vremenu. U izvještaju se navodi broj zahtjeva država za povlačenje sadržaja i kako je Google reagirao na takve zahtjeve. 15. septembra 2012. godine, Google je izjavio: „Trudimo se stvoriti zajednicu u kojoj svako može uživati i koja također omogućava ljudima da izraze različita mišljenja. To može biti izazov, jer ono što je uredu u jednoj zemlji može biti uvredljivo negdje drugo. Ovaj video (Nevinost muslimana) - koji je široko dostupan na webu - jasno se nalazi unutar naših smjernica i zato će ostati na YouTubeu. Međutim, mi smo ograničili pristup tom zapisu u zemljama u kojima je protuzakonit, kao što su Indija i Indonezija, kao i u Libiji i Egiptu s obzirom na vrlo osjetljive situacije u ove dvije zemlje. Taj pristup je u potpunosti u skladu s načelima koje smo prvi put postavili u 2007. godini [...] Mi ćemo, s vremena na vrijeme, ograničiti sadržaj na domenama određenih zemlja u kojima državni zakoni to zahtijevaju i to kao odgovor na

zahtjeve lokalnih vlasti.⁴⁵

Koji napori se čine na međunarodnom nivou?

UN se uključio u rasprave o reguliranju interneta tek nakon UN-ovog Svjetskog samita o informacijskom društvu (WSIS) (World Summit on the Informational Society) i Foruma o upravljanju internetom (IGF) (Internet Governance Forum) koji ga je slijedio. Nakon velike rasprave, odlučeno je da koncept upravljanja internetom nadilazi čisto tehničko područje.

Međunarodni mehanizmi za promociju slobode izražavanja ZAJEDNIČKA DEKLARACIJA O SLOBODI IZRAŽAVANJA I INTERNETU

Specijalni izvjestitelj Ujedinjenih naroda (UN) o slobodi mišljenja i izražavanja, Predstavnic za slobodu medija Izvjestitelj Organizacije za sigurnost i suradnju u Evropi (OSCE), Specijalni izvjestitelj Organizacije američkih država (OAS) o slobodi izražavanja i Specijalni izvjestitelj Afričke komisije za ljudska prava i prava naroda (ACHPR) o slobodi izražavanja i pristupu informacijama,

Usvojili su, 1. juna 2011. godine, sljedeću Deklaraciju o slobodi izražavanja i internetu:

Posrednička odgovornost

a. Niko ko samo osigurava tehničke internetske usluge kao što su pružanje pristupa ili pretrage, ili transmisiju ili keširanje informacija, ne treba biti odgovoran za sadržaj koji generiraju drugi, a koji se diseminira korištenjem tih usluga, sve dok oni specifično ne interveniraju u taj sadržaj ili odbiju ispuniti sudski nalog za uklanjanje tog sadržaja, u slučajevima kada imaju kapacitet za to ('princip pukog provođenja').

b. Treba uzeti u obzir potpuno izoliranje drugih posrednika, uključujući i one koji se spominju u preambuli, od odgovornosti za sadržaj koji generiraju drugi, pod istim uvjetima kao u stavu 2.(a). U najmanju ruku, od posrednika se ne bi trebalo zahtijevati da prate korisnički generiran sadržaj i oni ne bi trebali biti predmet izvansudskih pravila o uklanjanju sadržaja koja ne pružaju dovoljnu zaštitu za slobodu izražavanja (što je slučaj s mnogim 'obavijesti i ukloni' pravilima koja se trenutno primjenjuju).

Izvor: www.osce.org/fom

On oslovljava pitanja pristupa, otvorenosti, sigurnosti i bavi se privatnosti i ljudskim pravima. Upravljanje internetom, kao što je definirano na Svjetskom samitu, je „da vlade, privatni sektor i civilno društvo u svojim nadležnostima razvijaju i primjenjuju zajednička načela, norme, pravila, procedure donošenja odluka i programe koji oblikuju evoluciju i korištenje interneta.“⁴⁶ IGF je, kao inkluzivni forum više interesnih grupa, otvoren za sve sudionike.

Koja je uloga država u regulaciji interneta?

Države imaju važnu ulogu u regulaciji interneta. One oblikuju uvjete za korištenje interneta kroz svoju izvršnu vlast i kao zakonodavci i mogu isključiti sadržaj kao što je dječja pornografija ili poticanje mržnje. Ovo je postalo teže sa pojavom Web 2.0 i sve većim brojem korisnika diljem svijeta koji stvaraju sadržaj na internetu. Takav tehnološki razvoj nužno ne mijenja ulogu državnih zakonodavaca, a svakako ne opravdava dijeljenje

Forum o upravljanju internetom (The Internet Governance Forum)

IGF je forum za dijalog više interesnih grupa o javnim politikama koje se tiču pitanja upravljanja internetom, kao što su održivost, izdržljivost, sigurnost, stabilnost i razvoj interneta.

Generalni sekretar Ujedinjenih naroda je službeno najavio osnivanje IGF u julu 2006. godine, a prvi sastanak je sazvan u oktobru/novembru 2006.

Cilj IGF-a je povećati mogućnost otvorenog i inkluzivnog dijaloga i razmjene ideja o pitanjima upravljanja internetom.

Izvor: <http://www.intgovforum.org/cms/faqs>

internetske globalne mreže u državne segmente. Umjesto toga, treba njegovati nove oblike međunarodne suradnje, samoregulaciju, korporativnu odgovornost u području ljudskih prava i medijsku pismenost i etiku pojedinačnog korisnika. Internet kao istinski globalni medij je važan alat za pravo na traženje, primanje i širenje informacija bez obzira na granice. Kao takav, internet mora ostati cjelovit i slobodan.

⁵ YouTube ograničava video pristup libijskom nasilju (13. septembar 2012. godine) CNN. Preuzeto 20. septembra 2012. godine sa <http://edition.cnn.com/2012/09/12/tech/web/youtube-violence-libya/index.html>

⁶ Tunišanska agenda za informacijsko društvo (18. novembar 2005. godine) Svjetski samit o informacijskom društvu. Preuzeto 19. septembra 2012. godine sa <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.pdf>

2/ Novi oblici novinarstva

Christian Möller

Šta znači 'Web 2.0'?

Pojam Web 2.0 zapravo ne opisuje novu tehnologiju ili novu tehničku platformu. Izraz je skovao Tim O'Reilly u svom revolucionarnom članku iz 2005. godine „Šta je Web 2.0?“⁷ Kako bi se ilustrirala ideja Web 2.0 u članku je izloženo niz ideja i oblika upotrebe. O'Reilly objašnjava, „Kao i mnogi važni koncepti, Web 2.0 nema čvrstu granicu, nego, gravitacijsku jezgru : [...] To je 'stav, a ne tehnologija'“.⁸

Jedan od tih novih oblika je i mogućnost proizvodnje korisnički generiranog sadržaja. Drugi takvi oblici uključuju blogove ili wikije.

Šta su ti stavovi?

Karakteristika Web 2.0 je povećana povezanost i mobilno korištenje interneta što omogućava mnogim korisnicima da stvaraju sadržaj. Taksonomija, odnosno etiketiranje, označavanje i kategorizacija koju rade izdavač ili autor, postala je ono što je danas poznato kao folksonomy (narodonomija) (izraz koji je izvedenica od „narodni“ i „taksonomija“).⁹

Oznake i ključne riječi se stoljećima koriste u bibliotečkim katalozima i, naravno, na internetu. Ove oznake se koriste da se dodatno opiše sadržaj, sortira i napravi ga se da se može ponovo pronaći (retrievable) i tradicionalno su ih dodavali tvorci sadržaja, autori ili možda bibliotekari. Danas, baš kao što folksonomy ukazuje, potrošači ili čitatelji (ne tvorci sadržaja) dodaju ove oznake. Dobri primjeri za to su Flickr, YouTube i druge Web 2.0 aplikacije gdje korisnik može dodati svoje vlastite oznake ili ključne riječi koje opisuju sliku, prikaze knjiga, filmova ili restorana. Ove usluge i aplikacije se poboljšavaju što ih više ljudi koristiti - što je još jedan ugrađeni princip u svijetu Web 2.0. Ostale paradigme uključuju sudjelovanje umjesto objavljivanja, ili wikije umjesto centraliziranog sistema za upravljanje sadržajem.

Jesu li društvene mreže dio Web 2.0?

⁷ Tim O'Reilly (30. septembar 2005. godine) What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software (Šta je Web 2.0. Dizajnirani šabloni i poslovni modeli za sljedeću generaciju softvera.) Preuzeto 19. septembra 2012 sa <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

⁸ ibidem

⁹ Folksonomy. (3. septembar 2012. godine). U Wikipediji, The Free Encyclopedia. Preuzeto 19. septembra 2012, sa <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Folksonomy&oldid=510537193>

U vrijeme kada je O'Reilly objavio članak 2005. godine i časopis Time proglasio „Vas“ (korisnika) osobom godine 2006. godine, ljudi nisu pričali o društvenim mrežama ili društvenim medijima kao što to danas čine. Facebook je osnovan 2004. godine, a kratko nakon toga slijede Twitter i drugi. Danas su ove aplikacije sastavni dio Web 2.0 - i interneta u cjelini. Takve aplikacije sada koriste i novinari za istraživanje i distribuciju uredničkog sadržaja.

Koja je uloga društvenih medija?

Facebook, Twitter i sl. dodaju jednu novu dimenziju na internet. Pojam „društveni mediji“ se odnosi na korištenje web-baziranih i mobilnih tehnologija radi pretvaranja komunikacije u interaktivni dijalog. Oni se mogu definirati kao skupina internetskih aplikacija koje se nadograđuju na ideološke i tehnološke temelje tzv. Web 2.0 koji je uspostavio mjesto za stvaranje i razmjenu korisnički generiranih sadržaja.¹⁰

Omogućeni svuda dostupnim i prilagodljivim komunikacijskim tehnikama, društveni mediji znatno mijenjaju način komunikacije između organizacija, zajednica, kao i pojedinaca. Oni mogu poprimiti različite oblike, kao što su časopisi, internet forumi, blogovi, mikroblogovi, wikiji, podcasti, fotografije ili slike, video zapisi, social bookmarking (društveno označavanje) ili društvene mreže.¹¹

Postoji li usaglašena univerzalna definicija ko je novinar?

Ne. I ne bi trebala postojati. Svako ima pravo na slobodu izražavanja, pravo traženja, primanja i širenja informacija bez obzira na granice - što je osnovni opis posla novinara. Definirati, izvan ovog temeljnog prava, ko se kvalificira kao „novinar“ je subjektivna procjena ili samo opis plaćene djelatnosti neke osobe. U osnovi, to i nije od značaja za ostvarivanje prava na slobodu izražavanja, odnosno proizvodnju i objavljivanje sadržaja na internetu.

Zašto postoji kontroverza oko pojma „građanskog novinarstva“?

Kontroverza oko pojma „građansko novinarstvo“ postoji jer mnogi profesionalni novinari vjeruju da samo školovan novinar može razumjeti strogost i etike koje su uključene u izvještavanju vijesti. Isto tako, postoje mnogi obrazovani novinari koji prakticiraju ono što bi se moglo smatrati građanskim novinarstvom pišući svoje blogove ili online komentare

¹⁰ “Social media”, Wikipedia, The Free Encyclopedia, <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677> (pristupljeno u septembru 2012.)

¹¹ “Social media”, Wikipedia, The Free Encyclopedia, <http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677> (pristupljeno u septembru 2012.)

izvan tradicionalne novinarske hijerarhije.¹²

Kako „građani novinari“ koriste internet?

Blogging, Vlogging (blogging videa), skupljanje vijesti, dijeljenje članaka online ili sindiciranje sadržaja samo su neki od oblika novinarstva koje omogućava inovativna tehnologija Web 2.0. Oni se ponekad nazivaju građanskim ili grassroots novinarstvom. Mark Glaser sugerira da: „Ideja građanskog novinarstva je da se ljudi bez profesionalne novinarske obuke mogu koristiti alatima moderne tehnologije i globalne distribucije Interneta kako bi stvorili, povećali ili činjenično provjerili medije sami ili u saradnji sa drugima. Na primjer, možete pisati o sastanku Gradskog vijeća na svom blogu ili na online forumu. Ili možete činjenično provjeriti novinski članak objavljen u mainstream medijima te ukazati na činjenične pogreške ili pristranost na svom blogu. Ili možda možete uslikati digitalnu fotografiju nekog događaja u vašem gradu koji je relevantna vijest i postaviti ga online. Ili možda možete snimiti video važnog događaja i objaviti ga na stranicama kao što je YouTube. Sve se to može smatrati činom novinarstva, čak i ako ostaje na nivou jednostavnog promatranja važnog događaja na licu mjesta.“¹³

Ili, ukratko: „Građansko novinarstvo je kada ljudi prethodno poznati kao publika koriste novinarske alate koje posjeduju a kako bi se međusobno informirali.“¹⁴

Da li se „građani novinari“ zapravo kvalificiraju kao „novinari“?

Većina pobornika medijskih sloboda smatra da definicije ko je novinar ne bi trebala postojati. Međutim, zanimljivo je znati da se prema Vijeću Evrope „bilo koja fizička ili pravna osoba koja se redovno ili profesionalno bavi prikupljanjem i širenjem informacija za javnost putem bilo kojeg sredstva masovne komunikacije“ kvalificira kao novinar.¹⁵

Ovo uključuje blogere koji redovno objavljuju novinske članke. U isto vrijeme, Vijeće Evrope sugerira da se, s obzirom da je internet sve važniji kao sredstvo masovne komunikacije, treba otvoriti rasprava o tome da li bi se zaštita novinarskih izvora trebala proširiti i na druge ljude uključene u diseminaciju informacija.¹⁶

U svijetu u kojem ljudi komuniciraju na javnim ili polu-javnim platformama, nije lako

12 Glaser, Mark (2006) Your Guide to Citizen Journalism (Vaš vodič za građansko novinarstvo). U: Media shift, 27. septembar 2006. <<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html>> (pristupljeno u septembru 2012.)

13 Glaser, Mark (2006) Your Guide to Citizen Journalism (Vaš vodič za građansko novinarstvo). U: Media Shift, 27. septembra 2006. <<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html>> (pristupljeno u septembru 2012.)

14 Prof. Jay Rosen, pressthink.org

15 Preporuka R(2000)7 o pravu novinara da ne otkriju svoje izvore informacija

16 PACE Doc. 12443 Zaštita novinarskih izvora, Izvještaj Odbora za kulturu, nauku i obrazovanje, 1. decembar 2010.

povući liniju između profesionalnog novinarstva i drugih oblika proizvodnje sadržaja. Također, u saradničkim djelima, poput wikija, teško se identificira jedan autor.

Koja su prava ne-novinarskih proizvođača sadržaja?

Sloboda medija i sloboda izražavanja su univerzalna prava koja pripadaju svakom pojedincu na svijetu. Oni se odnose na sve oblike medija, bez obzira da li su online ili offline, bilo da se radi o profesionalnom ili građanskom novinarstvu, štampanim ili društvenim medijima. Sloboda medija kao ljudsko pravo nije rezervirana za profesionalno novinarstvo, medijske kompanije ili redakcije. Ovo pravo se ne može tumačiti samo u kontekstu tradicionalnih medija, već se odnosi na bilo koji oblik novinarskog rada koji je namijenjen za javnu distribuciju. Ne smiju postojati različiti podskupovi tog prava za tradicionalne i nove medije jer se radi o osnovnom ljudskom pravu.

Postoje li razlike između korisnički generiranog sadržaja i tradicionalnih oblika novinarstva?

Neki tradicionalni novinari skloni su omalovažavati korisnike koji stvaraju sadržaj kao hobi pisace (čovjek sa šlaufom za zalivanje bašte ne postaje vatrogasac). Međutim, iskustvo pokazuje da današnji blogeri također obavljaju i uredničke poslove. Jedan od najpoznatijih primjera je svakako Huffington Post koji je osnovala Arianna Huffington 2005. godine, a koji je prodan AOL-u 2011. Postoje bezbrojni primjeri, između ostalog, njemački watchblog BildBlog ili tech blogovi poput Mashable. Drugim blogovima ili korisnički generiranim sadržajima na internetu sigurno nedostaje novinarske kvalitete - ali opet to je nekad slučaj i u „tradicionalnom“ novinarstvu. Tabloidi i žuta štampa se baš uvijek ne diče istraživanjima, a to im je već više puta rekao i Evropski suda za ljudska prava.

Možete li navesti neke primjere za to?

U nekim slučajevima, tradicionalni mediji izvještavaju i ponavljaju priče koje su izvorno našli na internetu. Na primjer, priča o „Gay djevojci u Damasku“ je završila kao udarna priča na mnogim velikim novinskim stanicama širom svijeta¹⁷ - a za to su bili potrebni

17 A Gay Girl in Damascus becomes a heroine of the Syrian revolt (Gay djevojka iz Damaska postala junakinja sirijske pobune) (6. maj 2011.) The Guardian. preuzeto 20. septembra 2012 sa <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/06/gay-girl-damascus-syria-blog> ili Gay blogger 'abducted' in Syrian capital (Gay blogerica 'oteta' u sirijskom glavnom gradu) (13. juni 2011) Aljazeera. Preuzeto 20. septembra 2012. sa <http://www.aljazeera.com/NEWS/MIDDLEEAST/2011/06/2011671229558865.html> ili Fears grow for missing Syrian 'Gay Girl' blogger (Strah raste za nestalom sirijskom 'Gay djevojkom' blogericom) (7. juni 2011) CNN. Preuzeto 20. septembra 2012. sa http://articles.cnn.com/2011-06-07/world/syria.blogger.missing_1_security-agents-blogger-president-bashar?s=PM:WORLD i mnogi drugi.

blogeri koji su uradili istraživanje kako bi se prije svega razjasnile činjenice.¹⁸ Ili kako je rekao jedan od blogera: „To je podsjetnik da nisu uvijek potrebni ogromni resursi da se rasvijetle važne priče. Potrebna je spremnost da se postavbe pitanja koja možda nisu pala na

Rezolucija UN-ovog Vijeća za ljudska prava (HRC) o promoviranju, zaštiti i ostvarivanju ljudskih prava na internetu
5. juli 2012. godine

Vijeće za ljudska prava,
(...)

1. Utvrđuje da ista prava koja ljudi imaju offline moraju biti zaštićena online, posebno sloboda izražavanja koja je primjenjiva bez obzira na granice i putem bilo kojeg izabranog medija, u skladu sa članovima 19. Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima i Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima;
2. Priznaje globalnu i otvorenu prirodu interneta kao pokretačke snage u ubrzanju napretka i razvoja u njegovim različitim oblicima;
3. Poziva sve države da promoviraju i olakšaju pristup internetu i međunarodnoj saradnji usmjerenoj ka razvoju medija i informacijskih i komunikacijskih usluga u svim zemljama;
4. Ohrabruje specijalne procedure da razmatraju ova pitanja u okviru svojih postojećih mandata, prema potrebi;
5. Odlučuje nastaviti razmatranja o promoviranju, zaštiti i ostvarivanju ljudskih prava, uključujući pravo na slobodu izražavanja na internetu i u drugim tehnologijama, kao i o tome kako internet može biti važan alat za razvoj i ostvarivanje ljudskih prava, u skladu sa svojim programom rada. and for exercising human rights, in accordance with its programme of work.

pamet drugima.“¹⁹

Drugi primjer dolazi iz Njemačke gdje su tradicionalni mediji u svojim izvješćima

¹⁸ Liz Henry: Painful doubts about Amina (Bolne sumnje o Aminu) (7. juni 2011.) bookmaniac.org. Preuzeto 20. septembra 2012. sa <http://bookmaniac.org/painful-doubts-about-amina/> ili Amina Arraf. The Electronic Intifada. Preuzeto 20. septembra 2012. sa <http://electronicintifada.net/tags/amina-arraf>

¹⁹ Benjamin Doherty: Reflecting on the Amina hoax - coverage, analysis and investigation (Razmišljajući o podvali o Aminu - pokrivenost, analiza i istraživanje) (6. juni 2011.) The Electronic Intifada. Preuzeto 20. septembra 2012 sa <http://electronicintifada.net/blogs/benjamin-doherty/reflecting-amina-hoax-coverage-analysis-and-investigation>

koristili pogrešno ime za tadašnjeg ministra ekonomije Karl-Theodora zu Guttenberga. Ovo se desilo zbog korištenja lažne informacije preuzete sa Wikipedije, bez da su provjerene činjenice. Pored izraženog nedostatka uredničke odgovornosti, ovo je također ukazalo na nepostojanost korisnički generiranog sadržaja kada se radi o činjeničnoj ispravnosti. Očigledno je da je internetska pismenost potrebna ne samo korisnicima već i profesionalnim novinarima.

Isti političar, Karl-Theodor zu Guttenberg, je kasnije podnio ostavku kao njemački ministar odbrane nakon što su web korisnici uložili zajedničke napore u posebnom wikiju kako bi dokazali da su dijelovi ministrove doktorske disertacije kopirani bez navođenja izvora. Ova inicijativa pokazala je moć crowd-sourcinga i online saradnje koristeći Web 2.0 aplikaciju i nedostatak odgovornosti nekih korisnički generiranih sadržaja.

Dok tradicionalni mediji obično imaju fizičku adresu, glavnog urednika i odgovornog izdavača, tvorcima online sadržaja mogu ostati anonimni i čak sakriti svoje elektroničke tragove. Anonimnost ili pseudonimi sami po sebi nisu loše stvari i mogu se smatrati legitimnim i korisnim za autore u represivnim režimima, ali urednička pozicija uvijek zahtijeva ličnu odgovornost. Ovo se, naravno, može uraditi i na internetu, a sami korisnici mogu se potpisati na sadržaj koji stvaraju online.

Šta je onda novinarstvo?

Veliki dio sadržaja kojeg proizvedu korisnici na internetu nije namijenjen da bude novinarstvo. Dakle, umjesto da se ocjenjuje prema porijeklu sadržaja, sam sadržaj bi se trebao kvalificirati kao urednički, a ta definicija bi se trebala široko primjenjivati kada su u pitanju novinarske privilegije poput zaštite izvora ili prava na pristup informacijama.

3/ Pravna pitanja i implikacije

Andrei Richter

Na čemu se zasnivaju pravne garancije za slobodu interneta i novih medija ako ništa ne govori o njima u postojećem zakonodavstvu?

Ustavi država i međunarodni ugovori o ljudskim pravima možda ne spominju internet iz jednostavnog razloga što su usvojeni prije njegova nastanka. Ipak, svi oni govore o slobodi izražavanja i slobodi savjesti i govora.

Sloboda savjesti znači sposobnost osobe da samostalno (bez prisile) formira i drži svoje gledište, svoje mišljenje i razvija svoj unutarnji duhovni svijet. U mjeri u kojoj su manifestacije mišljenja stavovi i uvjerenja, sloboda mišljenja je bliska slobodi izražavanja i slobodi vjerovanja. Sloboda mišljenja uključuje garancije nemiješanja u formiranje vlastitih stavova i uvjerenja i odbacivanja ideoloških i političkih diktata i nasilja i kontrole nad pojedincem.

Sloboda govora, pak, podrazumijeva sposobnost osobe da samostalno (bez prisile) komunicira sa drugima, uključujući sudjelovanje u diskusijama i raspravama, primanje stavova i prenošenje svojih stavova drugima, kao i pravo da se uči o pozicijama drugih. Sloboda žalbi, pritužbi i prijedloga u korelaciji je sa ovim, kao što su i molbe poslane u tijela vlasti i sloboda glasanja na izborima i referendumima. Sloboda govora je gotovo identična sa slobodom izražavanja. Sloboda govora je znak da je zemlja demokratska i zainteresirana da njeni građani imaju jednak pristup raspravama i rješavanjima hitnih problema društva i države.

Sloboda mišljenja i govora, izražavanje nečijeg mišljenja, neodvojivi su od prava traženja, primanja, proizvodnje i desiminacije informacije, to jeste, pravo na slobodu informacija. Ključni element slobode na informacije je pravo da se ona primi, i u skladnu s tim, obaveza države da pruži građanima informacije koje posjeduje, uključujući i one iz elektronskih baza podataka. Pravo na slobodu informacija se može ostvariti bilo kojim zakonitim sredstvima, uključujući i putem interneta.

Kakva je veza između slobode interneta i slobode masovne informacije?

U mnogim državama članicama OSCE-a zajamčena je sloboda svake osobe da traži, prima, proizvodi i širi masovne informacije bilo kojim zakonitim sredstvom. Sloboda masovne informacije znači sposobnost osobe da, uz pomoć posebnih tehničkih sredstava, širi svoja mišljenja i stavove među dovoljnim brojem ljudi kako bi zadovoljio svoju želju da sudjeluju

u građanskom dijalogu i utječe na politike. Prakticiranjem ove slobode, on također ima utjecaj na donošenje odluka koje se tiču pitanja od javnog interesa i stječe sposobnost da nesmetano traži, prima, proizvodi i širi informacije o aktuelnim događajima. U modernom svijetu, internet je sve više među takvim tehničkim sredstvima. U praksi, to znači da niko nema pravo tražiti od internetskih korisnika nikakvu posebnu dozvolu kao preduvjet za traženje, primanje, proizvodnju i širenje masovne informacije.

Šta u praksi čini praktične garancije slobode masovne informacija na internetu?

Jamstva se mogu sastojati od pluralizma u vlasništvu nad medijima i zabrane državnog monopola ili diseminiranja ideoloških i političkih stavova nekoliko privatnih vlasnika. Također, to je odsutnost zabrana i ograničenja građanima da prakticiraju novinarstvo kao što su zahtjevi za specijalno obrazovanje, državljanstvo i slično. To također znači priznavanje prava na odgovor bilo kojoj osobi u medijima u slučaju da se širila netačna informacija.

Što se tiče interneta, pravna garancija uključuje i pravo kreiranja i registriranja stranica i imena domena i mogućnost korištenja usluga providera (pružatelja) bez diskriminacije, te pravo očuvanja anonimnosti prema vanjskom svijetu u korištenju tih usluga - osim ako je prekršen zakon.

Da li sporazumi koje su usvojili Ujedinjeni narodi garantiraju slobodu interneta?

Prema Međunarodnom paktu o građanskim i političkim pravima, koji je donesen 1966., a stupio je na snagu 10 godina kasnije, član 19. jamči sljedeće slobode:

1. Niko ne može biti uznemiravan zbog svoga mišljenja.
2. Svako ima pravo na slobodu izražavanja; to pravo obuhvata slobodu da traži, dobija i širi informacije i misli svake vrste, bez obzira na granice, bilo usmeno, pismeno, štampom ili u umjetničkoj formi, ili bilo kojim drugim sredstvom po svom izboru.
3. Vršenje prava predviđenih u stavu 2. ovog člana nosi sa sobom posebne dužnosti i odgovornosti. Zbog toga se ono može podvrci određenim ograničenjima koja moraju biti utvrđena zakonom i biti neophodna:

a) za poštovanje prava ili ugleda drugih lica;

b) za zaštitu državne sigurnosti ili javnog reda, ili javnog zdravlja ili morala.

Vidimo da, u skladu sa tačkom 2. člana 19., svačije pravo na slobodu izražavanja uključuje i slobodu informacija. To je zajamčeno bez obzira na državne granice i sredstva provođenja. Iako je Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima donesen prije pojave interneta, ta činjenica ne bi trebala služiti kao osnova za odbijanje primjene principa iz Pakta na nove stvarnosti ili za uvođenje dodatnih restrikcija na slobodu izražavanja i slobodu informacija na internetu.

Kako je istaknuto u rezoluciji Vijeća za ljudska prava, tijela iz UN-ove Povelje, „ista prava koja ljudi imaju offline moraju također biti zaštićena online, posebno sloboda izražavanja, koja je primjenjiva bez obzira na granice i putem bilo kojeg izabranog medija, u skladu sa članovima 19. Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima i Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima.“ Rezoluciju je predložilo i podržalo 80 članica UN-a. Vijeće za ljudska prava je političko tijelo koje razmatra pitanja u ovoj oblasti, a rezoluciju je usvojilo konsenzusom (bez glasanja) na svojoj 20. sjednici održanoj 5. jula 2012. godine.

Koje su zakonske restrikcije slobode izražavanja na internetu?

Vidimo da tačka 3. člana 19. Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima govori o mogućim ograničenjima slobode izražavanja koja - ako su uspostavljena u određenoj državi - moraju biti propisana zakonom i moraju biti neophodna za navedene svrhe.

Da li će ta ograničenja biti uvedena je ostavljeno na diskreciju samih država. Ako ih one pak uvedu, države nisu dužne to učiniti za sve svrhe navedene u članu 19. Ovdje ulogu igraju državne tradicije kao i kultura i stepen demokratske zrelosti zemlje i tako dalje. Poduzete mjere moraju imati prirodu faktičkog ograničenja slobode, a ne predstavljati potpunu zabranu u njenom uživanju.

Uzimajući u obzir da je internet danas najvažniji oblik ostvarivanja prava na slobodu izražavanja i prava na slobodu informacija, državni zakoni koji negativno utječu na ostvarivanje tih prava na internetu moraju korespondirati samo ovim namjenama, a ne ići izvan njihovih granica.

Ograničenja ne smiju biti instrument progona političkih protivnika ili suzbijanja kritike, ograničenja građanskih prava na informaciju ili povreda prava skupine stanovništva kojima je potrebna zaštita. S tim u vezi, Vijeće UN-a za ljudska prava je, u drugoj rezoluciji („Sloboda mišljenja i izražavanja“, broj 12/16, 2009) pozvalo sve države članice UN da se

suzdrže od uvođenja ograničenja koja nisu u skladu sa tačkom 3. člana 19. Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima, uključujući i ograničenja u pogledu:

(i) Rasprava o vladinim politikama i političke debate; izvještavanje o ljudskim pravima, vladinim aktivnostima i korupciji u vladi; sudjelovanje u izbornim kampanjama, mirnim demonstracijama ili političkim aktivnostima, uključujući za mir i demokratiju; i izražavanje mišljenja i neslaganje, vjeroispovijesti ili uvjerenja, uključujući pripadnike manjina ili ugroženih skupina;

(ii) Slobodan protok informacija i ideja, uključujući i prakse, kao što su zabrane ili zatvaranje publikacija ili drugih medija i zloupotreba administrativnih mjera i cenzure;

(iii) Pristup i korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija, uključujući radio, televiziju i internet.

Šta je osnova obaveze države da razvija slobode na internetu?

Objašnjenja nisu potrebna jer Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima ne služi za ograničavanje već za razvoj takvih prava. Na temelju ove funkcije članicama UN-a se nameće obaveza da usvoje zakonske i druge mjere neophodne za ostvarivanje prava priznatih u Paktu, uključujući slobodu izražavanja (tačka 2, član 2.). Dakle, međunarodno pravo tumači jamstva prava i sloboda kao obavezu svake države da provede politiku koja:

- 1) poštuje prava i slobode;
- 2) brani prava i slobode od prijetnji trećih osoba;
- 3) promovira implementaciju prava i sloboda u praksi.

Posljednji element ove trijade je vjerojatno najvažniji u savremenom svijetu. To znači da je država dužna stvoriti uvjete da građani ostvaruju svoje pravo putem, na primjer, osiguranja tehničkih kapaciteta i razvoja telekomunikacijske infrastrukture. Država se ne može u potpunosti skloniti i reći: Ako želite koristiti internet kako biste izrazili svoje mišljenje onda stvorite sve što je potrebno za to.

Tržišna država mora stvarati i razvijati povoljne pravne i ekonomske uvjete, tako da privatna preduzeća mogu biti uključena u razvoj interneta. Socijalno orijentirana država mora biti uključena u promociju računarske i internetske pismenosti i mora pomoći u stvaranju državnih web resursa, uključujući digitalizaciju podataka sačuvanih u državnim arhivima. Demokratska država koja poštuje prava i slobode svojih građana se ne bi smjela

baviti cenzurom internetskih sadržaja ili ograničavanjem slobode izražavanja mimo gore navedenih svrha.

Kakvi su zahtjevi evropskog međunarodnog prava?

Aktivnosti Vijeća Evrope su utemeljene na dokumentu o ljudskim pravima: Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima i temeljnim slobodama (ECHR). Ovaj regionalni dokument (zove se Evropska konvencija o ljudskim pravima) je pravno obavezujući ugovor.

Član 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima jamči slobodu izražavanja u formulaciji sličnoj formulaciji iz člana 19. Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima, koja je prethodno razmatrana:

Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja i slobodu primanja i prenošenja informacija i ideja, bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice.

Tačka 2. člana 10. pruža detaljan standard za ograničenje prava na slobodu izražavanja što se nedvojbeno odnosi na reguliranje ne samo masovnih medija već i interneta:

Ostvarivanje ovih sloboda, budući da uključuje obaveze i odgovornosti, može podlijegati takvim formalnostima, uvjetima, ograničenjima ili sankcijama predviđenim zakonom i koje su neophodne u demokratskom društvu u interesu nacionalne sigurnosti, teritorijalnog integriteta ili javne sigurnosti, sprječavanja nereda ili zločina, zaštite zdravlja i morala, ugleda ili prava drugih, sprječavanja širenja povjerljivih informacija ili u interesu očuvanja autoriteta i nepristrasnosti sudstva.

Ova odredba se tumači kao kriterij sa tri komponente, prema kojem svako ograničenje 47 zemalja Vijeća Evrope mora:

- a) biti propisano zakonom,
- b) provoditi jedan od navedenih ciljeva,
- c) su neophodna u demokratskom društvu.

Da li zaključci Evropskog suda za ljudska prava imaju i kakvu vezu s novim medijima? Zaključci doneseni u Konvenciji iz 1950. godine nisu zamrznuti usred 20. stoljeća već se razvijaju putem amandmana i interpretacija tijela Vijeća Evrope a, prije svega, preko odluka Evropskog suda za ljudska prava (Evropski sud - ECHR) koji je nastao na temelju Konvencije. Države članice Vijeća Evrope priznaju nadležnost ovog Suda kao obavezujuću

u pitanjima tumačenja i primjene Evropske konvencije o ljudskim pravima i njenim protokolima u slučajevima kada neka dava članica navodno krši odredbe Ugovora. Žalbe se podnose Evropskom sudu (ECHR) ako su svi pravni lijekovi iscrpljeni u vlastitoj zemlji. U svojim odlukama, Sud (koji se nalazi u Strasbourgu) može zahtijevati od zemlje članice da razmotri određenu sudsku odluku i izmijeni norme nacionalnog zakonodavstva koje krše prava pojedinih osoba.

Praksa koja se tiče odnosa u novim medijima i na internetu u vezi sa primjenom tri elemenata ovog kriterija ustvari govori da svaka legitimna ograničenja slobode izražavanja moraju proći ovaj test.

Evropski sud (ECHR) je naveo da će prvi od tri uvjeta biti ispunjen samo ako je zakon u pitanju primjenljiv za sve i „formuliran sa preciznošću koja je dovoljna da građanu omogući da regulira svoje ponašanje“. Drugi kriterij napominje da se miješanje može desiti samo radi jedne od svrha navedenih u tački 2. člana 10. Ovaj popis je iscrpan i stoga svako miješanje koje nije usmjereno na ostvarenje jedne od tih namjena krši ovaj član Konvencije. Treći uvjet: Miješanje smije biti samo ono koje je neophodno u demokratskom društvu. Riječ „neophodno“ znači da miješanje mora biti rezultat „stvarne društvene potrebe“. Razlozi koje država navede kao opravdanje miješanja moraju biti „relevantni i dovoljni.“ U slučaju spora u Evropskom sudu (ECHR), država mora pokazati da je miješanje srazmjerno cilju koji se želi ostvariti.

Jedan od ključnih pojmova iz člana 10., koji je u isto vrijeme neodređen, jeste opravdanje ograničenja slobode radi potreba demokratije. Evropski sud (ECHR) primjećuje da, iako riječ „neophodno“ u smislu člana 10. (tačka 2) nije sinonim za prilog „nezamjenjiva,“ ta riječ ne posjeduje široku definiciju riječi kao što su „prihvatljivo“, „uobičajeno“ „prikladno“, „razumno“ ili „poželjno“ te da „neophodno“ ukazuje na postojanje „hitne društvene potrebe.“

Iz sudskih odluka također slijedi da je neophodnost u interesu demokratije definirana prego sljedeća dva principa:

- ograničavanje slobode mora biti usko i proporcionalno potrebi za ispunjavanje zakonite svrhe;
- za primjenu ograničenja kao „neophodnih“ nije dovoljno imati samo vezu sa popisom razloga za moguća ograničenja navedena u tački 2. člana 10.

U posljednjih nekoliko godina, Evropski sud (ECHR) je donio nekoliko presuda o primjeni člana 10. na internetu. U svojim zaključcima, Sud (ECHR) ne govori ništa o tome da se internet temeljno razlikuje od onoga što je rekao u sličnim slučajevima koji uključuju tradicionalne medije i novinare. Pristup je isti sa pozivanjima na iste slučajeve. Isti je presedan.

Šta je mrežni bonton (netiquette)? Da li on jamči zaštitu od vanjskog upravljanja internetom?

Popularan je koncept da je internet autonoman, a to znači da je slobodan od vanjskog upravljanja. Jedna od osnova za to uvjerenje je vrlo razvijena samouprava na webu.

Takozvani „mrežni bonton“ (netiquette) bio je prvi koji se pojavio u ovom sistemu samonormiranja - mrežni bonton (net etiketa), to jest, pravila ponašanja na webu.

Mrežni bonton (netiquette) je predložen i službeno odobren 1995. u vrlo važnom dokumentu za samoupravu, gledajući iz perspektive internetske zajednice – „Zahtjev za komentare“ (request for comments) RFC br. 1855.

Zahtjevi za komentare ili RFC su dokumenti koji sadrže tehničke specifikacije, norme i pravila koja se široko primjenjuju na internetu.

Većina ranih RFC-a su kreirani na univerzitetima u Kaliforniji, a prije svoje smrti 1998. John Postel je bio stalni i jedini urednik. Nakon toga, Internet Society (Internetsko društvo) (ISOC) je uređivanje i objavljivanje RFC-a dodijelilo Institutu za informacijske nauke Univerziteta u Južnoj Kaliforniji.

Internet Society, neprofitna organizacija, službeno je vlasnik svih prava nad RFC dokumentima i ulaže prilične napore za praktično usvajanje internetskih standarda opisanih u tim dokumentima. Osnovano 1992., Internet Society ima više od 55.000 pojedinačnih članova i 130 organizacija članica, te ima više od 90 ogranaka u raznim zemljama svijeta. Ovo društvo predstavlja međunarodnu mrežu korporacija, neprofitnih organizacija i pojedinaca.

Standardi se objavljeni u obliku RFC dokumenata, kao i koncepti, prijedlozi novih pravaca u istraživanju neta, povijesne reference i osmrtnice, rezultati tehničkih eksperimenata, vodiči za usvajanje novih tehnologija i slično. Kao rezultat rasprava o RFC-ima formirana je određena tradicija upravljanja internetom.

RFC br. 1855 je dokument od 20 strana koji formulira pravila koja su priznata kao glavni etički kodeks na webu. Autorica ovih smjernica je Sally Hambridge iz korporacije Intel, jedne od vodećih tvrtki uključenih u internet. Vjerojatno najvažnije pravilo u RFC broj 1855 je: „Budite konzervativni u onome što šaljete i liberalni u onome što dobivate.“ Popis pravila mrežnog bontona (netiquette) također uključuje i izjave o potrebi poštivanja autorskih prava i zabrani spama.

Samoupravljanje na internetu i uvođenje etičkih normi tokom 1980-ih i prve polovine 1990-ih omogućeni su činjenicom da internet nije bio raširena pojava, a korisnici su bile osobe sa višim stepenom obrazovanja i koristili su web za unaprjeđenje svog znanja, provođenje istraživanja i vođenje naučnih rasprava. Oni su bili u poziciji da samostalno kreiraju i poštuju civilizirana pravila za korištenje internetskih usluga.

Sredinom 1990-ih, situacija se radikalno promijenila. Broj korisnika interneta je počeo rasti geometrijskom progresijom, a za mnoge ljude internet je postao novi oblik zabave. Zadovoljavajući ove novonastale potrebe ubrzano je rasla i internet industrija. Ova industrija je često stvarala uvjete za kršenje državnog zakonodavstva i javnog morala. Turbulentno širenje internet kockarnica, pornografskih stranica, i ksenofobičnih poziva na nasilje su također izazvali zabrinutost.

Djeca su se brzo prilagodila na internet, prvo kao na tehničko sredstvo učenja, a kasnije i kao što bi se prilagodili novoj igrački. Postavilo se pitanje o dužnostima ne samo roditelja i nastavnika, već i države za zaštitu maloljetnika od informacija štetnih za njih.

Ko treba definirati parametre vanjskog upravljanja internetom?

Rasprava o dopuštenosti i nužnosti vanjskog reguliranja interneta se otvorila zbog globalne prirode interneta, koji nema državne granice. Međunarodna telekomunikacijska unija (International Telecommunications Union) (ITU), specijalizirana institucija Ujedinjenih naroda u oblasti informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) je dobila značajnu ulogu u ovoj raspravi. ITU određuje radiofrekvencijski spektar, koji je danas potreban za bežične internet usluge i mobilne telefone, razvija tehničke standarde omogućavajući učinkovitu interoperabilnost mreža i tehnologija, te nastoji poboljšati pristup IKT-u u „informacijski siromašnim“ regijama. ITU nastoji postati forum na kojem se raspravlja o tehničkim i političkim pitanjima koja se odnose na internet. Međutim, za sada su osnovne nadležnosti ITU-a u ovoj oblasti pomoć u prevladavanju jaza u digitalnim tehnologijama, međunarodna i regionalna saradnja i upravljanje upotrebom radiofrekvencijskog spektra, te razvoj standarda i diseminacija informacija.

Kako nastaje RFC norma

Usprkos imenu, zahtjevi za komentarima (RFC) se smatraju prihvaćenim standardima interneta. Prema RFC, 2026 standarda je stvoreno na sljedeći način:

1. Internetska skica se stavlja u opću raspravu. Skice nemaju službeni status i uklanjaju se iz baze šest mjeseci nakon posljednje promjene.
2. Ako se ispostavi da je skica dovoljno uspješna i neproturječna ona dobiva status predloženog standarda i RFC redni broj.
3. Nakon toga se pretvara u nacrt standarda koji se preporučuje svima, i na kojem se mogu napraviti samo manje korekcije.
4. Zadnja faza je internetski standard. Ovo su pravila sa velikim i uspješnim iskustvom primjene i obrazloženom formulacijom. Paralelno sa RFC numeracijom oni dobivaju i svoju STD numeraciju. Samo nekoliko desetaka RFC-a od hiljade dostižu taj nivo.

Vrlo važan rezultat rasprave vođene kasnih 1990-ih i ranih 2000-ih bilo je postignuto razumijevanje među mnogim državama i međunarodnim organizacijama da, na globalnoj razini, tri aktera s jednakim pravima trebaju regulirati internet. Činjenica da su vladina tijela bila prvi akter nije iznenadila nikoga: vlade su uvijek potpisivale međunarodne ugovore, a onda su građani od njih zauzvrat zahtijevali sprovedbu tih ugovora. Drugi važan akter koji bi trebao sudjelovati u reguliranju interneta je poslovni sektor. Ova pretpostavka je bila i novi element, iako praksa lobiranja poslovnih grupa za svoje interese, uključujući i na globalnom nivou, nikada nije negirana. Ali poslovnom sektoru nikada ranije nije bilo dopušteno izravno sudjelovanje u donošenju međunarodnih sporazuma. Treći akter multilateralnog upravljanja je također bio neobičan - civilno društvo. U ovom slučaju, pojam obuhvata prije svega one nevladine organizacije koje zastupaju interese korisnika interneta. Ali ne samo takve organizacije, već i sve druge organizacije civilnog društva koje su uključene u aktivnosti pod utjecajem IKT-a. Danas je teško imenovati organizaciju civilnog društva koja nema neku prednost od postojanja interneta.

Revolucionarna priroda ovog pristupa ne sastoji se samo od činjenice da su poslovni sektor i civilno društvo uvršteni u proces donošenja odluka, iako je i ranije bilo moguće savjetovati se s njima, a u nekim slučajevima je to bilo i neophodno. Oni su postali akteri s jednakim pravima kao državna tijela. Niti jedna od tri strane ne može nametnuti svoje mišljenje drugim dvjema stranama. I niti jedna odluka o upravljanju internetom na međunarodnom

nivou ne može biti donesen bez rasprave na transparentnoj i demokratskoj osnovi i bez saglasnosti tri strane. Na taj je način prerađeno načelo o multilateralnom upravljanju internetom na međunarodnom nivou.

Šta je „meko pravo“ (soft law)?

Tokom 2000-ih utvrđeno je važno načelo primjene tzv. „mekog prava“ (soft law) u vezi sa međunarodnom regulacijom interneta. „Meko pravo“ je pojam koji označava preporučene norme, a sastoji se od stvaranja određenog kodeksa, neobaveznog propisa, prema kojem će internet raditi, a kako bi se formulirale korisničke tradicije za internet. Svrha mekog prava je potaknuti korisnike interneta, internetske tvrtke, internet providere i civilno društvo da stvore ove tradicije, prema samoregulaciji.

Svrha primjene „mekog prava“ kao takvog je želja ne naškoditi mogućnostima koje pruža interneta, stvoriti političke uvjete za njegov slobodan i dinamičan razvoj, a kako bi još veći broj ljudi mogao iskoristiti opseg znanja koji internet predstavlja. Glavna priznata opasnost ovdje jeste stvaranje granica na internetu, blokiranje sposobnosti stanovništva ove ili one države da koristi sve informacije i znanja koja se nalaze na internetu. Tu je i još jedna opasnost – pretvoriti ga u svjetsko smetlište sadržaja, što se treba izbjeći podizanjem internetske pismenosti i povjerenja u web, te razvojem osnovnih pravila samoregulacije.

Može se reći da je meko pravo upravljanja internetom formuliralo zajednička načela za većinu država i naroda. Među njima je i saglasnost za multilateralnu prirodu njegove regulacije. Načelo očuvanja postojeće „arhitekture interneta“ je također priznato. Takva arhitektura znači da u cyber (kibernetičkom) prostoru nema sjedišta na državnom ili globalnom nivou. Web je transparentan i otvoren za svakoga. Web nema „tajni odjel“ i tajne službe. Ne postoji tijelo koje vodi aktere na tržištu usluga, ili koji cenzurira informacije ili ometa konkurenciju. Krajnji korisnici dobivaju informacije i komuniciraju jedni s drugima bez miješanja. Pružatelj usluga se ne miješa, već samo pomaže. On se uvijek spaja na web kada su korisnici spremni platiti za to. On nema pravo stvarati prepreke za korisnike samo zato što su oni članovi određene društvene ili etničke skupine i tako dalje. Internetska arhitektura omogućava svima da komuniciraju sa svima bez vanjske kontrole i da ostvare pristup bilo kojem materijalu i telekomunikacijskim uslugama.

Iz tog razloga, između ostalog, održan je samit pod pokroviteljstvom UN-a o informacijskom društvu, jednoj apsolutno novoj pojavi u međunarodnim politikama. Svjetski samit o informacijskom društvu (The World Summit on the Information Society) (WSIS) je održan na najvišem nivou u dvije faze, u Ženevi (2003) i u Tunisu (2005).

Na ženevskom sastanku osnovana je Radna grupa za upravljanje internetom (Working Group on Internet Governance) (WGIG). Glavna svrha grupe je vođenje dijaloga i postizanje konsenzusa o raznim pitanjima u vezi propisa i samoregulacije.

O čemu odlučuje Forum o pitanjima upravljanja internetom?

WGIG svake godine organizira Forum o upravljanju internetom (Internet Governance Forum) (IGF) koji omogućava proširenje agende i uzimanje u obzir najšireg spektra glasova u donošenju odluka. Sve sjednice Foruma se emitiraju na internetu što proširuje broj ljudi koji sudjeluju u raspravi o pitanjima upravljanja. Putem posebne platforme, gotovo svaki korisnik može sudjelovati na sastancima, šaljući pitanja i audiovizuelne izjave voditelju sastanka. Oni se čuju u sali i govornici im odgovoraju. Ovo je veliki međunarodni forum, obično ga otvaraju šefovi država, a u njemu sudjeluju ministri komunikacija. 2012. IGF je održan u Bakuu, a bio je posvećen temi upravljanja internetom za održivi humanitarni, ekonomski i društveni razvoj.

Forum stvara takozvane „dinamične koalicije“. Dinamična koalicija se sastoji od internetskih korisnika i organizacija koje se ujedinjuju u virtualnoj grupi kako bi razgovarali o raznim idejama, te skicirali teme i izjave vezane za upravljanje internetom. Postoji oko desetak grupa koje su danas aktivne, uključujući koaliciju za slobodu izražavanja i medijske slobode na internetu. U svom radu oni promoviraju kombinaciju fleksibilnosti prema upravljanju i održavanju stabilnosti u razvoju i mjera povećanja povjerenja na internetu.

Međunarodna rasprava o upravljanju internetom utječe na tri razine koje zahtijevaju zajedničku političku odluku. To su ljudska prava, sigurnost i ekonomija. Kako se ljudska prava mogu braniti i razvijati uz pomoć interneta? Kako se može osigurati sloboda na internetu bez da se kriminalcima omogućuje ometanje javne i lične sigurnosti? Kako se internet može koristiti za razvoj državne i globalne ekonomije, te za razvoj post-industrijskog informacijskog društva?

Šta je upravljanje internetom?

Iz perspektive Vijeća Evrope, upravljanje internetom se obično shvata kao razvoj i primjena normi i pravila, procedura donošenja odluka i programa koji imaju utjecaj na razvoj i korištenje interneta proporcionalno njihovom mjestu i ulozi u društvu. Ovakvo shvaćeno upravljanje vrše tijela državne uprave, privatnog sektora i civilnog društva i to putem zajedničkih principa. Razna tijela Vijeća Evrope, osnovana na zajedničkim standardima upravljanja internetom na temelju načela Konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih

sloboda, su donijela priličan broj akata u obliku preporuka.

CM/Rec(2011)8, preporuka Komiteta ministara Vijeća Evrope državama članicama o zaštiti i promociji univerzalne prirode, integriteta i otvorenosti interneta, usvojena nekoliko mjeseci prije donošenja slične rezolucije UN-ova Vijeća za ljudska prava (vidi gore), ukazuje na vrlo važan princip upravljanja internetom u Evropi:

Pravo na slobodu izražavanja, koje uključuje slobodu mišljenja te primanja i davanja informacija i ideja bez uplitanja, bitno je za sudjelovanje građana u demokratskim procesima. Ovo pravo na slobodu izražavanja se odnosi kako na online tako i na offline aktivnosti, bez obzira na granice. U kontekstu Vijeća Evrope zaštita ovog prava se treba osigurati u skladu s članom 10. Konvencije i relevantne sudske prakse Evropskog suda za ljudska prava.

Šta Vijeće Evrope kaže o poštivanju ljudskih prava na internetu?

Preporuka SM/Rec(2007)16 Komiteta ministara Vijeća Evrope državama članicama o mjerama za povećanje vrijednosti interneta kao javnog servisa navodi da države članice Vijeća Evrope moraju donijeti ili razviti političke odluke za očuvanje, a kad je to moguće, i jačanje odbrane ljudskih prava i poštivanje vladavine prava u informacijskom društvu. U vezi s tim, posebna pažnja se posvećuje:

- pravo na slobodu izražavanja, informacije i komunikacija na internetu i putem drugih IKT-a se promovira, između ostalog, osiguravajući im pristup;

- potreba da se osigura da ne postoje ograničenja na gore navedeno pravo (na primjer, u obliku cenzure) osim u mjeri dopuštenoj članom 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima, kako to tumači Evropski sud za ljudska prava;

- sloboda za sve skupine u društvu da sudjeluju u IKT-potpomognutim okupljanjima i drugim oblicima kolektivnog života, pod uvjetom da nema drugih ograničenja, osim onih predviđenih članom 11. Evropske konvencije o ljudskim pravima („Sloboda okupljanja i udruživanja“) kako to tumači Evropski sud za ljudska prava;

U martu 2012., države članice Vijeća Evrope su odobrile zajedničku Strategiju za upravljanje internetom čiji je cilj bio promoviranje i zaštita ljudskih prava, vladavine prava i demokratije u online prostoru. Na osnovu Deklaracije o načelima za upravljanje internetom, Strategija daje 40 pravaca djelovanja podijeljenih u šest područja (otvorenost interneta, prava korisnika, zaštita podataka, cyber kriminal, demokratija i kultura, te djeca

i omladina). Strategija će se implementirati tokom četiri godine - od 2012. do 2015. - u bliskoj saradnji sa različitim partnerima, uključujući i predstavnike privatnog sektora i civilnog društva.

Da li države članice OSCE-a imaju obavezu očuvanja slobode interneta?

Organizacija za sigurnost i suradnju u Evropi (OSCE) posvećuje posebnu pažnju razvoju interneta. Godine 2004., na sastanku ministara vanjskih poslova zemalja sudionica, odobrena je odluka koju je prije toga donijelo Stalno vijeće OSCE-a, a u kojoj se ove zemlje obavezuju da će „preduzeti mjere kako bi osigurale da internet ostane otvoren i javni forum za slobodu mišljenja i izražavanja, kao što je sadržano u Univerzalnoj deklaraciji o ljudskim pravima, te će promovirati pristup internetu kako u domovima tako i u školama.“ Ovim dokumentom uspostavljen je Ured predstavnika OSCE-a za slobodu medija koji i dalje ima aktivnu ulogu u promoviranju garancija slobode izražavanja i pristupa internetu i koji nastavlja pratiti zbivanja u vezi sa ovim u svim državama sudionicama.²⁰

Kako CIS predlaže reguliranje interneta?

Prioriteti 11 članica OSCE-a se također odražavaju u odlukama Zajednice nezavisnih država (Commonwealth of Independent States) (CIS). U 2011., Parlamentarna skupština CIS-a je u St. Petersburgu usvojila model zakona za CIS, „O osnovama internetske regulacije.“ Pravni značaj ovog dokument ne treba precjenjivati, ali on ipak predstavlja neobičnu političku viziju o tome kako bi internet trebao biti reguliran. Dokument je nazvan model zakona jer sam po sebi nije izvor prava - to je samo model državnog zakona koji je svakoj pojedinoj CIS zemji, uključujući i Rusiju, predložen za razmatranje i usvajanje. Značajno je što model zakona navodi da reguliranje odnosa vezanih uz korištenje interneta mora biti implementirano uz poštivanje sljedećih temeljnih načela:

- garanciju prava i sloboda građana, uključujući i pravo na korištenje interneta i pristup informacijama postavljenim na internet;
- ograničenje sfere internetske regulacije samo na ona tematska područja u kojima postoji nedostatak ili koja se ne mogu primijeniti zbog zahtjeva postojećih zakonskih normi i pravila koja su utvrđena na međunarodnom nivou ili koja su donijele samoregulirajuće organizacije korisnika i pružatelja internetskih usluga.

Ljudska prava: na korištenje interneta i na pristup informacijama postavljenim na internet.

²⁰ Sloboda izražavanja, slobodan protok informacija, sloboda medija: CSCE/OSCE Glavne odredbe 1975-2011, (Freedom of Expression, Free Flow of Information, Freedom of Media: CSCE/OSCE Main Provisions 1975-2011), Beč: Ured predstavnice OSCE-a za slobodu medija, 2011. str. 32. Vidi: <http://www.osce.org/fom/31232>

Principi upravljanja prava

1. Ljudska prava, demokratija i vladavina prava

Mjere upravljanja internetom moraju osigurati zaštitu svih temeljnih prava i sloboda i potvrditi njihovu univerzalnost, nedjeljivost, međuzavisnost i međusobnu povezanost u skladu sa međunarodnim pravom ljudskih prava. One također moraju osigurati puno poštivanje demokratije i vladavine prava i trebaju promovirati održivi razvoj. Svi javni i privatni akteri trebaju priznati i podržati ljudska prava i temeljne slobode u svojim operacijama i aktivnostima, kao i u osmišljavanju novih tehnologija, usluga i aplikacija. Trebali bi biti svjesni razvoja koji vode ka jačanju, kao i prijetnji, temeljnim pravima i slobodama, te u potpunosti sudjelovati u naporima za priznavanje novonastalih prava.

2. Upravljanje više interesnih grupa

Puno sudjelovanje vlada, privatnog sektora, civilnog društva, tehničke zajednice i korisnika, uzimajući u obzir njihove specifične uloge i odgovornosti, se treba osurati razvojem i primjenom mjera upravljanja internetom na otvoren, transparentan i odgovoran način. Puno i ravnopravno sudjelovanje svih zainteresiranih sudionika iz svih zemalja se treba osigurati razvojem međunarodnih internet-srodnih javnih politika i mjera upravljanja internetom.

3. Odgovornosti država

Države imaju prava i obaveze u vezi sa pitanjima iz međunarodnih internet-srodnih javnih politika. U ostvarivanju svojih prava suverenosti, države se trebaju, u zavisnosti od međunarodnog prava, suzdržati od bilo kakvih akcija koje bi direktno ili indirektno naškodile osobama ili tijelima izvan njihove mjesne nadležnosti. Nadalje, svaka državna odluka ili akcija koja rezultira ograničenjem temeljnih prava treba biti u skladu sa međunarodnim obavezama i specifično se temeljiti na zakonu, biti neophodna u demokratskom društvu i u potpunosti poštivati načela proporcionalnosti i pravo na nezavisnu žalbu, u okruženju koje pruža odgovarajuće pravne i procesne garancije.

4. Osnaživanje internetskih korisnika

Korisnici bi u potpunosti trebali biti osnaženi za ostvarivanje svojih temeljnih prava i sloboda, donošenje informiranih odluka i sudjelovanje u mjerama za upravljanje internetom, posebno u mehanizama upravljanja i razvoja javnih politika koje se tiču interneta, u punom povjerenju i slobodi.

5. Univerzalnost interneta

Politike koje se odnose na internet trebaju priznavati globalnu prirodu interneta i svrhu univerzalnog pristupa. One ne bi trebale negativno utjecati na nesmetan protok prekograničnog internetskog prometa.

6. Integritet interneta

Ključni ciljevi upravljanja internetom bi trebali biti sigurnost, stabilnost, izdržljivost i otpornost interneta, kao i njegova sposobnost evolucije. U cilju očuvanja integriteta i kontinuiranog funkcioniranja internetske infrastrukture, kao i povjerenja korisnika i oslanjanja na internet, potrebno je promovirati državnu i međunarodnu saradnju među više zainteresiranih strana.

7. Decentralizirano upravljanje

Decentralizirana priroda odgovornosti za svakodnevno upravljanje internetom se treba očuvati. Tijela nadležna za upravljanje i tehničke aspekte interneta, kao i privatni sektor trebaju zadržati svoju vodeću ulogu u tehničkim i operativnim pitanjima, osiguravajući transparentnost i odgovornost prema globalnoj zajednici za one radnje koje imaju utjecaj na javnu politiku.

8. Arhitektonski principi

Otvoreni standardi i interoperabilnost interneta, kao i njegova end-to-end (s kraja na kraj) priroda se trebaju očuvati. Ova načela trebaju voditi sve interesne grupe u njihovim odlukama koje se odnose na upravljanje internetom. Ne bi smjele postojati nerazumne prepreke za ulazak novih korisnika ili dopuštene načine korištenja interneta, ili nepotreban teret koji bi mogao utjecati na potencijal za inovacije u pogledu tehnologije i usluga.

9. Otvorena mreža

Korisnici bi trebali imati najveći mogući pristup internetskom sadržaju, aplikacijama i uslugama po vlastitom izboru, bez obzira da li su ponuđeni besplatno ili ne, koristeći odgovarajuće uređaje po vlastitom izboru. Mjere upravljanja prometom koje imaju utjecaj na uživanje temeljnih prava i sloboda, posebno pravo na slobodu izražavanja i priopćavanja i primanja informacija bez obzira na granice, kao i pravo na poštivanje privatnog života, moraju ispuniti zahtjeve međunarodnog prava o zaštiti slobode izražavanja i pristupa informacijama, kao i pravo na poštivanje privatnog života.

10. Kulturna i jezičke raznolikosti

Očuvanje kulturne i jezičke raznolikosti i poticanje razvoja lokalnih sadržaja, nezavisno o jeziku ili pismu, trebaju biti ključni ciljevi internet srodnih politika i međunarodne saradnje, kao i razvoja novih tehnologija.

Deklaracija Komiteta ministara o principima upravljanja internetom (koju je Komitet ministara usvojio 21. septembra 2011. na 1121. sastanku zamjenika ministara)

Drugi važan princip koji se mora primjetiti jeste da sfera državne zakonske regulacije interneta mora biti ograničena - ograničena činjenicom da zakon ne narušava sferu u kojoj funkcioniraju norme i pravila koje je usvojila samoregulatorna organizacija, odnosno, sama internet zajednica. Zakon ne bi trebao regulirati područje koje je regulirano pravilima samog interneta. Što postoji više samoupravnih pravila regulacije interneta, manje će biti zakonski definiranih regulacija.

Šta je prepoznato kao cyber kriminal?

Međunarodna regulacija interneta nije ograničena samo na „meko pravo“ (soft law).

Model koji se primijenjuje u praksi krivičnih i pravnih regulacija u odnosu na internet je Konvencija o kibernetičkom (cyber) kriminalu (zločini u cyber prostoru) koja je donesena u Budimpešti 23. novembra 2001. U njoj izradi su sudjelovale članice Vijeća Evrope i SAD, Japan, UAR i Kanada. Konvencija je stupila na snagu 1. jula 2004. godine, a do danas su je potpisale 47 država, te je stupila na snagu u 37 od njih (nažalost, unatoč članstvu u Vijeću Evrope Konvenciju nisu potpisali Andora, San Marino, Monako i Rusija).

Svrha Konvencije je omogućiti međunarodnu suradnju u borbi protiv zločina na webu i donijeti harmonizirane pravne mjere za njihovu prevenciju. Države koje su potpisale ovu Konvenciju dužne su se boriti protiv nezakonitog korištenja web-a za falsificiranje baza podataka, distribuciju računarskih virusa, nanošenje štete intelektualnom vlasništvu i distribuciju dječje pornografije.

Konvencija zahtijeva da svaka od potpisnica klasificira kao kažnjivo krivično djelo postupke pripreme, nudenja ili pružanja, distribucije, prijenosa ili primitka materijala povezanih s dječjom pornografijom, putem računarskog sistema ili posjedovanje takvih materijala u računarskom sistemu ili uređaju za računarske podatke.

Od članica se također zahtijeva da klasificiraju kao kaznena djela povrede autorskih i srodnih prava u smislu relevantnih međunarodnih ugovora, kada su takve radnje počinjene namjerno, u komercijalnim razmjerima i pomoću računarskog sistema.

Kako Konvencija o cyber kriminalu funkcionira u praksi?

Konvencija obavezuje države članice da osiguraju uvjete za internet providere unutar neophodnog vremenskog razdoblja (ne više od 90 dana) da arhiviraju određene računarske podatke, uključujući i podatke o prometu, ako se ukaže potreba da ih pregledaju odgovarajuća tijela vlasti.

Svaka od potpisnica Konvencije mora poduzeti mjere kako bi omogućila državne vlasti da tajno prikupljaju ili snimaju u realnom vremenu podatke o prometu vezane uz pojedine operacije u prijenosu podataka preko računarskih mreža na svom teritoriju. U slučaju teških zločina, takva sposobnost mora se također osigurati u odnosu na presretanje sadržaja prenesenih informacije.

Potpisnice Konvencije moraju jedna drugoj pružiti najširu moguću suradnju u svrhu istraživanja ili sudskog progona cyber kriminala.

Putem kojih propisa se procesuiraju rasističke izjave na internetu?

Opcioni protokol uz Konvenciju o cyber kriminalu u vezi inkriminacije djela rasističke i ksenofobne naravi počinjenih uz korištenje računarskih sistema je stupio na snagu 2006. godine. Protokol je već potpisalo 35 država, a stupio je na snagu u njih 20.

Ovaj protokol proširuje obaveze iz Konvencije i na sve pisane materijale, prikaze ili druga predstavljanja ideja ili teorija koje propagiraju, omogućavaju ili potiču mržnju, diskriminaciju ili nasilje prema osobi ili grupi osoba, ako se kao izgovor za ove radnje koriste rasa, boje kože, nacionalno ili etničko porijeklo ili religija.

U suštini, ovaj dokument na međunarodnom nivou priznaje sljedeća krivična djela:

- distribuciju rasističkih i ksenofobnih materijala putem računarskih sistema;
- prijetnju da će se počiniti teško krivično djelo motivirano rasizmom i ksenofobijom;
- javnu uvredu, motiviranu rasizmom i ksenofobijom;
- negiranje, prekomjernu minimalizaciju, odobravanje ili opravdavanje genocida ili zločina protiv čovječnosti;
- pomaganje ili poticanje na počinjenje navedenih kaznenih djela.

Doprinos Konvencije međunarodnom pravu sastoji se barem od objašnjenja šta je, u stvari, kažnjivo krivično djelo kada se distribuiraju materijal na webu. Postoje tri takva slučaja: dječja pornografija, povreda autorskih prava na komercijalnoj razini i distribucija rasističkih/ksenofobnih materijala - kao i poticanje na ta djela i pomaganje u njihovoj realizaciji. Najčešće prihvaćen popis završava tu. Ne nalazimo ništa o opravdanosti terorizma, nema ništa o ekstremizmu i nema političkih zločina.

Poglavlje 2: Samoregulacija sadržaja i online industrija

Kakva je arhitektura interneta?

Internet je mreža međusobno povezanih mreža - otvorena arhitektura nudi komunikacijsku infrastrukturu od bilo kojeg korisnika do bilo kojeg korisnika (any-to-any). Prema tome, za internet je, po definiciji, bitna međusobna povezanost na više razina. Upravo ta otvorenost internetu daje njegovu otpornost, njegovu vrijednost za građanske slobode, pa i njegovu ekonomsku vrijednost. Zanimljivo je napomenuti da i aktivisti i online tvrtke iskorištavaju istu jedinstvenu karakteristiku interneta - njegovu otvorenost. Aktivisti mogu svijetu komunicirati svoje poruke, a tvrtke za e-trgovinu mogu svijetu ponuditi svoje usluge. U ovom svjetlu se moraju i razmatrati regulatorni ili „samoregulatorni“ eksperimenti koji dotiču ovu temeljnu vrijednost interneta.

Kad su pružatelji internetskih usluga odgovorni za korisnički sadržaj?

Ovo varira od zemlje do zemlje. Osnovno načelo koje su u početku usvojile Evropska unija i SAD bilo je da bi pružatelji (provideri) internetskih usluga trebali biti odgovorni ako direktno sudjeluju sa korisnikom u proizvodnji sadržaja u pitanju ili kada i jedni i drugi imaju direktnu kontrolu nad podacima (usluga internet hosting, na primjer) i imali su stvarno znanje o ilegalnosti sadržaja. Ovaj pristup je bio ključan za rast i, naročito, ekonomski uspjeh interneta u EU i SAD-u.

Ovaj princip se sve više ugrožava korištenjem naloga kojim se pružateljima internetskih usluga nameću mejeze filtriranja, blokiranja i nadziranja, kao i vanparničnim nametanjem takvih mjera (bilo da to radi sam pružatelj usluga (provider) spontano ili kao rezultat vladinog ili nekog drugog pritiska).²¹ Iako je Evropski sud pravde (European Court of Justice) utvrdio neka korisna ograničenja u upotrebi sudskih naloga u odnosu na online aktivnosti (naročito u predmetima Scarlet/Sabam i Netlog/Sabam)²², postoji zabrinjavajući trend gdje se stvaraju mogućnosti da sudski nalozi budu uključeni u trgovinske sporazume (kao što je ACTA). Izvoziti režim sudskih naloga Evropske unije bez istovremenog izvoza

²¹ Ovdje se nalog odnosi na sudski nalog koji od osobe zahtijeva da nešto učini ili se suzdrži od činjena određenih djela. To je vanredni pravni lijek, rezerviran za posebne okolnosti u kojima je neophodno privremeno očuvanje statusa quo. Sudski nalog se stoga obično izdaje samo u slučajevima u kojima bi došlo do nepopravljivih povreda prava pojedinca ako bi se uradilo drugačije. Sudu mora biti očigledno da su neka djela već urađena, odnosno da je zapriječeno tim djelima, koja će proizvesti nepopravljivu štetu strani koja traži sudsku zabranu.

²² Scarlet protiv Sabama, 24. novembar 2001. i Sabam protiv Netloga, 16. februar 2012. U oba predmeta je odlučivao Evropski sud pravde. Sabam je zatražio sudski nalog zahtijevajući bjanko otvoren nalog za filtriranje korištenja internetskih usluga građana (web hosting za Netlog i peer-to-peer mreža za Scarlet), za što bi trebali platiti pružatelji (provideri) internetskih usluga. U slučaju Netlog, belgijski sudovi su se htjeli suprotstaviti zabrani, dok su u slučaju Scarlet htjeli podržati nalog.

U oba slučaja, odluke Suda su se temeljile na Povelji o temeljnim pravima EU-a. Sud je istaknuo opasnosti upotrebe naloga u digitalnom okruženju. Pokazalo se da je potrebno koristiti zakon za provedbu bilo kojeg predloženog ograničenja prava na komunikaciju ili privatnost na internetu.

njenih zaštitnih mehanizama temeljnih prava je neodgovorno u najmanju ruku, a u najgorem slučaju predstavlja kršenje vlastitih međunarodnih obaveza EU-a za zaštitu ljudska prava. To također dovodi do rizika zaustavljanja rasta online ekonomije u manje razvijenim zemljama i izvozi ograničenja na slobodu govora u zemlje koje nemaju mehanizme za usklađivanje temeljnih prava sa različitim korporativnim i državnim interesima.

Nedostatak jasnoće u pogledu odgovornosti također ima utjecaj da internetske tvrtke sve više koriste „samoregulaciju“ kao oblik „samoodbrane.“ Kroz njihove uvjete pružanja usluge, oni sve više sami sebi daju moć za brisanje, blokiranje ili cenzuriranje gotovo svega, po vlastitom nahođenju, potkopavajući predvidljivost i slobode govora. Jedna vodeća međunarodna tvrtka, u svojim uvjetima korištenja za programere aplikacija, daje sebi pravo „ukloniti ili obustaviti dostupnost bilo koje aplikacije“ „iz bilo kojeg razloga ili bez razloga.“

Podliježu li portali ili pretraživači bilo kakvim regulacijama ili samoregulacijama? Istina je da pretraživači i web portali imaju utjecaja na odabir prioriteta sadržaja koji se nalazi na internetu. Građani pronalaze sadržaj putem ovih usluga, a one moraju biti organizirane tako da je nešto na vrhu popisa rezultata pretraživanja. Stoga je također istina da pretraživači i web portali moraju interno pronaći način kako bi to regulirali – odnosno samoregulirali. Društveno pitanje je da li su takve usluge, posebno kad kontroliraju veći dio tržišta, transparentne i neutralne.

Situacija u vezi regulacije je znatno složenija. U Evropskoj uniji, predmet L'Oreal/eBay²³ na Evropskom sudu pravde je stvorio mogućnost za odgovornost takvih tvrtki, u slučajevima u kojima je usluga bila „aktivna“. Međutim, Sud nije pružio adekvatne upute o tom konceptu, što znači da sudovi u različitim državama članicama EU tumače ovaj pristup drugačije. U osnovi, iako je prijelazna tačka vrlo nejasno, princip je da što je usluga manje neutralna, vjerojatnije je da će se provider smatrati odgovornim za sadržaj. To, pak, znači da je režim odgovornosti sve neizvjesniji, povećavajući rizik da će tvrtke koje pružaju usluge sve češće pribjegavati ad hoc preventivnoj cenzuri.

Kako web portali i pretraživači jamče online pluralizam?

23 L'Oreal v. eBay, presuda Velikog vijeća Evropskog suda pravde, 12. jula 2011. Slučaj se odnosio na oglašavanje i prodaju robe na online tržištu eBay. L'Oréal je tvrdio da je eBay odgovoran za kršenje L'Oréalove zaštitnog znaka koje je počinio prodavač na eBay web stranici. Odluka je pojasnila opseg izuzeća od odgovornosti za posredničke usluge. Sud je presudio da se doista operater online tržišta ne može osloniti na izuzeće od odgovornosti, ako je igrao „aktivnu ulogu“ koja mu je omogućila da „zna ili kontrolira podatke koji se odnose na ponude za prodaju.“ Sud je također potvrdio da se operater može smatrati odgovornim ako je svjestan činjenica ili okolnosti iz kojih je očita nezakonitost informacije, a nije uklonio sadržaj sa svoje web stranice. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db1e149ecd04654f6f9d47e9a88a095446.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuKbxb0?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1599782>

Pretraživači i portali čiji su algoritmi neutralni i ne prioritetiziraju na temelju komercijalnih interesa, politika i sl., pomažu očuvanju otvorenosti koja je u srži uspjeha interneta. Iako su ti algoritmi komercijalno osjetljivi i zato ih je teško provjeriti, postoji potreba za stalnu budnost kako bi se osigurale maksimalna transparentnost i neutralnost.

Šta je neutralnost mreže?

To je bit otvorenosti interneta - to je načelo da mrežni operater ne smije prioritetizirati (ili oduzimati prioritet ili smetati) promet na osnovu porijekla, odredišta ili svrhe, osim iz uvjerljivih sigurnosnih razloga.

Ko treba ukloniti korisnički generiran protuzakonit sadržaj?

Ovo zavisi o vrste sadržaja. Beznačajni prekršaji se mogu riješiti putem interakcije sa osobom koja je postavila sporni sadržaj. Krivična djela se trebaju rješavati od slučaja do slučaja. Ponekad je prikladno da pružatelji (provideri) usluga suspendiraju sadržaj, u slučaju ako sadržaj predstavlja neposrednu fizičku prijetnju jednoj ili više osoba. Ponekad je važnije ne „odavati“ kriminalaca, te stoga se prioriteta tijela za provedbu zakona moraju uzeti u obzir.

Logična reakcija je da bi najviše problematičnog materijala trebale ukloniti internetske tvrtke što je to brže moguće. Međutim, ovaj pristup je pun rizika – kako zbog slobode govora tako i za borbu protiv ilegalnih aktivnosti. Što je bilo manje pravnog nadzora prije nego je materijal uklonjen, to je vjerojatnije da će i savršeno legalan materijal biti uklonjen, nažalost na štetu slobode govora. Nadalje, što brže se sadržaj ukloni, to je veći rizik da će ova površna (stranica se može prenijeti na drugo mjesto pet minuta kasnije) akcija prije zamijeniti nego li dopuniti aktivnosti policijskih službenika.

Međunarodni mehanizmi za promoviranje slobode izražavanja ZAJEDNIČKA DEKLARACIJA O SLOBODI IZRAŽAVANJA I INTERNETA

Specijalni izvjestitelj Ujedinjenih naroda (UN) o slobodi mišljenja i izražavanja, Predstavnicu Organizacije za sigurnost i suradnju u Evropi (OSCE) za slobodu medija, Specijalni izvjestitelj Organizacije američkih država (OAS) o slobodi izražavanja i Specijalni izvjestitelj Afričke komisije za ljudska prava i prava naroda (ACHPR) o slobodi izražavanja i pristupu informacijama,

Usvojili su, 1. juna 2011. godine, sljedeću Deklaraciju o slobodi izražavanja i internetu:

Mrežna neutralnost

- a. Ne bi trebalo biti diskriminacije u tretmanu internetskih podataka i prometa, a na temelju uređaja, sadržaja, autora, porijekla i/ili odredišta sadržaja, usluge ili aplikacije.
- b. Od internetskih posrednika bi se trebalo tražiti da budu transparentni o bilo kojem prometu ili praksama upravljanja informacijama koje koriste, a relevantne informacije o takvim praksama trebaju biti dostupne u obliku koji je pristupačan svim zainteresiranim stranama.
- c.

Izvor: www.osce.org/fom

Kako se nositi sa govorom mržnje na internetu?

Na ovo pitanje je teško odgovoriti, jer pojam „govor mržnje“ značajno varira od zemlje do zemlje. Istraživanja pokazuju da se govor mržnje često postavlja online kako bi se privukla pažnja. Ovo znači da postoji vrlo delikatna linija između efikasnog provedbe zakona i stvaranja suprotnog učinka. Još uvijek nije provedeno dovoljno istraživanja o ovom pitanju, što znači da su pristupi koji se zasnivaju na vladavini prava konstantno nedorečeni. S druge strane, postoji sve veća tendencija da se vladavina prava napušta u potpunosti, a odluke o takvim pitanjima se prepuštaju internetskim tvrtkama.

Internetske tvrtke mogu samo preduzeti površnu akciju (uklanjanje stranice koja može biti otpremljena u sekundi negdje drugo). Oslanjati se na internetske tvrtke da preuzmu ulogu sudija, porota i dželata za online sadržaj je loše rješenje, čak i iz njihove perspektive, jer to nije dio njihove poslovne aktivnosti ili vještina. Ovo je također loše rješenje za žrtve, jer privremeno uklanjanje s mjesta A, prije nego što je ponovno postavljeno na mjesto B, nije od koristi. Jedini dobitnik u ovom pristupu je distributer govora mržnje, koji više ne treba brinuti o sudski nametnutim sankcijama.

Na neki način, rješenje se vjerojatno može naći gledajući kako se to rješava u tradicionalnim medijima. Na primjer 2001. su Posebni mandati UN-a, OSCE-a i OAS-a o pravu na slobodu izražavanja postavili niz uvjeta koje bi zakoni o govoru mržnje trebali poštovati:²⁴

- Niko ne bi trebao biti kažnjen za izjave koje su istinite
- Niko ne bi trebao biti kažnjen za širenje govora mržnje, osim ako se dokaže da su to učinili s namjerom poticanja diskriminacije, neprijateljstva ili nasilja,
- Treba poštovati pravo novinara da odluči kako najbolje javnosti komunicirati informacije i ideje, posebno kada se izvještava o rasizmu i netrpeljivosti,
- Niko ne bi trebao biti predmet prethodne cenzure
- Svako sudsko nametanje sankcija treba biti strogo u skladu sa načelom proporcionalnosti.

²⁴ Međunarodni mehanizmi za promoviranje slobode izražavanja, Zajednička deklaracija o rasizmu i medijima, juli 2001., <http://www.article19.org/data/files/pdfs/igo-documents/three-mandates-statement-1999.pdf>

Na ovo bi Evropska digitalna prava dodala još da građane novinare ne treba tretirati drugačije od profesionalnih novinara.

Kako se nositi sa anonimnosti ilegalnog online sadržaja? Postoji vrlo malo čisto anonimnog protuzakonitog online sadržaja. Ovdje se jednostavno radi o nedostatak efikasne saradnje organa za provedbu zakona na identificiranju prijestupnika kada je to prikladno. Kako je ustvari to problem, to je ono što se treba riješiti. Međutim, umjesto rješavanja pravog problema, „lako“ rješenje prema kojem se sve teže i teže štiti nečiji identitet na mreži je pristup koji sve češće preferiraju kreatori politika. Privatnost je ključna za slobodu govora, svaki pokušaj da se ograniči anonimni online govor bi bio uveliko nesrazmjern, pojednostavljen i pogrešan.

Koje su prednosti i nedostaci samoregulacije online industrije?

Osnovno pravilo koje treba poštovati je da što je samoregulirajući proces više interan, on je efikasniji, proporcionalniji i više poštuje temeljna prava. Na primjer, sektor industrije bi mogao usvojiti samoregulirajući kodeks kako bi se osiguralo da su njihova pravila o privatnosti jasna i da prate identičnu metodologiju (čime se korisnicima omogućava da naprave informirani izbor između različitih pružatelja usluga). Ovaj proces bi bio potpuno interni, s jasnim ciljem i gdje je sama tvrtka subjekt koji se regulira.

S druge strane, samoregulatorni pristup gdje se tvrtke dogovore da uklanjanju potencijalno ilegalne web stranice se znatno razlikuje. Tvrtka nije razvila pravila koja se implementiraju i ona ne regulira sebe već svoje kupce. Kad pravila nisu pravila tvrtke, kada ciljevi politike tih pravila nisu ciljevi politike tvrtke, kada tvrtka ne regulira samu sebe, onda je to sasvim drugačiji proces od „samoregulacije“ i bolje se opisuje kao „privatna provedba zakona“. Mnogi od problema koji se javljaju u razvoju politika u ovoj oblasti proizlaze iz neuspjeha onih koji pišu te politike da razumiju ovu bitnu razliku.

Koje su opasnosti samoregulacije online industrije?

Postoje višestruke opasnosti koje se kriju u pristupu privatne provedbe zakona. Konkretno:

1. Jedine akcije koje internetski posrednik može poduzeti su površne - ne može nikoga uhapsiti niti ikoga može procesuirati.
2. Internetski posrednici su privatne tvrtke čiji prioritet je zaraditi i ostati u poslu, a ne štiti slobodu izražavanja. Oni će „griješiti zbog opreza,“ jer su rizici koji nastaju brisanjem savršeno legalnog sadržaj općenito manji nego rizici ako se legalni sadržaj ostavi online – naročito kada se radi o uslugama koje su orjentirane prema građanima i

koje su „besplatne“.

3. Postoji trajan i značajan rizik da će resursima ograničeni organi za provođenje zakona prestati smatrati prioritarnim određene online prekršaje, ako budu vjerovali da se mogu osloniti na internetske posrednike koji su privremeno „uklonili“ problem.

Da li je roditeljsko korištenje softvera za filtriranje neka vrsta samoregulacije na internetu? Roditelji ne reguliraju sami sebe tako da ne, to nije „samoregulacija.“ U zavisnosti od doba djeteta, može biti više ili manje prikladno za roditelja da filtrira internetsku vezu svoje djece. Međutim, nikada nije pedagoški najbolji način spriječiti da se dijete suoči sa određenom opasnosti. U nekoj fazi roditelj mora, protiv svoje volje, pustiti ruku djeteta i pustiti njega ili nju da sam ili sama pređe cestu. Izazov je upravljati rizicima na odgovarajući način i obrazujući ga, u konačnici, dopustiti djetetu da samostalno upravlja rizicima.

Svi mi imamo iskonsku (i zdravu) želju da štitimo djecu što je više moguće. Međutim, zaštita djece online je vrlo često kontra-intuitivna - kao što su pokazala istraživanja nezavisnog britanskog Ureda za standarde u obrazovanju, koje je utvrdilo da je za dječiju sigurnost bolje slabo filtriranje dječjih internetskih veza od jakih filtriranja. Stoga je vrlo važno odmaknuti se od regulacije dječijih online aktivnosti prema „predosjećaju“ i okrenuti se ka marljivijem pristupu utemeljenom na dokazima.

Trebaju li se novi mediji samoregulirati?

U ovom slučaju pitanje je zanimljivije od odgovora. Postoji li bilo koji oblik novinarstva koji se ne „samoregulira?“ Svaki blog ima poseban jezički registar, svaki pisac prilagođava svoj stil zamišljenom čitatelju i svaki pisac „samoregulira“ svoj rad na načine da pokušavaju izbjeći ili privući kontraverzu. Trebaju li novi mediji samostalno regulirati sadržaj koji se proizvodi u njihovo ime, kako bi održali određeni nivo kvaliteta, jezički stil ili tematski fokus? Apsolutno – bilo bi apsurdno tvrditi suprotno. Trebaju li pružatelji blog usluga nadzirati blogove da preventivno cenzuriraju, brišu ili isključe blogere na temelju pravila iz svojih uvjeta korištenja, postavljajući strože i manje transparentne standarde od demokratski odobrenih zakona? Apsolutno ne - postoje dobri razlozi zašto svaki bitni ljudskopravaški instrument izriječom kaže da restrikcije temeljnih sloboda, poput slobode komunikacije, moraju biti zakonom utemeljene.

Industrijska samoregulacija sadržaja:

Primjer Internet Watch Foundation (Fondacije za internetski nadzor) (IWF) iz Velike Britanije

Susie Hargreaves, Izvršna direktorica IWF

Internet Watch Foundation (Fondacija za internetski nadzor) (IWF) je britanska nevladina organizacija koju je osnovala online industrija kako bi se posvetila problemu vrlo specifičnog područja nezakonitog sadržaja: sadržaju seksualnog zlostavljanja djece (CSAC), također poznatog kao dječja pornografija.

Historija IWF

IWF je 1996. godine uspostavila internetska industrija u Velikoj Britaniji nakon razgovora sa policijom i vladinim odjelima. Internet je još uvijek bio relativno mlad, a policija je vjerovala da pružatelji internetskih usluga možda čine krivično djelo zbog činjenice da su prenosili interesne grupe (newsgroups) koje su objavljivale nepristojne slike djece. U Velikoj Britaniji, posjedovanje CSAC je krivično djelo i „posjedovanje“ uključuje gledanje na internetu. Dakle, te 1996., pružatelji internetskih usluga su bili zabrinuti kako osigurati da ni oni ni njihovi nevini klijenti ne budu krivično odgovorni ako su prenijeli ili nehotice pogledali CSAC. Vlada i policija su podržali napore industrije za rješavanje tog problema na temelju samoregulacije, u saradnji sa organima za provedbu zakona, ali i odvojeno od njih.

IWF je osnovana kao nezavisno tijelo sa zadatkom primanja, ocjenjivanja i praćenje pritužbi iz javnosti o sadržaju seksualnog zlostavljanja djece. Od svog osnivanja, IWF je uspostavila Hotline servis (SOS telefon) kako bi javnost mogla prijavljivati potencijalno krivični sadržaj i, kako bi, u saradnji sa policijom, pružila uslugu „obavijesti i ukloni“ savjetovanja pružatelja internetskih usluga da uklone sadržaj.

U svojoj prvoj godini, IWF je obradio oko 1.300 prijava i imao je pet članova. U 2011., obrađeno je gotovo 42.000 prijava, a bilo je oko 100 članova. Ovaj eksponencijalni rast prijava proizlazi ne samo zbog povećane sofisticiranosti kriminalaca na internetu, već i zbog poboljšane sposobnost da ih se prati.

Kako funkcionira

Prvi prioritet IWF-a je identificirati CSAC koji se nalaze (hostira) u Velikoj Britaniji i skinuti ga što je brže moguće. Tokom godina je bila tako uspješna da se količina sadržaja hostiranog (čuvanog) u Velikoj Britaniji spustila sa oko 18% u 1996. na ispod 1% sada. Materijal koji se nađe

na britanskim stranicama skida se za manje od 1 sata. Ovaj uspjeh je moguć samo zbog bliskih partnerskih dogovora policije i industrije. Sav potencijalno krivični sadržaj šalje se policiji koja daje svoju ocjenu i snimi ono što im je potrebno za svrhe bilo kakve krivične istrage. Odmah nakon toga industrija uklanja sadržaj.

U 2009., uz saglasnost industrije, IWF je također preuzela odgovornost za identificiranje i izdavanje obavijesti za uklanjanje ilegalne ekstremne pornografije, iako se do sada bavila sa malim brojem takvih slučajeva.

Pored svog Hotline servisa za Veliku Britaniju, IWF također pravi popis URL-ova - to jeste, određenih web adresa – sadržaja seksualnog zlostavljanja djece koji se hostira izvan Velike Britanije. Ovaj popis se distribuira pružateljima usluga, tvrtkama koje pružaju usluge pretraga, tvrtkama za hosting web stranica i tvrtkama za filtriranje kako bi ga mogle koristiti za blokiranje ili filtrirati pristupa tom sadržaju. Iako većina korisnika popisa ima sjedište u Velikoj Britaniji, popis se sve više koristi i u drugim zemljama. U sklopu konzorcija INHOPE, 40 besplatnih Hotlines telefona širom svijeta, popis se spaja sa popisima drugih hotline-a kako bi se formirao univerzalni popis koji se koristi na globalnoj razini.

Korištenje popisa za blokiranje je najsporniji element koji je podigao najviše zabrinutost zbog mogućih sukoba sa Evropskom konvencijom o ljudskim pravima. IWF-ov tim analitičara kontinuirano obrađuje izvještaje i ažurira popis URL-ova dva puta dnevno. Popis je dinamičan i varira u veličini od 300 do 600 URL-ova. U Velikoj Britaniji, popis koriste provideri širokopojasnih (broadband) usluga koji pokrivaju 98% rezidencijalnog tržišta u Velikoj Britaniji. Na taj način se sprječava neželjeni pristup CSAC-u. Ono što se ne može uraditi jeste spriječiti određene pedofile u pronalaženju tehničkih sredstava za prevladavanje blokade. Ono u čemu je IWF dobar jeste postavljanje izuzetno efikasnih filtera koje morate biti odlučni izbjeći - i pronalaženjem blokiranog sadržaja namjerno činite krivično djelo.

Zašto samoregulacija?

Prvo, samoregulacija zahtijeva podršku najvećeg dijela industrije kako bi se mogao obaviti posao, a dobiti takvu podršku znači da će industrija sarađivati, a ne boriti se protiv regulatora. Zbog ogromne podrške koju dobije, IWF je u mogućnosti raditi sa samo 20 uposlenika. U velikoj mjeri se oslanja na tehničke i druge ekspertize koje se nalaze u internetskoj industriji. Ako se nešto treba uraditi, industrija će to uraditi za nas.

Drugo, samoregulacija osigurava da IWF-ov model ostane relevantan jer je u stanju reagirati na promjene u online okruženju mnogo brže nego što bi to bio slučaj da je IWF vezana statutom.

Treće, industrija govori da ima daleko više povjerenja u IWF nego u policiju. Dok će prema IWF-ovom savjetu postupiti odmah, tvrde da se ne bi osjećali ugodno ako bi ih na uklanjanje sadržaja uputila policija.

I četvrto, samoregulacija štiti samoodređenje industrije. Ne smije se iz vida izgubiti činjenica da je internet industrija komercijalni posao. Internetske tvrtke su profitno orijentirane i trebaju usmjeriti liniju između onoga što njihovi klijenti žele i zadovoljavanja zahtjeva vlasti i drugih interesnih grupa. Putem samoregulacije, industrija može djelovati kao arbitar između državnih ciljeva i zahtjeva korisnika.

Kritike našeg modela:

- Prijetnja slobodi izražavanja

Neki tvrde da uklanjanjem ili blokiranjem sadržaja, IWF krši ljudska prava, posebno član 10. Ovdje je potrebno biti svjestan nekih od modela koje koriste kriminalci kako bi postavili svoj sadržaj na internetu. Oni mogu „oteti“ legitimne stranice, na primjer postaviti fotografiju ili video skrivene duboko unutar hosting providera čiji je posao pružati web prostor za redovne poslovne subjekte i korisnike. Pored toga što krši krivični zakon ovo krši ugovorene uvjete između hosting stranica i ISP-ova. Argumenti postaju daleko složeniji nego samo razmatranje pitanja slobode izražavanja, a isto tako se postavlja i pitanje komercijalnih ugovora. Ali ipak temeljna pitanja se mogu postaviti:

Da li snabdjevači CSAC-a imaju „pravo“ postavljati krivične slike? Ne

Da li pedofili imaju „pravo“ primati slike? Ne.

Da li internet provideri imaju „pravo“ spriječiti zloupotrebu svojih usluga? Da.

I ne smijemo izgubiti iz vida djecu koja trepe zlostavljanje. Zar oni nemaju prava da se slike njihovog zlostavljanja ne šire po internetu?

- Bez sudstva

Neki postavljaju pitanje kako IWF, kao nevladina organizacija, može imati ovlasti da identificira i klasificira materijal kao potencijalno krivični. Oni tvrde da je to uloga koju jedino mogu vršiti sudija ili policija.

Naravno, na kraju se ipak svodi na sudove koji jedini mogu odrediti zakonitost ili nezakonitost nekog sadržaja. No, zamislite kako bi sudovi reagirali da se od njih traži da godišnje odluče o 49.000 slučajeva potencijalno protuzakonitog seksualnog zlostavljanja djece. IWF model je, u tom pogledu, mnogo brži. Ali IWF nije kavalir, a niti amater.

Za naš „obavijesti i ukloni“ rad, osoblje IWF-a prolazi rigoroznu obuku sa policijom i nastavlja usko sarađivati s njima. IWF prijavljuje sadržaj agencijama za provedbu zakona i hotline-ima u Velikoj Britaniji i inostranstvu. IWF-ov rad redovito provjerava policija, pravni stručnjaci i stručnjaci za zaštitu djece i ima eksplicitnu podršku od vlade Velike Britanije i Evropske komisije. Iako se pri ocjenjivanju sadržaja primjenjuju kaznene smjernice Ujedinjenog Kraljevstva, IWF postavlja veći prag za djelovanje. Tako IWF neće reagirati na sadržaj koji je granični ili bi samo nosio najblažu kaznu ako bi ga sud proglasio krivičnim. Ali ima li IWF zakonske ovlasti da izdaje popis za blokiranje? Britanska je vlada snažno naznačila da će donijeti zakon osim ako ISP-ovi primijene IWF-ov popis, ali je naglasila i da želi da IWF radi ovaj posao. S obzirom na preferencu vlade, industrije i organa za provedbu zakona da IWF prikuplja i šalje popis, IWF je praktički ovlašten.

Mnogi IWF članovi su također odlučili da dobrovoljno primjenjuju popis u inostranstvu. Uz podršku drugih hotline-a, IWF ponekad obavještava tvrtke izvan Velike Britanije da njihov servis hostira CSAC. Naravno, IWF ima samo savjetodavni status u drugim zemljama, ali iskustvo pokazuje da su internetske tvrtke zahvalne kada ih se obavijesti da ih zloupotrebljavaju kriminalci.

- Netačne procjene i overblocking (pretjerano blokiranje)

Možda ste čuli za ono što se obično naziva „Wikipedia incident“ u 2008. U tom slučaju, IWF se tri puta savjetovao sa policijom koja je potvrdila da je problematična slika, ilustracija sa omota ploče, nezakonita prema zakonima u Velikoj Britaniji. IWF stavio URL na svoj popis, ali tehnička provedba zaštite sigurnosti na Wikipediji u kombinaciji sa dizajnom mnogih rješenja za filtriranje je dovelo da se cijele domena Wikipedije zaključa urednicima. IWF je od tada preispitao svoje procedure tako da može bolje sagledati cjelokupni kontekst i predvidjeti kada uvrštenje URL može dovesti do tehničkog overblockinga nekih ISP-ova koji imaju manje izdržljive sisteme od drugih.

- Nedostatak transparentnosti

Još jedan prigovor našem modelu je nedostatak transparentnosti.

Jasno, IWF ne može objaviti svoj popis, jer ne samo da bi to pedofilima olakšavalo pronalazak materijala, već bi sama publikacija prema zakonima u Velikoj Britaniji bila protuzakonita jer bi predstavljala „oglašavanje.“

Međutim IWF objavljuje kriterije koje naši analitičari koriste za identifikaciju CSAC-a. IWF

ocjenjuje sadržaj seksualnog zlostavljanja djece prema nivoima koji su detaljno obrađeni u Konačnim smjernicama Vijeća za smjernice za donošenje kazni za djela iz Zakona o seksualnim prekršajima iz 2003 (Sentencing Guidelines Council's Definitive Guidelines of the Sexual Offences Act 2003).

Također, IWF objavljuje i vodi žalbeni proces kako bi pokrio bilo koju situaciju gdje neko smatra da je URL bio netačno ocijenjen.

<http://www.iwf.org.uk/accountability/complaints/content-assessment-appeal-process>

Međutim, pošteno je reći da osim ako znate da je nešto blokirano, prilično je teško podnijeti žalbu protiv blokiranja. U ovom trenutku, ako korisnik pokuša pristupiti blokiranoj stranici može pronaći „splash stranicu“, što jasno pokazuje da je pristup odbijen jer je IWF klasificirao URL kao potencijalno krivični sadržaj. Međutim, jednako je vjerojatno da će korisnik dobiti učtivu obavijest, obično „404 Obavijest“, koja samo kaže da datoteka (file) nije pronađena. IWF bi volio vidjeti situaciju u kojoj svako ko pokuša pristupiti blokiranoj stranici sazna zašto je pristup odbijen. Međutim, u ovom trenutku, postoje neki problemi u korištenju splash stranice. Trenutno, neki ISP-ovi imaju tehničke poteškoće da identificiraju koji su URL-ovi blokirani jer su na popisu, u odnosu na one koji su blokirani zbog drugih razloga (npr. spam i phishing). Međutim uskoro će se morati pronaći rješenje jer nova Direktiva Evropske komisije o borbi protiv seksualnog zlostavljanja, seksualne eksploatacije i dječije pornografije (EC Directive on combating the sexual abuse, sexual exploitation of children and child pornography) zahtjeva transparentnost blokiranja.

ISP-ovi i druge internetske tvrtke već imaju značajnu ulogu u posredovanju u onome čemu se pristupa: reguliranje protoka prometa, upravljanje pritiska na mrežama, uklanjanje neželjene pošte (spama) i phishing, primjene - u slučaju Google-a na primjer - default filtera za pretragu (uvjeta zadanih pretraživanja) i „pametnih filtera“ za davanje algoritma koji u rezultatima pretraživanja daju rezultate koje oni predviđaju da mi želimo, te uklanjanje sadržaja nakon obavještanja da je pogrdan. Tvrtke to rade kao odgovor na zahtjeve kupaca, ali i na pritisak vlade - i kao način povećanja privlačnosti svojih usluga, a time i svoju profitabilnost.

Ultimativno pitanje je: Da li mi, kao potrošači i kao građani, preferiramo da naš posrednik na internetu bude država ili komercijalna preduzeća? Da li je posredovanje sadržaja isključivo pitanje za demokratsko donošenje odluka ili vjerujemo tvrtkama da će donijeti moralne i uredničke prosudbe u naše ime? Je li to, u konačnici, pitanje za nas kao građane, ili nas kao potrošače - ili se ovo dvoje može kombinirati?

Poglavlje 3: Etika i digitalno novinarstvo

Uvod

Internet i digitalni mediji mijenjaju, temeljito i nepovratno, prirodu i etiku novinarstva. Internet potiče nove oblike novinarstva koji su interaktivni i neposredni, a građani su dobili priliku da stvaraju i razmjenjuju informacije na globalnoj razini. Temeljni etički principi novinarstva za tradicionalne medije usvojeni su tokom prošlog stoljeća. Središnje pitanje danas je u kojoj se mjeri te etičke norme mogu primijeniti na novo informacijsko okruženje.

U vrijeme kada tradicionalni mediji zaista pate zbog ekonomske krize i zbog migracije publike na online medije, od posebne je važnosti da se tradicionalne i široko prihvaćene vrijednosti profesionalnog novinarstva promoviraju kako bi se osiguralo slobodno i odgovorno digitalno novinarstvo. U tom smislu, ovo poglavlje će istaknuti nove izazove sa mješavinom tradicionalnog i online novinarstva. Kultura tradicionalnog novinarstva, koja se oslanja na vrijednosti kao što su balans i nepristranost je sve više u sukobu sa kulturom online novinarstva koja se zasniva na neposrednosti, transparentnosti i, u mnogim slučajevima, pristranosti.

Prije deset godina samo se ograničen broj ljudi pitao ko je novinar. Sada, svako a naročito medijska publika može igrati ulogu u prikupljanju, pripremi i širenju djela novinarstva. Svako sa modemom može biti potencijalni izdavač. Kao rezultat digitalne revolucije postavlja se pitanje etičnosti za svakoga u građanskom društvu.

Novinarstvo postaje globalno. A sa globalnim utjecajem i dosegom javlja se pitanje neophodnosti globalne medijske odgovornosti.

Napisao Aidan White

Ko bi trebao slijediti etičke standarde novinarstva u digitalnom dobu?

Svako ko se bavi bilo kojim oblikom novinarstva - prikupljanjem i raspodjelom informacija za javnu potrošnju - trebao bi biti etičan i odgovoran.

Novinarstvo je postalo složenije i daleko demokratičnije. Danas publika ima važnu ulogu u prikupljanju i širenju vijesti. Ljudi također koriste nove tehnologije da se sami uključe u novinarstvo.

Pojavili su se novi koncepti kao što je umreženo novinarstvo i data novinarstvo (data journalism), koji su novi načini saradnje u pričanju priča i pružanju inteligentnih analiza sa ogromnom količinom podataka.

Ovo novo medijsko okruženje zahtijeva više samoregulacije koja se smatra najboljim načinom da se slijede medijske etičke norme. Većina vijeća za štampu sada uključuju online usluge koje u okviru svog djelokruga pružaju medijske kuće.

Samoregulacija se razvija kako se širi novinarstvo na internetu. Mnoge nove online usluge nisu pokrivene industrijskim regulatorima, ali to ne bi trebalo njih ili njihove novinare izuzeti od primjene osnovnih etičkih standarda koje su mediji uvijek slijedili.

Are ethical standards different for online media compared to traditional? Razlikuju li se etički standardi za online medije u odnosu na tradicionalne medije?

Ne. Ovih dana novinari dijele prostor javnih informacija sa tweeterašima, blogerima, građanima novinarima i korisnicima društvenih medija, ali su etički izazovi novinarstva - reći istinu, ne činiti zlo i biti odgovoran i nezavisan - isti kao što su uvijek bili. Etičke standarde trebaju primijenjivati svi koji rade u polju vijesti i javnih informacija, na svim medijskim platformama. Međutim, zbog brzo promjenljivog medijskog okruženja, nove smjernice mogu nadopuniti utvrđene principe po kojima se vode ne-digitalni mediji.

Šta je dodatna vrijednost novinarstva u vrijeme kada svako može stvoriti informaciju?

Internet je promijenio gotovo svaki aspekt novinarstva - prikupljanje, obrada i diseminacija informacija su postali sofisticiran i kompleksan posao koji se često izvršava vratolomnom brzinom.

Novinari se bombardiraju informacijama iz svih pravaca i imaju manje vremena nego su ga imali ranije za provjeru činjenica, slika i izjava. Oni proizvode priče u konvergiranim redakcijama u kojima se tekst, audio i video miješaju i spajaju za zahtjevnu publiku. Ovo je

uzbudljivo, ali ima i svoju lošu stranu.

Uspon ove nove medijske kulture, naročito putem društvenih mreža i online usluga, se desio u vrijeme kada su se tradicionalni oblici medija smanjivali. Internet je razbio prethodno uspješne medijske poslovne modele. Sada više novinara radi na nesigurnim radnim mjestima i mediji ulažu manje u novinarstvo - kako u buke tako i u istraživačko novinarstvo. Zbog toga je novinarstvo postalo teška djelatnost koja se obavlja pod velikim pritiskom.

Niko ne može predvidjeti kako će novinarstvo evoluirati na kraju, ali proces promjena je vožnja po neravnom terenu. Jedina sigurnost je da demokratiji trebaju informirani građani, a etičko novinarstvo je jedini nezavisni garant pouzdane i korisne informacije potrebne da bi se osigurala prosperitetna demokratija.

Koji su najvažniji etički standardi novinarstva u digitalnom dobu?

Svi etički standardi su važni, ali u digitalnom dobu, novinari moraju biti posebno oprezni kada je u pitanju privatnost i provjera informacija koje su primili.

Da li su etički kodeksi novinarstva prilagođeni novom online okruženju?

Mnogi mediji uvode nove smjernice o korištenju društvenih mreža i pokušavaju poboljšati svoje kapacitete da ograniče povećanje opsega online razgovora sa čitateljima, gledateljima i slušateljima. Ali pazite, ovo je skupo.

Kako prepoznati pouzdane izvore informacija na webu?

Kako bi što prije pokrili najnovije važne vijesti ili velike nesreće, medijske organizacije su sve više i više spremne na saradnju sa građanima koji mogu snimiti zbivanja na svojim mobitelima prije novinara i prenijeti ih u redakciju. Međutim, novinari trebaju provjeriti profile izvora kako bi se osiguralo da su oni ti koji tvrde da su. Nadalje, novinari ne bi smjeli citirati sa weba bez provjere i potvrde izvora. Redakcije trebaju uspostaviti procese za provjeru materijala koje nabave od građana.

Nekoliko online trikova za identifikaciju legitimiteta online fotografije

- Prvo, klikati kroz mrežu da se vidi može li se pronaći originalni izvor fotografije. Pitajte osobu koja je podijelila fotografiju gdje ju je našla.
- Uradite obrnutu pretragu slika (reverse image search) na TinEye-u (internetski pretraživač) da vidite da li je slika korištena online u prošlosti.
- Ili, preuzmite Googleov plugin za obrnutu pretragu slika kako bi vidjeli da li je ta fotografija objavljena na internetu u drugom kontekstu.

Izvor: Metropolis, Blog Wall Street Journal-a

Kako ispraviti online pogreške?

Novinari imaju koristi kada priznaju svoje greške. Internet pruža izvrsne mogućnosti da se razjasne i isprave pogreške. Redovno ažuriranje kolumne i pojašnjavanje prethodno objavljenih izvještaja može biti korisno. Iako većina novinara ne voli priznati greške, brza korekcija je znak profesionalnosti i pomaže u izgradnji povjerenja.

Kako se nositi sa anonimnošću online sadržaja?

Internet je stvorio kulturu slobode informacija koja je povećala razinu anonimnosti. Ovo često pokazuje nebrigu za prava kreatora i dozvoljava plagijat. Ljudi i mjesta nisu uvijek onakvi kakvim se čine. Pitanje anonimnosti na internetu je doista postalo kontraverzno zbog nesavjesnoga ponašanja takozvanih „internetskih trolova“ - ljudi koji skrivaju svoj identitet kada vrijeđaju, a nerijetko i maltretiraju i napadaju druge ljude. Čak i najgorljiviji ljubitelji slobode interneta vjeruju da se trebaju nametnuti neke etičke granice, iako bi to bilo problematično ako bi se time ugrozila prava ranjivih ljudi koji trebaju ličnu zaštitu.

Ljudi su govorili: „Ne vjerujte u sve što pročitate u novinama,“ a to još više vrijedi za informacije na internetu. Nikad ne prihvatajte prve dojmove i saznajte ko stoji iza nekog imena ili organizacije. Ako novinar mora koristiti sadržaj koji nije verificiran, trebalo bi se izdati „zdravstveno upozorenje“ koje objašnjava odakle dolazi informacija i zašto bi mogla biti nepouzdana.

Kako povećati kvalitetu i odgovornost online medija?

Odgovor je obrazovanje, obrazovanje, obrazovanje. Možemo to nazvati i podizanje svijesti, ali na kraju dana svi moramo ponovo učiti vrijednosti govorenja istine i primijeniti ih na internet i online novinarstvo. Treba ohrabriti online medije da postavljaju standarde, te da ih primjenjuju u svom radu. Mnoge od visoko profilnih servisa - Huffington Post, na primjer - već to rade.

Novinarstvo mora uvijek biti kvalitetan brand definiran etičkim standardima. Online medije treba ohrabriti da prihvate te vrijednosti i da se ponašaju odgovorno.

Novinari ne moraju slijediti organizacijske korake tradicionalnih medija, ali oni koji pružaju vijesti i informacije u digitalnom dobu trebaju priznati da se novinarstvo dostojno svog imena temelji na načelima i standardima. To je ključ uspjeha na tržištu prepunom vijesti.

Koliko privatn je internet?

Kultura interneta ukorijenjena je u pojmovima slobodnog pristupa i otvorenih informacija, ali to ima i privatno i javno lice. Internet se može koristiti za ličnu komunikaciju i javno izražavanje. Korisnici sami mogu postaviti svoje kontrole privatnosti.

Zašto bi novinari trebali biti oprezni o sadržaju treće strane?

Ljudi imaju pravo kontrolirati kako će drugi ponovo koristiti njihove informacije. Stoga bi novinari trebali poštovati uvjete koje ljudi navedu u vezi korištenja njihovog kreativnog rada.

Kada je prihvatljivo objaviti lične e-mailove moćnih ljudi?

U martu 2012., Guardian je odlučio objaviti privatne e-mailove sirijskog predsjednika Assada i njegove supruge, što je otvorilo razna etička pitanja. Guardian je na ova pitanja odgovorio objašnjenjem kako je potvrđena autentičnost e-mailova i zašto ih je odlučio objaviti.

Guardian: Vjerujemo da su brojna otkrića, uključujući i dokaze o Assadovom korištenju savjeta od Irana i primanju detaljnih informacija (briefinga) o situaciji u Homsu, u jasnom javnom interesu. S obzirom na prirodu Assadovog režima i njegovog brutalnog kažnjavanja sirijskog naroda, vjerujemo da su detaljnija slika o funkcioniranju Assadovog unutarnjeg kruga koji se vidi iz mailova, kao i opseg u kojem su on i njegova supruga uspjeli održati svoj luksuzni stil života, također od javnog interesa. Guardian nije tražio materijal.

Odlučili smo ne objaviti lične podatke, uključujući fotografije i video snimke koje pripadaju široj obitelji Assad koji se ne odnose na aktivnosti prve obitelji i način na koji se upravlja Sirijom. Uklonili smo podatke o trećim stranama u e-mailovima koje smo objavili online i u štampanom obliku.

Izvor: The Guardian

<http://www.guardian.co.uk/world/2012/mar/14/how-know-assad-emails-genuine?newsfeed=true>

Creative Commons (<http://creativecommons.org>) omogućava svima - profesionalcima i drugima - da dijele svoju kreativnost i znanje kroz besplatne pravne alate.

Mogu li novinari slobodno koristiti informacije i materijal koje su korisnici stavili na društvene mreže?

Novinari kao i drugi ljudi mogu slobodno lutati online svijetom, ali internetu moraju pristupati izuzetno zdravorazumski. Oni trebaju poštovati standarde privatnosti koje korisnici primjenjuju na svom online materijalu. Ako imaju razlog vjerovati da prikupljeni podaci potječu iz privatnog prostora novinari moraju pitati izvor za dozvolu za korištenje.

Materijal postavljen na Twitter i Facebook je obično besplatan za korištenje, ali kako bi se izbjeglo širenje glasina i špekulacija publika uvijek treba biti informirana o izvoru informacija. Jedina iznimka je kada postoji hitni javni interes ili profesionalni razlog da se ne otkriva izvor. Zapamtite: u novinarstvu se radi o transparentnosti, otkrivanju i pouzdanosti.

Smjernice BBC-a za korištenje materijala iz društvenih medija

7.4.8 Iako se može smatrati da su materijali, naročito slike i videa, koji se nalaze na društvenim medijima trećih stran i drugih web stranica gdje javnost ima otvoren pristup smješteni u javnu domenu, BBC-ovo ponovno korištenje tog materijala obično će ga dovesti do puno šire publike. Trebamo razmotriti utjecaj našeg ponovnog korištenja, naročito kada je vezano za tragične ili uznemiravajuće događaje. Također, trebaju se razmotriti i autorska prava.

Smjernice: Sažetak glavnih tačaka

- Ne pretpostavljajte da slike sa interneta pokazuju ono što tvrde da pokazuju - provjerite ih kako bi se osigurala njihova tačnost.
- Lakoća dostupnosti slika na društvenim medijima i ličnim web stranicama ne uklanja našu odgovornost da razmotrimo osjetljivost njihovog korištenja, balansirajući ih sa bilo kakvim javnim interesom kojem slike mogu poslužiti.
- Što je bila originalna namjera objavljivanja? Objava slike na ličnoj web stranici ili socijalnoj mreži nužno ne znači da je vlasnik tu sliku namijenio da bude na raspolaganju za sve potrebe i okolnosti - ili je shvatio da bi to moglo biti slučaj.
- Da li je vjerovatno da su se pojedinci na slici saglasili, bilo izričito ili prešutno, da se ta slika objavi i bude javno dostupna na internetu?
- Imamo odgovornost razmotriti kakav utjecaj naše ponovno korištenje slike za mnogo širu publiku može imati na one na slici, njihove obitelji ili prijatelje - pogotovo kad tuguju ili su uznemireni.
- Tebali bismo voditi brigu da fotografije uzete sa društvenih medija i ličnih web stranica ne dobiju drugo, možda i pogrešno, značenje ili ne impliciraju neutemeljene prijedloge kada se preuzmu sa tih web stranica i prikažu se u kontekstu određene vijesti.
- Kada slika ili video prikazuju ilegalne/anti-društvene aktivnosti, trebali bismo izbjegavati da postanemo naprosto pozornica koju prekršitelji zakona mogu koristiti.
- Ponovno korištenje materijala s interneta može otvoriti pravna pitanja o privatnosti i autorskim pravima. Savjet je dostupan kod pravnika BBC-a.

Izvor: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>

Postoje li pravila za novinare koji lično i profesionalno koriste društvene medije?

Većina medija priznaje da su društvene mreže sada sastavni dio svakodnevnog života za milione ljudi širom svijeta. Društvene mreže su stoga bitan alat novinarima za prikupljanje vijesti i podjelu linkova (poveznica) na objavljene radove. Međutim, problemi mogu nastati kada novinari daju lične komentare o kontraverznim pitanjima i događajima iz vijesti. To je razlog zašto mnogi mediji imaju pravila i smjernice koje ohrabruju novinare da aktivno sudjeluju u društvenim mrežama ali da, u isto vrijeme, procijene okvire kako se mogu izraziti.

Neke tipične smjernice su:²⁵

1. Preporučuje se samo jedan račun (account) po društvenoj mreži. Identificirajte se kao novinar i za koje medije radite.
2. U profilima ne uključujte političku pripadnosti i ne postavljajte materijal koji izražava političke stavove ili nešto što može ugroziti uređivačku nezavisnost.
3. Ne postavljajte uvredljive komentare i pretpostavljajte da će vaš post uvijek biti dostupan onome ko je na meti vašeg komentara.
4. Prilagodite svoje postavke privatnosti kako bi jasno odredili šta će se dijeliti i s kim, ali zapamtite, gotovo ništa nije istinski privatno na internetu.
5. Ne saopštavajte vanredne vijesti na društvenim mrežama. Neki dio informacije može biti uvjerljiv i dovoljno hitan da se smatra vanrednim vijestima, ali novinari trebaju koristiti novinsko rasuđivanje i provjeriti sa svojim urednicima prije nego što ekskluzivni sadržaj postave na društvene medije.
6. Provjerite izvore. Može biti teško utvrditi identitet osoba na društvenim mrežama, ali izvori trebaju biti kritički provjereni.
7. Nikad ne uzimajte citate, fotografije ili vido zapise sa stranica društvenih mreža jednostavno ih pripisujući imenu na profilu ili feedu na kojem ste našli materijal.
8. Pratite odgovore i prigovore, te ih prijavite vašem uredniku. Može se misliti da su poruke na društvenim mrežama privatni razgovori, ali kad god se pojavi konverzija, urednik je vjerovatno najbolja osoba da odgovori na njih.

²⁵ Ovo je primjer smjernica koje je Associated Press dao svojim uposlenicima.
http://www.ap.org/Images/SocialMediaGuidelinesforAPEmployeesRevisedJanuary2012_tcm28-4699.pdf

Smjernice za digitalno izdavaštvo Washington Post-a

Sadržaj treće strane

Trebali bismo pretpostaviti da će nas naša publika smatrati odgovornim za sadržaj treće strane na washingtonpost.com, bilo da je ugrađen, kopiran ili jednostavno parafraziran. Dakle, slijedite zdravorazumska pravila: Ne ugrađujte video bez da ste pregledali cijeli isječak. Tačno znajte šta dio teksta na stranom jeziku govori prije nego što ga izdvojite. Pregledajte cijelu web stranicu prije nego objavite link kako bi osigurali da su ostali naslovi i postovi, bočni moduli ili oglasi prikladni.

Ukoliko sadržaj koji povezujemo (linkujemo) - ili neki drugi dio te web stranice - ne zadovoljava standarde za potencijalno uvredljiv materijal, još uvijek može biti prihvatljivo postaviti link, na temelju njegove vrijednosti kao vijesti. Ali trebamo upoznati korisnike o tome šta će vidjeti prije nego što kliknu na link. (Na primjer: „Upozorenje: Neke slike na ovoj stranici sadrže grafičke prikaze rata.“)

Priznavanje

Kada se povezuje, ugrađuje, dodaje ili prosto referira na sadržaj koji nije Post-ov na washingtonpost.com, prvo i najbolje pravilo za zapamtiti jeste parafrazirana verzija zlatnog pravila: Koristite i dajte priznanje sadržaju na način kao što biste očekivali od drugih web stranica da koriste i daju priznanje sadržajima Post-a. Zloupotreba sadržaja koji nije Post-ov može ozbiljno naštetiti našem ugledu i izložiti tvrtku zakonskoj odgovornosti.

Na svakom dijelu washingtonpost.com koji je dopunjen sadržajem treće strane, moramo po pravilu uključiti atribuciju. To našim korisnicima daje važne informacije, nas čini transparentnijim i ispravno priznaje druge novinske organizacije. Trebao priznati svaki put kada na našim stranicama ugradimo, izdvojimo ili parafraziramo rad drugih - bez obzira na platformu koju treća strana koristi (štampa, blog, Twitter, itd.). Trebamo dati priznanje imenovanjem izvora sadržaja kao i povezivanjem na određeni dio sadržaja, ako je to moguće. Kad priču prenosi više izvora, trebamo povezati i dati priznanje originalnom izvještaju kad god je moguće utvrditi taj izvor.

Korištenje zaštićenog materijala treće strane

Copyright Statut (Statut o autorskim i srodnim pravima) štiti bilo koji originalni izraz koji je zabilježen na neki način, kao što su tekst, zvučni snimak i video zapis. Činjenice ne mogu biti zaštićene autorskim pravima. Ideje ne mogu biti zaštićene autorskim pravima. Ali originalni izraz ideje je zaštićen autorskim pravima čim je zabilježen. Nakon što je zaštićen pod autorskim pravima, rad je zaštićen od neovlaštenog kopiranja, prikazivanja ili korištenja u prerađenom radu. Stvaralac sadržaja ne mora registrirati rad u Uredu za zaštitu autorskih prava SAD-a (U.S. Copyright Office) ili uključiti obavijest o autorskim pravima kako bi bio zaštićen. Copyright

uvjeti (uvjeti zaštite autorskih prava) su dugotrajani. Mogu trajati više od 100 godina prije nego što djelo dospje u javno vlasništvo.

Pri određivanju da li možete koristiti sadržaje trećih strana, prvo pitanje je da li je sadržaj zaštićen autorskim pravima. Odgovor je vjerojatno da jeste. Trebamo pretpostaviti da rad podliježe zaštiti autorskih prava, osim ako je rad savezne vlade ili ako je jako, jako star, u kojem slučaju je rad možda dospio u javnu domenu. Trebate se savjetovati sa pravnim odjelom ako niste sigurni da li je određeni sadržaj zaštićen autorskim pravima.

Sadržaj zaštićen autorskim pravima možemo koristiti, ako imamo dozvolu za to ili ako u našem radu poštujemo „fair use“ pravilo (pravilo poštene upotrebe). Dopuštenje se može dobiti izravno od vlasnika autorskih prava u pisanom obliku ili usmeno. Odobrenje se također može osigurati iz uvjeta korištenja objavljenih na web stranici kreatora sadržaja. Na primjer, web stranica treće strane može sadržati pravnu obavijest koja daje dozvolu korisnicima da kopiraju ili ponovo distribuiraju sadržaj sve dok je dato priznanje i označen izvor. Odobrenje se također može podrazumijevati (ili ne) iz konteksta u kojem se pojavljuje rad (npr. press kit).

PRIMJER: Prikazivanje ugrađenih videa s YouTubea. Činjenica da je YouTube pružio ugrađeni (embedded) kod za videozapis ne znači da je vlasnik autorskih prava dao dopuštenje za video da se prikazuje (stream) na webu. U mnogim slučajevima, osoba koja nije vlasnik autorskih prava je objavila video na YouTubeu, bez dopuštenja vlasnika autorskih prava.

Savjetujte se sa pravnim odjelom ako postoji bilo kakvo pitanje o tome da li imamo izričito ili implicitno dopuštenje za korištenje zaštićenog djela.

„Fair use“ (poštena upotreba) je odbrana korištenja rada zaštićenog autorskim pravima bez dopuštenja. Nažalost, ne postoji jasan odgovor o tome koja vrsta upotrebe predstavlja poštenu upotrebu. Sudovi gledaju više faktora. Tipično, sudovi odmjeravaju barem četiri faktora. Prvo, svrha i karakter korištenja. Na primjer, da li je upotreba u prirodni komentar, kritika ili reportaža - što pogoduje zaključku o poštenoj upotrebi - ili je korištenje predstavlja puku reprodukciju originalnog djela (čak i ako je dio članka). Drugo, priroda rada zaštićenog autorskim pravima. Da li je rad izričito kreativan ili činjeničan? Treće, iznos/sadržajnost korištenog dijela u odnosu na zaštićeno djelo kao cjelinu. Teško je utvrditi poštenu upotrebu ako kopirate cijeli rad, iako je i to moguće (npr. Google Images thumbnails su prošli pravni izazov). Četvrto, kakav je učinak upotrebe na potencijalno tržište za, ili vrijednost, rada zaštićenog autorskim pravima?

Sudovi razmatraju da li bi korištenje uticalo na prodaju originalnog rada, kao i postoji li tržište da bi se platile licence. U konačnici, jako je teško predvidjeti hoće li sud naći „poštenu upotrebu“. Ured za zaštitu autorskih prava SAD-a (U.S. Copyright Office) to dobro sumira: „Razlika između ‘poštene upotrebe’ i povrede može biti nejasna i nije je lako definirati. Ne postoji određeni broj riječi, linija, ili bilješki koji se sa sigurnošću mogu uzeti bez dopuštenja.“ Stoga se treba savjetovati sa pravnim odjelom kad god želimo koristiti rad zaštićen autorskim pravima, a za to nismo pribavili dozvolu.

Ovo su neka od uobičajenih pogrešnih razumijevanja autorskih prava:

„Na webu je, tako da je u redu koristiti ga.“ Upravo suprotno, bilo je mnogo tužbi zbog upotrebe teksta i slika sa web stranica.

„Nalazi se na stranici sa korisnički generiranim sadržajem (UGC) tako da je besplatan za korištenje.“ To nije nužno tako. Da uzmemo jedan primjer, Creative Commons licence ne garantiraju da možemo koristiti sliku na našoj web stranici bez dopuštenja. Ako niste sigurni o porijeklo fotografije, savjetujte se sa urednikom fotografije. Sa sljedećim vrstama fotografije trebamo biti posebno oprezni i tražiti savjet o fotografiji prije njenog objavljivanja:

- Profesionalni sportovi/sportski događaji.
- Fotografije sa fotografskih sesija iz Bijele kuće.
- Fotografije poznatih za brošure.
- Logoi korporacija.
- Grafičke slike sa golotinjom, nasiljem ili na neki drugi način potencijalno uvredljivim sadržajem.

Sljedeće Creative Commons licence, međutim, trenutno dopuštaju objavu na komercijalnim web stranicama:

- „Javna domena.“
- „Creative Commons, licensed for attribution (licencirano za atribuciju).“
- „Creative Commons, attribution share alike (atribucije dijeliti pod istim uvjetima).“
- „Creative Commons, attribution no derivatives (atribucija nema derivate).“

Uvjeti iz tih dozvola se trebaju provjeriti prije objavljivanja određene slike kako bi osigurali da se nisu promijenili od objave ovih smjernica. Ako imate pitanje o tome da li možemo objaviti određeni dio korisnički generiranog sadržaja savjetujte se sa pravnim odjelom.

„Fotografija [ili drugi sadržaj] se jasno pripisuje izvoru, tako da nema pitanja autorskih prava.“ Nije baš tako. Davanje jasnog i vidljivog priznanja osobi koja je stvorila sadržaj nije pravna odbrana za korištenje tog sadržaja bez dozvole. Kako Ured za zaštitu autorskih prava SAD-a (U.S. Copyright Office) kaže: „Uvažavati izvor materijala zaštićenih autorskim pravima nije zamjena za dobivanje dopuštenja.“

„Koristio sam manje od 30 sekundi videa“ ili „Koristio sam manje od 250 riječi.“ Pogrešno. Ne postoji 30-sekundi pravilo ili 250-riječi pravilo, ili bilo koje jasno napisano pravilo, o tome što se podrazumijeva pod „poštenom upotrebom“ sadržaja zaštićenog autorskim pravima.

„U javnoj je domeni.“ Osim ako je rad savezne vlade, odnosno rad koji je jako, jako star, rad vjerojatno nije u javnoj domeni.

Imperativ je da odmah obavijestite pravni odjel i urednika ako neko tvrdi da smo zlopotrijebili tuđi sadržaj.

U ovoj eri digitalnih medija, treća strana također može nepravilno upotrijebiti Post-ov sadržaj zaštićen autorskim pravima. Ako otkrijete eventualne slučajeve plagiranja, kršenja autorskih prava ili druge zloupotrebe sadržaja, logoa i drugog intelektualnog vlasništva Washington Post-a, pogotovo na webu, molimo vas da pošaljete e-mail na copycat@washpost.com. Molimo navedite sljedeće informacije u e-mailu:

(1) link ili kopiju materijala za koji smatrate da krši naše intelektualno vlasništvo; (2) link ili kopiju originalnog Washington Post materijala (npr. naš članak) za koji smatrate da se zloupotrebljava, i (3) bilo koje druge informacije za koje mislite da mogu biti od pomoći ili da su relevantne (npr. kako i kada ste postali svjesni zloupotrebe). Odjel za vijesti i pravni odjel nadziru Drop box.

Izvor: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/third-party-content.html>

Poglavlje 4: Mehanizmi za samoregulaciju medija u online svijetu

Uvod

„Medijska samoregulacija predstavlja zajednički napor medijskih profesionalaca na uspostavljanju dobrovoljnih uređivačkih smjernica i poštovanju istih kroz proces učenja koji je dostupan javnosti. Na taj način nezavisni mediji prihvataju svoj dio odgovornosti za kvalitet javne riječi u zemlji uz potpuno očuvanje njihove uredničke autonomije u njenom oblikovanju.“²⁶

Proces digitalizacije je uveliko povećao količinu raspoloživog medijskog sadržaja i sve više komplicira pravni nadzor nad medijima. U tom kontekstu, medijska samoregulacija se pojavljuje kao rješenje za povećanje odgovornosti online medija jer nudi više fleksibilnosti od državne regulacije medija.

Postupak digitalizacije je ujecao na ideju medijske samoregulacije. Tradicionalni i institucionalizirani oblici medijske samoregulacije koji su posebno stvoreni za tradicionalne medije moraju se prilagoditi novom medijskom prostoru. Ombudsmeni i Vijeća za štampu progresivno mijenjaju svoje statute i svoje metoda rada za nadzor online medija. Ovo donosi mnoge izazove i pitanja. Internet također dramatično omogućava civilnom društvu da prati i poziva medije na odgovornost, te da samo proizvodi inovativne oblike medijske odgovornosti.

²⁶ Miklós Haraszti, *The Media Self-Regulation Guidebook (Vodič za samoregulaciju medija)*, Ured predstavnika OSCE-a za slobodu medija, 2008.

1/ Zasluge medijske samoregulacije u digitalnom dobu

Adeline Hulin

Zašto je medijska samoregulacija dobra za online medijske slobode?

Internet je potaknuo entuzijazam i izazvao zabrinutost. Sve više i više vlada pokušava zaštititi svoje građane od sadržaja koji se smatra štetnim. Historija je, međutim, pokazala da zakoni koji slijede legitimne ciljeve lako mogu uzrokovati negativne nuspojave, te sami postati sredstvo za suzbijanje opozicije i kritičara. Samoregulacija je način za sprečavanje vlada da se u velikoj mjeri mješaju u medijski sadržaj offline, kao i online.

Da li medijska samoregulacija znači da nema regulacije medija?

Ne. Uvijek će biti potrebe za pravnim garancijama za slobodu medija, kao što su potrebne i pravne definicije neophodnih ograničenja. Međutim, da bi mediji ispunjavali svoju ulogu nadziranja vlada, potrebno da se država miješa što je manje moguće. Samoregulacija može spriječiti usvajanje nepotrebnog medijskog zakonodavstva i pružiti alternativu sudskom rješavanju žalbi na medijske sadržaje. Ipak, javnost još uvijek može odlučiti da neke stvari rješava putem suda - to ostaje temeljno ljudsko pravo.

Zašto su važni etički standardi u medijima u doba Web 2.0?

Web 2.0 je generirao niz novih online konkurenata tradicionalnim medijima. Međutim, unatoč porasta izvora informacija kroz sve vrste korisnički generiranog sadržaja, ljudi se i dalje okreću tradicionalnim medijima kako bi dobili vjerodostojnu informaciju. Stoga je uloga tradicionalnih medija u pružanju informacija i analiza zasnovanih na činjenicama naglašena na internetu. U tom kontekstu, medijski profesionalci moraju jamčiti svoju vjerodostojnost, što se može postići ako su posvećeni normama etičkog ponašanja.

Kako samoregulatorna tijela u medijima mogu napraviti razliku u digitalnoj eri?

Proces digitalizacije je uveliko povećao količinu raspoloživog medijskog sadržaja. Ovo novo okruženje otežava pravni nadzor i otvara nove perspektive za samoregulaciju medija. Prvo, jer u vremenu brzih i stalnih promjena medijskih tehnologija, samoregulacija nudi veću fleksibilnost u odnosu na opciju državne regulacije. Drugo, zato što sudovima, po definiciji, treba više vremena za rješavanje takvih pitanja, teret koji samoregulatorna tijela mogu smanjiti. Osim toga, samoregulacija manje košta vlade i društva.

Koje su praktične implikacije digitalizacije za instrumente medijske samoregulacije?

S jedne strane, tradicionalni i institucionalizirani oblici mehanizama medijske samoregulacije, kao što su ombudsmani ili medijska vijeća, se moraju prilagoditi novom medijskom prostoru. S druge strane, internet dramatično osnažuje društvo da održava

medije odgovornim i da proizvodi inovativne oblike medijske odgovornosti.

Mogu li inovativni oblici medijske odgovornosti na internetu zamijeniti konvencionalne oblike medijske samoregulacije?

Internet pruža nove mogućnosti za transparentnost novinarstva i reagiranje na kritike publike. No, medijska samoregulacija je više od odgovornosti prema publici i razmjene mišljenja i stavova sa korisnicima. Srž medijske samoregulacije su medijski profesionalci koji se zalažu za zdrava etička načela.

Postoje li argumenti protiv medijske samoregulacije?

Naravno da postoje. Skandal hakiranja telefona News of the World-a²⁷ u Velikoj Britaniji je pokazao slabosti samoregulacije. U Velikoj Britaniji, sistem je kritiziran zbog neučinkovitosti. Kritičari medijske samoregulacije optužuju ovaj sistem da je postao neka vrsta „samousluge“ gdje medijska industrija štiti svoje interese umjesto da štiti interese javnosti. Kako bi se izbjegle takve situacije, odredbe o transparentnosti i učinkovitosti se moraju pojačati.

Kako se može osigurati efikasnost dobrovoljnog sistema?

Svi mediji neće odabrati da budu dio takvog samoregulatornog režima. Neki će reći da će se samoregulacije ustvari pridržavati upravo oni kojima tako što nije potrebno. Ipak, ni kvalitetni mediji nisu imuni na greške.

Koji bi mediji trebali biti obuhvaćeni?

Dugo vremena samoregulacija je pravljen za štampane medije. Zbog procesa licenciranja, elektronski mediji su zahtijevali specifičniji nadzor. Ovaj nadzor se obično dodjeljuje putem službenih propisa koji su, u nekim zemljama, u kombinaciji sa nadzornim samoregulatornim tijelom koje se bavi pritužbama o etičkom ponašanju. Sa rastom interneta, sada svi mehanizmi samoregulacije razmatraju žalbe na sadržaje objavljene na internetskim stranicama tradicionalnih medija.

Trebaju li online mediji postati članovi samoregulatornih tijela?

Neka medijska vijeća su već proširila svoja članstva kako bi uključili čiste online medije, koje također nazivaju i čistim igračima (pure-players), a što podrazumijeva online medijske web stranice koje nemaju štampana izdanja. Ovo pomaže priznavanju profesionalnosti tih novih medija koje pružaju pouzdane informacije na internetu. Međutim, ovo također

značajno povećava opterećenje samoregulatornih tijela koja nužno ne moraju imati odgovarajuće financijske i ljudske resurse za nadzor povećane količine sadržaja.

Kakve izazove medijskoj samoregulaciji donosi konvergencija?

Sa povećanjem konvergencije online i offline medija, gubi se tradicionalna podjela medija. Samoregulatorno tijelo sada može kontrolirati materijal sa kojim se nije tradicionalno bavilo, kao što su audiovizualni materijal koji se nudi na web stranici novina. Televizijski servis može biti pokrenut na internetu bez licence. Ovo pokazuje da, kao što i većina ljudi koristiti kombinaciju medijskih platformi, regulacija medija i medijska samoregulacija bi trebale biti tehnološki neutralne i usmjerene na sadržaj, a ne na vrstu platforme.

Kakvu uloga imaju vlade kada je riječ o samoregulatorskim mehanizmima u online svijetu?

Vlade ne bi trebale imati ulogu u samoregulatorskim mehanizmima. Međutim, u nekim zemljama kao što je Danska, samoregulatorno tijelo je priznato zakonom i može primiti finansijska sredstva od vlade, iako to zahtijeva da mehanizmi garantiraju nezavisnost tijela od vlasti. Takvi scenariji se definiraju kao zakonska samoregulacija.

Koji su glavni mehanizmi samoregulacije?

Kodeksi ponašanja su najčešći oblik, obično u kombinaciji sa mehanizmima za provođenje poštivanja kodeksa, kao što su vijeća za štampu ili medije.

Koje oblasti bi trebao obuhvatiti mehanizam za samoregulaciju internetskih medija?

O oblastima koje obuhvaća mehanizam za samoregulaciju trebaju odlučiti medijski profesionalci u svojim kodeksima uređivačke politike i statutima. Medijska samoregulacija treba obuhvatiti sve dimenzije u svakodnevnom radu novinara, od prikupljanja informacija do izvještavanja, uključujući i vizuelni sadržaj. S obzirom na činjenicu da internet utječe na način rada novinara, mehanizmi medijske samoregulacije bi trebali uzeti u obzir ovo novo okruženje.

²⁷ Od 2006., navodi o hakiranju telefona su počeli pratiti novine News of the World. Ovo je kulminiralo 4. jula 2011. otkrićem da je, prije gotovo deset godina, privatni istražitelj kojeg su najmile novine presreo i izbrisao telefone nestale britanske tinejdžerke i obitelji britanskih vojnika poginulih u akciji. Nakon javnih reakcija i povlačenja oglašavača, News International je 7. jula 2011. najavio zatvaranje novina.

Inovativni oblici samoregulacije medija na internetu

Matthias Karmasin, Daniela Kraus, Andy Kaltenbrunner and Klaus Bichler

U zadnje vrijeme su se pojavili mnogi novi trendovi u novinarstvu zbog izuma interneta, pogotovo Web 2.0. Pitanja kao što su obaveze i odgovornosti medijskih kuća prema zainteresiranim strana su tokom ovog perioda dobila na važnosti, npr. kao rezultat skandala hakiranja telefona u britanskom listu News of the World.

Jedna od najvećih prednosti tehnološkog napretka je mogućnost da se u medijsku proizvodnju i samoregulaciju na internetu ravnopravno uključe korisnici i medijski djelatnici. Većina instrumenata se lako implementira i isplativa je. Treća prednost je u tome što ovi alati pomažu u podizanju kvalitete novinarstva i olakšavaju stvaranje odnosa povjerenja sa publikom stvarajući bolji dijalog između javnosti i medijskih organizacija.

Ovi alati također pomažu transparentnost, što je jedan od ključnih kriterija kvalitete u novinarstvu, i omogućavaju da publika dobije uvid u procese proizvodnje vijesti (Meier 2009:4). Heikkilä i Domingo (2012: 43) razlikuju tri oblika transparentnosti: Transparentnost sudionika (ko stoji iza vijesti), transparentnost proizvodnje (podaci o izvorima i profesionalnim odlukama) i reagiranje (dijalog s publikom).

Ovo se može uraditi preko različitih inovativnih online oblika medijske samoregulacije. Neki od tih instrumenata i njihovi pristupi su ovdje prikazani.

Transparentnost sudionika

Transparentnost sudionika korisnicima otkriva ko proizvodi vijesti. Ovo uključuje objavljivanje vlasništva, publikaciju službenih smjernica ili etičkih kodeksa tvrtke, kao i objavljivanje informacija o novinarima. Ovo se može lako postići objavljivanjem svih ovih informacija na web stranici medija. Druga mogućnost da se poboljša transparentnost sudionika je objavljivanje imena autor(a) u potpisu autora.

Jeftin način poboljšanja transparentnosti sudionika je stvaranje službenih profila na društvenim medijima za novinare i osoblje (mimo njihovih privatnih profila). Ovo razdvajanje privatnih i stručnih profila može potaknuti novinare da koriste svoje profile kao kanale za profesionalnu komunikaciju, te da poboljšaju svoj dijalog sa korisnicima.

Transparentnost proizvodnje

Transparentnost proizvodnje nudi informacije o izvorima i profesionalnim odlukama. Ovo se lako može uraditi citirajući izvore, nudeći direktne veze (linkove) ili pozivajući se na novinsku agenciju. Različiti oblici blogova tvrtki su već dokazani, jednostavno izvodivi i jeftini alati. Njihov je cilj dati uvid u posao u redakciji, te otkriti kako se proizvodi vijest. Ovo se može uraditi putem uredničkih blogova TV emisija/novina, poput uredničkog bloga BBC News-a (<http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/>) gdje različiti novinari komentiraju proizvodnju vijesti, ili, alternativno, preko blogova nekih određenih novinara/glavnih urednika/medijskih menadžera, npr. Interni blog švicarskih lokalnih novina Südostschweiz (<http://www.suedostschweiz.ch/community/blogs/interna>) ili blog Maria TedeschiniLalli, medijskog menadžera u La Repubblica (<http://mariotedeschini.blog.kataweb.it/>).

Drugi pristup koji otkriva procese proizvodnje vijesti je otvorena konferencija redakcije. Talijanski list La Repubblica omogućava svoje najvažnije uredničke sastanke dostupnima online. Čak i kada se ne prenose uživo, korisnici mogu vidjeti kako novinari opravdaju svoje odluke, komentiraju vijesti i razgovaraju o nekom izdanju novina (<http://video.repubblica.it/rubriche/repubblica-domani>).

Dalji aspekt transparentnosti proizvodnje je politika upravljanja otvorena za greške (an open-error management policy). Pravljenje pogreški je dio posla profesionalnih novinara, pa zašto o tome javno ne govoriti? Postoji već mnogo dostupnih i funkcionalnih alata, kao što su dugme za korekcije (correction button) na Berliner Morgenpost-u ("Leiderfalsch" <http://www.morgenpost.de/berlinaktuell/article1077710/>), dugme za pogreške (error button) u dvjema švicarskim novinama Tagesanzeiger (<http://www.tagesanzeiger.ch>) i 20Minuten (<http://www.20min.ch>, <http://www.20min.ch/ro/>) ili kutija za ispravke (correction box) na web stranici nizozemske javne televizije NOS (www.nos.nl/nos/herstel/).

Reagiranj

Reagiranj znači aktivan i pošten dijalog sa korisnicima i politiku „otvorene redakcije.“ Stoga se ono preklapa sa transparentnosti sudionika i proizvodnje. Postoje različiti alati koji daju uvid u pravljenje vijesti i produkciju vijesti. Jedan efikasan alat je razgovor u živo (live chat) s urednicima, kao što to rade u francuskim online novinama rue89 (<http://www.rue89.com/participez-a-la-conference-de-redaction-en-ligne>). Svaki četvrtak u 10 sati ujutro ove novine svojim čitateljima pružaju mogućnost za interakciju sa novinarom. Pošto je sistem rotirajući korisnici imaju mogućnost za razgovor sa urednicima iz različitih odjela.

Popis vijesti u Guardian-u pokazuje da postoje oblici koji su jednostavni i jeftini za uspostaviti, a preko njih se podjednako omogućavaju transparentnost i uspostavljanje dijaloga sa korisnicima. Na ovoj web stranici korisnici mogu vidjeti o kojim se pričama razgovaralo ili koje je priče produciralo osoblje novina, odakle dolazi priča ili šta urednici misle o načinu kako su te priče prezentirane. Čitatelji dobiju ideju o tome kako vijesti koje oni vide ili čitaju postaju vijesti, a također mogu postaviti svoje mišljenje o pričama i predložiti izvore ili ideje na Twitteru ili e-mailom (<http://www.guardian.co.uk/help/insideguardian/2011/oct/10/guardian-newslist>).

Još sofisticiraniji primjer je eEditor na web stranici Norran-a, švedskih lokalnih novinama (<http://norrn.se/>). To je kutija za razgovor uživo (chat box, live-chat) koja se nalazi na naslovnici. Svaki dan od 6 ujutro do 9 ili 11 navečer urednik je dostupan na prijemnom kraju ovog komunikacijskog alata, gdje korisnici mogu predložiti teme ili ideje za priče, prijaviti greške, postaviti pitanja ili dati povratnu informaciju. Ovaj inovativni instrument agregira funkcije ombudsmana, dugmeta za korekciju i obrazac za korisnički generirani sadržaj. Ovo podjednako uključuje korisnike u proizvodni proces i proces davanja povratnih informacija.

Jedan od najzanimljivijih pristupa kojem je potrebno dobro planiranje koristi finska javna radio-televizija YLE2 (<http://yle.fi/uutiset/puheenaiheet/>). 8-minutni dio svakodnevnog programa o aktualnim događajima (current affairs) u udarnom terminu na YLE TV2 je u potpunosti fokusiran na perspektive građana. Laici mogu predlagati teme, komentirati na redakcijske ideje i djelovati kao saradnici putem Facebooka, Twittera ili Google +. Tim pokazuje kako korisnička integracija u doba Web 2.0 pomaže da se prikupe ideje korisnika, dobiju povratne informacije i zajedno proizvede javna vrijednost.

Dodatno: Vanjski alat

Pored internih inovacija ovih tvrtki mogu se pronaći i novi alati koji osnažuju publiku u procesu

medijske (samo)regulacije. „Svako izvan novina je ombudsman. Može li publika imati ulogu nadzornika? Naravno, da može. Uvijek je i mogla. Jedino što tek sada ovi nadzornici imaju glas putem blogova.“ (Jarvis 2007). Od izuma interneta publika ima mogućnost podići svoj glas uz male finansijske troškove, tehnički jednostavno, i uz mogućnost doseganja do značajnog broja drugih zainteresiranih ljudi. Oni se sami mogu aktivirati putem blogova i/ili društvenih mreža i kritizirati medije. Različiti primjeri reflektirajućih medijskih nadzornika mogu se naći u svim medijskim kulturama: MediaBugs, SAD (<http://mediabugs.org/>), BildBLOG, Njemačka (<http://www.bildblog.de/>), Merkintöjamediasta, Finska (<http://outi.posterous.com/>) ili Kobuk, Austrija (<http://www.kobuk.at/>).

Španska neprofitna inicijativa Nextmedia, koju vode novinari i web programeri koji su kreirali Fixmedia.org, je izabrala malo drugačiji pristup. Fixmedia.org poziva građane da prijave pogreške u vijestima ispunjavanjem jednostavnog obrasca. Korisnici mogu dijeliti svoje prijedloge za popravljane priča s drugim korisnicima, a potom glasaju za „popravak.“ Cilj projekta je podizanje svijesti građana o kvalitetu novinarstva i kritičkoj konzumaciji medija (<http://fixmedia.org>).

Zaključak

Ovi primjeri trebaju dati ideju o inovativnim oblicima samoregulacije medija na internetu i kako novinari, medijski menadžeri i korisnici mogu koristiti takve alate. Ova zbirka također želi pokazati da alati postoje, već rade i da su spremni za implementaciju u vašoj zemlji ili tvrtki.

Iako je većina spomenutih alata tehnički jednostavna i jeftina za provedbu, postoje neke zamke. Prvo, važna je kulturno osjetljiva adaptacija na vaše medijsko okruženje ili vašu firmu.

Najvažniji princip uspjeha online alata za medijsku odgovornost je kontinuitet. Ako ovim alatima nedostaje kontinuitet, npr. nude samo jedan blog post mjesečno ili odgovaraju korisnicima tek nakon nekoliko dana, publika ih neće primjetiti, niti će početi interakciju. Nadalje, pogotovo za napredni proces inkluzije korisnika, bitna je obuka novinara. Kao što istraživanja pokazuju, priprema i obuka su neophodne za pošten rad sa korisnicima.

Ipak, važno je uključivanje medijskih korisnika u proces medijske odgovornosti. Online alati se pokazuju kao velika i jeftina prilika za to. Ovi alati ne mogu zamijeniti tradicionalne organizacije za medijsku odgovornost, poput Vijeća za štampu ili etičkog kodeksa, ali mogu ih usavršiti.

Ovaj članak se temelji na “Best Practice Guidebook: Media Accountability and Transparency across Europe” („Vodič kroz najbolje prakse: Odgovornost i transparentnost medija širom Evrope“), zbirka uglavnom online instrumenata posvećenih medijskoj odgovornosti i osiguranju kvalitete za medijske menadžere. Vodič je jedan od rezultata MediaAcT projekta „Medijska odgovornost i transparentnost

u Evropi,“ komparativnog istraživanja o sistemima medijske odgovornosti u zemljama članicama EU kao indikatorima medijskog pluralizma u Evropi. Projekt je financiran kroz Sedmi okvirni program Evropske unije (EU FP7), a analizirao je razvoj i utjecaj etabliranih i inovativnih sistema medijske odgovornosti. Kompletan Vodič je dostupan besplatno na www.mediaact.eu.

Literatura

- Bichler, K./Harro-Loit, H./ Karmasin, M./Kraus, D./Lauk, E./Loit, U. (2012): Best Practice Guidebook: Media Accountability and Transparency across Europe (Vodič kroz najbolje prakse: medijska odgovornost i transparentnost u cijeloj Evropi) <http://www.mediaact.eu/strategies.html> (13.11.2012).
- Heikkilä, H./Domingo, D. (2012): Media Accountability Goes Online. A transnational study on emerging practices and innovations. MediaAcT Working Paper series on “Media Accountability Practices on the Internet”. (Medijska odgovornost ide online. Transnacionalna studija o novim praksama i inovacijama. Radni dokument MediaAcT iz serije „Prakse medijske odgovornosti na internetu“) http://www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/WP4_Outcomes/WP4_Report.pdf (06.11.2012).
- Jarvis, J. (2007): Ombudsing (Pravobraniteljstvo). <http://www.buzzmachine.com/2007/05/20/ombudsing/> (06.11.2012).
- Meier, K. (2009): Transparency in Journalism. Credibility and trustworthiness in the digital future. Paper at the conference The Future of Journalism: Journalism Studies and Journalism Practice. (Transparentnost u novinarstvu. Vjerodostojnost i pouzdanost u digitalnoj budućnosti. Rad na konferenciji Budućnost novinarstva: studiji i prakse novinarstva) 9./10. septembar 2009, Cardiff.

2/ Novinski ombudsman u digitalnom dobu

Jeffrey Dvorkin

Nije li ombudsman nešto ostalo iz doba štampe?

Svakako. Novinskog ombudsmana zapošljava medijska organizacija da djeluje kao zastupnik za i u ime javnosti kako bi se osiguralo da novinari i uprava čuju i oslove legitimna stajališta i zabrinutost javnosti. Novinski ombudsman se pokazao korisnim za štampane, emiterkse i online informativne sevice. U digitalnom dobu „Cyber ombudsmani“ sada proširuju koncept medijske odgovornosti na nove načine i na novim platformama.

Šta je svakodnevni rad ombudsmana?

To varira u zavisnosti od protoka vijesti i specifičnih pitanja koja izazivaju interes ili gnjev javnosti. To je posao prvenstveno vezan uz internet. Ljudi mogu - i to i i rade – obratiti se ombudsmanu putem e-maila. Rade to u svako doba dana, tako da u opis posla spada čitati i odgovoriti koliko god je moguće kako bi ljudi znali da je njihova poruka primljena. Sve e-mail pritužbe nisu validne: ombudsman treba biti slobodan odlučiti koje pritužbe i pitanja zaslužuju odgovor. Obavezu prvog odgovora određuje ombudsman, koji šalje prigovor odgovarajućem novinaru ili menadžeru. Ta osoba potom mora pravodobno odgovoriti (uljudno, nadamo se) i objasniti razloge za novinarski prilog i priznati kada je slušatelj/gledatelj/čitatelj bio u pravu. Ako je podnositelj i dalje nezadovoljan ombudsman onda pravi svoju vlastitu istragu i objavljuje rezultate online. Onda ostaje na upravi da poduzme korektivne mjere koje se smatraju primjerenim.

Da li mediji još uvijek trebaju ombudsmana?

Više nego ikad. Mainstream mediji su podložni sve većim finansijskim izazovima, što često utiče na slabljenje redakcija i time mediji postaju osjetljiviji na političke i ekonomske pritiske. Preko ombudsmana novinska organizacija može ostati u blizini svoje publike osiguravajući vjerodostojnost u javnosti.

Da li je uloga ombudsmana ista online kao i offline?

Općenito jeste. Jasno je da uloga ombudsmana evoluirala u nešto više od prostog odbrambenog ili reaktivnog odgovora na zahtjev. Ombudsman ima primarnu obavezu prema javnosti i obrazloženje mora biti što je moguće transparentnije i odgovornije. Istovremeno, ombudsman može imati korisniju ulogu offline preuzimajući ulogu „mentora“ redakciji i menadžmentu ističući gdje su potrebne obuke i kako se mijenja percepcija javnosti o medijima.

Kako će se uloga ombudsmana promijeniti u digitalnom dobu?

Upravo sada bi novinski ombudsmani trebali sebe smatrati „Cyber ombudsmanima.“ To

znači biti pro-aktivniji u pretraživanju web-a tražeći postove koji mogu pomoći medijima da obave bolji posao. To je kao igrati napad, a ne samo odbranu kad je riječ o identificiranju etičkih pitanja u novinarstvu. To je biti efikasniji u povezivanju javnosti, medija i blogosfera. To je biti pravi agent „građanskog novinarstva.“

Kako se veza između medija i publike promijenila u digitalnom dobu?

Mnoge organizacija koje proizvode vijesti se bore za ekonomski opstanak. One su u potrazi za novim modelima koji će posao proizvodnje vijesti ponovo učiniti profitabilnim. Nažalost, u potrazi za ratingom i tiražom neke organizacije koje proizvode vijesti zanemaruju svoje građanske obaveze prema svojoj publici. Ombudsman, djelujući u interesu javnosti, je pravovremeni podsjetnik da se dobro novinarstvo i finansijski uspjeh međusobno ne isključuju.

Kako cyber ombudsman komunicira sa javnosti? Na koji način se to razlikuje u digitalnom dobu?

Svaki ombudsman odlučuje kako je najbolje postupiti. Uglavnom, reagiraju objavljivanjem e-mailova i pisama na web stranicama često bez komentara, tako da se publika osjeća prizatom. Kada je potreban precizniji odgovor ombudsman šalje e-mail podnositelju pritužbe, a ako on/ona misli da su pitanja važna, može zatražiti od člana publike pristanak da ona/on bude citiran u ombudsmanskoj kolumni, bilo u novinama, na radiju, televiziji ili online. Većina ovoga se odvija na internetu.

Trebaju li nam još uvijek ombudsmeni u doba „građana novinara“, kada neki tvrde da nam više ne trebaju profesionalci? Nisu li „pisma uredniku“ dovoljna?

Ovo je sigurno egzistencijalno pitanje! Ali ovo nije „ili-ili“ situacija. Dobrom novinarstvu treba više angažmana javnosti, kao što je potrebno i više kvalitetnih profesionalaca koji su u stanju baviti se odličnim novinarstvom. Digitalno doba je donijelo novo partnerstvo između medija i javnosti, a ombudsman je tu da bude veza povjerenja za javnost između unutrašnjih i vanjskih novinara.

Šta je sa blogerima i drugim kritičarima medija? Da li oni zamjenjuju ombudsmena?

Blogeri donose znatne prednosti za mainstream medije. Oni nude svježju perspektivu izvan kulture redakcije. Oni mogu biti bliži događaju koji čini vijest i jeftiniji nudeći organizacijama koje proizvode vijesti svoje ideje i mišljenja besplatno.

Šta je nedostatak bloginga?

Evo gdje ombudsman može pomoći: ombudsman može osigurati da je blogerska informacija tačna i poštena. On/ona može blogeru postaviti teško pitanje: „Kako znaš“. Bloging se često bavi mišljenjem i ne baš uvijek činjenicama. Ombudsman može osigurati

da su informacije koje dolaze iz virtualnog svijeta pouzdane i korisne za čitatelje, slušatelje i gledatelje u mainstream medijima i drugdje.

Kako ombudsman to radi?

Možemo predložiti da se blogeri pridržavaju skupa novinarskih i medijskih standarda. Organizacija novinskih ombudsmena (Organisation of News Ombudsman) (ONO) je voljna pomoći da se to uradi i mi možemo uputiti blogere na etičke web stranice kao što su Cyberjournalist.net.²⁸ Održavanje kvalitete našeg novinarstva nije samo stručno pitanje. Javnost razumije da postoji bliska veza između dobrog novinarstva i snažnih demokratskih institucija. Ovo je pitanje od sve veće važnosti u blogosferi i Twitter sferi.

Koje mjere sankcioniranja može poduzeti ombudsman?

Ombudsmeni se ne nalaze u upravljačkim strukturama i to namjerno. Ombudsmeni djeluju u području moralnog uvjerenja. Njihov autoritet se temelji na snazi njihovih ideja i pristupa rješavanju problema. Oni mogu preporučiti, ali ne i nametnuti. Uprava ima pravo prihvatiti ili ignorirati preporuku ombudsmena. Privući pažnju javnosti na pitanje novinarske pogreške u mnogočemu je moćnije od bilo koje sankcije menadžmenta.

Jesu li se prigovori ljudi promijenili u internetskom okruženju?

Internet je podigao i očekivanja i sposobnost javnosti za interakciju sa redakcijama. Ljudi žele znati zašto je određena priča napisana, a zašto je druga zanemarena. Ova znatiželja je uvijek postojala. Ali izum e-maila i moć blogosfere su dramatično povećali sposobnost javnosti za povezivanje sa medijima.

Treba li Cyber ombudsman biti bloger ili novinar?

On ili ona može biti oboje znajući dobro kako internet mijenja sve medije i odnose javnosti sa novim i mainstream medijima. Sada je uzbudljivo vrijeme biti novinar sa svim novim alatima koji su nam na rasplaganju. Još zanimljivije je raditi kao novinski ombudsman: to je sjedište u prvom redu za najveći eksperiment u socijalnoj interakciji u historiji.

Da li povećan javni nadzor u online svijetu jamči samostalnost ombudsmena i njegov utjecaj na novinare?

Povećani javni nadzor čini posao ombudsmena izazovnijim i ispunjenijim. Javnost je sve više medijski pismena i brzo osjeti kada mediji i ombudsman rade manje nego što se očekuje. To ne može jamčiti ni samostalnost ni utjecaj.

28 <http://www.cyberjournalist.net/news/000215.php>

3/Prilagođavanje vijeća za štampu digitalnom dobu

Adeline Hulin

Kakav je utjecaj procesa digitalizacije na vijeća za štampu?

Proces digitalizacije je dramatično promijenio medijski prostor i neminovno je utjecao na funkcioniranje vijeća za štampu. Dok su vijeća za štampu i medije uglavnom osnovani kako bi se bavili žalbama korisnika o tradicionalnim medijima, ova tijela se sada pokušavaju prilagoditi na online medijski prostor. Novine su značajno uložile u online sferu, čak i do te mjere da su neke prestale izlaziti u štampanim izdanjima. Kao rezultat toga sve više i više žalbi podnesenih vijećima za štampu se odnose na online urednički sadržaj koji se nije nužno pojavio u štampanim izdanjima novina u pitanju.

Kako se ovo odražava na rad vijeća za štampu?

Web stranice novina i časopisa su sada pod nadzorom svih vijeća za štampu zajedno sa audio i video materijalima na web stranicama novina i časopisa. Čak sve više i više vijeća za štampu proširuje svoju nadležnost na čiste online medije (samo on-line).²⁹

Znači li ovo da vijeća za štampu nadziru čiste online medije?

Vijeća za štampu primaju žalbe na online sadržaje tradicionalnih medija, ali ne nužno i žalbe na čiste online medije. Različiti kulturni konteksti znače da je proširenje nadzora vijeća za štampu na online medije ponekad dobrovoljno (kao kad on-line web stranice podnesu zahtjev za članstvo u vijeće za štampu), a ponekad i automatsko. U zemljama gdje vijeće za štampu može nadzirati sve medije, bez obzira na njihovu pridruženost sistemu, na vijećima za štampu je da odluče koji će mediji biti pod nadzorom.³⁰ Međutim, u zemljama u kojima statuti dozvoljavaju vijećima za štampu da nadziru samo one medije koji su dobrovoljno prihvatili sistem, čisti online mediji moraju sami odlučiti o tome prije nego što dođu pod nadzor vijeća. Stranice sa vijestima se stoga ohrabruju da dobrovoljno postanu dio sistema kao način dokazivanja svojim čitateljima da teže visokim etičkim standardima. U Velikoj Britaniji je, Huffington Post na primjer, trenutno u nadležnosti Žalbene komisije za štampu Velike Britanije (UK Press Complaints Commission).

Šta je sa nadzorom web portala?

Iako pružaju pristup informacijama, web portali ne proizvode nužno urednički sadržaj. Dakle, pitanje se svodi na odluku da li se pružanje pristupa informacijama treba smatrati uredničkom funkcijom. U slučajevima kada je napravljen urednički izbor odlučujući koje

Organizacija novinskih ombudsmana

(The Organization of News Ombudsmen) (ONO)

Formed in 1980, ONO is a nonprofit corporation, registered in the State of California, with an international membership of active and associate members. It maintains contact with news ombudsmen worldwide, and organizes conference for discussion of news practice and issues connected with the news ombudsmen's profession. ONO members frequently take part in conferences on matters of journalistic standards, ethics and values.

The purposes of ONO are the following:

- To help the journalism profession achieve transparency and accountability to better serve the needs of information-seeking citizens.
- To establish the highest standards of news ombudsmanship.
- To establish and spread the value of news ombudsmen in all media platforms.
- To provide a forum for exchanging experiences, information and ideas among its members and the public at large.

Source: ONO, The Modern News Ombudsmen: a User's Guide

<http://newsombudsmen.org/>

²⁹ Kao što su u Azerbejdžanu, Kipru, Danskoj, Finskoj, Mađarskoj, Irskoj, Kosovu, Nizozemskoj, Švedskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu

³⁰ Na primjer u Belgiji i Nizozemskoj gdje se sada također nadziru i čisti online mediji

Pravo žalbe u digitalnoj eri Vijeću za štampu Njemačke

Dopuna žalbenog postupka

Odjeljak 1 – Pravo na žalbu

- (1) Svako ima pravo žaliti se općenito njemačkom Vijeću za štampu o publikacijama ili postupcima u njemačkim novinskim preduzećima koji izdaju periodičnu štampu i/ili vode telekomunikacijske medije sa novinarskim i uredničkim sadržajem i drugim providerima telekomunikacijskih medija sa novinarskim i uredničkim sadržajem koji se ne emitiraju (broadcasting). Nadalje, svako ko smatra da obrada ličnih podataka za novinarske i uredničke potrebe, u kontekstu istraživanja ili objavljivanja, krši pravo na zaštitu podataka također može podnijeti žalbu.

Izvor: Der Presserat <http://www.presserat.info>

Nadležnosti danskog Vijeća za štampu

Vijeće za štampu obrađuje žalbe protiv masovnih medija obuhvaćenih Zakonom o odgovornosti danskih medija, odjeljak 1, koji se odnosi na:

- Novine, dnevne novine, sedmične časopise, lokalne novine, stručne časopise i druge domaće, periodične publikacije koje se objavljuju najmanje dva puta godišnje.
- Danski Radio (Danska emitterska korporacija) (Danish Broadcasting Corporation), TV2, regionalna preduzeća TV2, i bilo koji drugi subjekt ovlašten za emitiranje radijskih ili televizijskih aktivnosti u Danskoj.
- Neki elektronički informacijski sistemi, naročito web stranice sa vijestima, novinske agencije, telefonske novine i govorne novine koje su registrirane u vijeću za štampu. (Većina glavnih masovnih medija su registrirali svoje web stranice sa vijestima).

Izvor: Dansko vijeće za štampu, <http://www.pressenaevnet.dk/Information-in-English.aspx>

će informacije biti dostupne na portalu, ti web portali teoretski mogu biti pod nadzorom samoregulatornog tijela. U praksi, web portali su, do sada, rijetko pod kontrolom vijeća za štampu.³¹

31 Osim u Azerbejdžanu, Bosni i Hercegovini, Belgiji, Kosovu, Finskoj i Mađarskoj

Da li su online mediji zastupljeni u odboru vijeća za štampu?

U većini država članica OSCE-a vijeće za štampu može nadzirati sadržaj online medija. Međutim, ti online mediji nisu automatski zastupljeni kao članovi odbora tog tijela. To zahtijeva promjenu statuta vijeća za štampu, proces koji su već mnogi predvidjeli, ali koji može biti dugotrajan u svjetlu pravnih složenosti koje proizlaze iz izmjena statuta, pravila udruženja i slično.

Zašto on-line mediji nisu automatski zastupljeni kao članovi odbora vijeća za štampu?

Pri utvrđivanju statuta vijeća za štampu online mediji često nisu uzeti u obzir, budući da, u tom razdoblju, nisu bili toliko razvijeni.³² Općenito, vijeća za štampu su pod nadzorom osnovnih osnivača koji se sastoje od članova odbora odgovornih za vođenje organizacije i upravljanja finansijama. U nekim zemljama, članovi odbora nisu predstavnici medija, već predstavljaju medijska udruženja.³³ Stoga će postupci za pridruživanje online medija postojećim vijećima za štampu djelimično zavisiti od toga da li se postojeća vijeća za štampu sastoje od medijskih strukovnih udruženja ili pojedinih medija. Nema dokaza da su se još uvijek isključivo online mediji u bilo kojoj zemlji udružili u udruženje kako bi ostvarili zajedničke interese i uspostaviti standarde.

Da li su vijeća za štampu promijenila etičke smjernice kako bi se prilagodili novom internet okruženju?

Iako je internetsko okruženje imalo ogroman utjecaj na rad novinara i samim tim na svakodnevni rad vijeća za štampu, to nije nužno i prevedeno u nove etičke smjernice u mnogim zemljama. Međutim, neka vijeća za štampu su napravila neke promjene koje se razlikuju od zemlje do zemlje.

Koje su smjernice uglavnom promijenjene?

Smjernice koje su uglavnom promijenjene odnose se na obradu ne-uredničkog materijala na medijskim web stranicama, na primjer u vezi sa moderiranjem korisnički generiranih komentara na medijskim web stranicama. U flamanskom dijelu Belgije, etički kodeks sada uključuje i stav o online forumu koji naglašava da urednici trebaju potpuno nezavisno moderirati svoje online forume, te su odgovorni za ono što je moderirano.

Da li vijeća za štampu primaju žalbe o sadržaju koji nužno nije proizveo novinar?

Pošto je nemoguće precizno definirati ko je novinar, kriteriji za prihvatanje žalbe se ne trebaju

32 U Irskoj, na primjer, vijeće za štampu su originalno osnovala tri strukovna udruženja, udruženje za državne novine, regionalne novine i časopise. Još uvijek ne postoji usporediva organizacija za online medije.

33 Na Kipru, na primjer, vijeće za štampu ima tri osnivačke organizacije: izdavače štampanih medija, udruženje vlasnika elektroničkih medija i udruženje novinara.

oslanjati na to da li je novinar proizveo sadržaj ili nije. Ipak očigledno je da vijeće za štampu ne može nadzirati sve vrste online sadržaja. S toga bi kriterij prvenstveno trebao uzeti u obzir da li se radi o uredničkom materijalu. Informacije dostupne putem medija ili tretirane na urednički način (istraživanje istine, obrada izvora, nezavisnost) su materijali koji bi mogli biti u nadležnosti vijeća za štampu. Na primjer, u Velikoj Britaniji, od urednika i izdavača se zahtijeva da osiguraju da kodeks ponašanja poštuju ne samo uposlenici u uredništvu već i vanjski saradnici, uključujući i one koji nisu novinari. Ovo obuhvata honorarne saradnike, fotografe, autore pisama čitatelja ili građane novinare.

Odgovori trećih strana na medijskim web stranicama: Nove smjernice Vijeća za štampu u Nizozemskoj

5.4. Redakcija ima odgovornost za odgovore trećih osoba koji se pojavljuju u nastavku članaka na njihovoj web stranici, ali s obzirom na prirodu interneta od redakcije se ne može očekivati da će provjeriti sve ove odgovore unaprijed. Međutim, redakcija može odlučiti ukloniti prethodno postavljene odgovore.

5.5. Ako odgovor na članak na web stranici sadrži ozbiljne optužbe ili pogrdni izraz prema jednom ili više poznatih pojedinaca, redakcija, na zahtjev tih osobe(a), mora istražiti da li postoje stvarne osnove za optužbe ili navode, a ako to nije slučaj mora ukloniti odgovor.

Izvor: Raad voor de Journalistiek, <http://www.rvdj.nl/>

Šta je sa korisnički generiranim materijalom?

Sve žalbe se trebaju odnositi na urednički materijal. Ako je korisnički generirani sadržaj prethodno medijski posredovan i stoga već urednički razmatran onda može biti u nadležnosti vijeća za štampu. Na primjer, većina vijeća za štampu prihvata žalbe na komentare čitatelja objavljene na medijskim web stranicama ako su uređivani prije objave. Komentari objavljeni u chatrooms ili needitovani komentari, te nemoderirani blogovi su izvan djelokruga nadležnosti vijeća za štampu.

Kako se vrši moderacija sadržaja online korisnika?

Postoje tri vrste moderacije:

- Prethodna moderacija (pre-moderation): (provjera dopustivost dolaznih reakcija prije uključivanja na web stranicu).
- Aktivna moderacija: (čitanje podnesaka prije objavljivanja i selektivno objavljivanje).
- Naknadna moderacija (post-moderation): (uklanjanje neprikladnog materijala što je prije moguće).

Smjernice za finske medijske stručnjake o korisnički generiranom sadržaju

Ovaj Prilog je pripremljen kao dopuna Smjernicama za novinare te je obavezujući za sve članice udruženja Vijeća za masovne medije i druge potpisnice Osnovnog sporazuma. Specifičnost Priloga je u tome što je mu je svrha istaknuti njegovu odvajenost od Smjernica za novinare koje se odnose na uređivački sadržaj. Ovo se odnosi na materijale koji su urednički pripremljeni, naručeni, obrađeni i izabrani za objavljivanje na bazi novinarskih načela ili sa novinarskim težištem. Prilog se tiče sadržaja kojeg generira javnost na web stranicama koje održavaju mediji. Ovo se ne treba smatrati uredničkim materijalom.

Vijeće i predsjednik se mogu baviti aktivnostima redakcije u upravljanju online forumima koji sadrže materijal koji je generirala javnost samo sa tačke gledišta da li je redakcija poštovala principe ovog Priloga. Principi iz Priloga se podjednako primjenjuju na prethodno i naknadno moderiranje javnih online foruma.

Pristup Priloga je korišten zbog svrsishodnosti. Smjernice za novinare se revidiraju u intervalima od 6 do 13 godina. Online okruženje se mijenja i razvija izuzetno brzo. Zbog svoje specifičnosti, Prilog se može mijenjati bez izmjena Smjernica.

1. Redakcija će pratiti svoje web stranice i pokušati spriječiti objavljivanje sadržaja koji krši privatnost i ljudsko dostojanstvo. Pored diskriminacije, kršenje ljudskog dostojanstva uključuje, na primjer, sadržaj koji potiče na nasilje i pobuđuje mržnju prema pojedincu ili grupi.
2. Redakcija će odmah brisati sadržaj za koji uoči da krši privatnost i ljudsko dostojanstvo.
3. Online forume namijenjene djeci i omladini treba nadzirati sa posebnom pažnjom.
4. Javnost mora imati priliku informirati redakciju o neprimjerenom sadržaju na takav način da informator primi odgovarajuću potvrdu.
5. Na medijskim web stranicama treba držati jasno razgraničenje između foruma rezerviranih za javnost i uredničkog sadržaja.

Usvojen na sastanku CMM Management Group 5. septembra 2011. - Prilog je stupio na snagu 1. oktobra 2011., sa izuzetkom tačke 4., koja je stupila na snagu 1. decembra 2011.

Izvor: Vijeće za masovne medije u Finskoj, <http://www.jsn.fi/en/>

Kako se vijeća za štampu bave blogerima?

Teoretski, vijeće za štampu bi se moglo baviti sa žalbama vezanim za blogove ako se sami blogeri smatraju novinarima, proaktivno tvrde da poštuju urednički etički kodeks vijeća, te su spremni platiti odgovarajuću članarinu za članstvo u vijeću za štampu. Štaviše, neka vijeća za štampu se bave sadržajem bloga ako je dostupan putem medija i ako ga je uredničko osoblje publikacije prethodno obradilo. Vijeće za štampu u Nizozemskoj je dobar primjer za ovo: bavili su se žalbama protiv određenih web stranica/shoklogs³⁴ nakon što su utvrdili da su informacije predstavljene kao urednički materijal a ne kao zabavni, te da su

Guidelines for Belgium media for removing user-generated content

On discussion forums, opinion contributions are firstly the responsibility of the author of the said contribution, but the medium publishing the contributions is also professionally and ethically responsible for proper moderation of the forum.

The following methods can be implemented for the timely removal of inappropriate material as quickly as possible.

- The prior registration of users
- The clear reference on the site to the terms and conditions of use
- The use of an electronic filter triggered by certain terms
- The option to report inappropriate reactions to a forum mediator
- The moderation prior to publication and continuous discussion guidance when concerning sensitive topics

Source: Raad voor de Journalistiek, <http://www.rvdj.be/>

³⁴ 'Shoklog' je namjerno provokativan ili uvrjedljiv blog [mješavina šok i (web)log]

bili dostupni na web-stranici koja je omogućila identifikaciju imena uređivačkog osoblja.

Jesu li vijeća za štampu promijenila svoje rokove za žalbe?

Većina vijeća za štampu određuju rokove za žalbe i to se pravilo jednako primjenjuje na online i offline medije. Rokovi za žalbu se razlikuju od zemlje do zemlje. Na Kipru je rok mjesec dana, a u Njemačkoj je to jedna godina. Datum objave za online materijale se obično definira kao datum kada je sadržaj objavljen online. Na internetu članaci ostaju živjeti mnogo duže i to postaje problem. U Velikoj Britaniji, Žalbena komisija za štampu je odlučila razmotriti čin skidanja (downloading) članaka kao svojevrsno objavljivanje. Materijal koji je dostupan na web stranici sa vijestima može biti podvrgnut žalbi izvan zadanog roka. U flamanskom dijelu Belgije žalbe će se prihvatiti toliko dugo dok se informacija nalazi online. U Irskoj, od promjene zakona u 2009., datumom objave online članka smatra se datum kada je članak postavljen na web. Ovo je relevantno ne samo za građansko pravo (pravna akcija za klevetu mora se poduzeti u roku od godine dana od objave) već i za irsko vijeće za štampu koje insistira da se žalbe mogu uložiti u roku od tri mjeseca od objave.

Koji su najčešće žalbe na online medije?

U ovom trenutku, većina žalbi se odnose na netačne navode i kršenje privatnosti. Sa uspjehom društvenih mreža privatne informacije su postale dostupnije novinarima koji ih obilno koriste u svom svakodnevnom radu. Vijeća za štampu se sve više bave žalbama o novinarskom korištenju materijala objavljenih na društvenim mrežama. Drugo pitanje se odnosi na autorska prava i optužbe za plagijat, pošto, uz dostupnost znatne količine materijala na internetu, mnogo skuplje proizvedeni urednički sadržaji se kopiraju bez atribucije ili priznavanja prava intelektualnog vlasništva.

Da li vijeća za štampu prihvataju žalbe o novinarskom materijalu proizvedenom u nekoj drugoj zemlji?

U odnosu na stari model štampanih medija teško je pronaći porijeklo online informacija. Vijeća za štampu stoga obično prihvataju žalbe o online sadržaju bez obzira gdje je proizveden pod uvjetom da je web stranica koja pruža hosting sadržaju registrirana u dotičnoj zemlji.

Trebaju li se vijeća za štampu baviti novinarskim materijalom objavljenim na Facebook-u, Twitter-u ili YouTube-u?

Ako materijal na Facebook-u ili YouTube-u potječe sa stranice sa vijestima, žalba bi se trebala usmjeriti prema web stranici koja je prva objavila urednički sadržaj. Međutim, sve učestaliji predmet debate jeste činjenica da sve veći broj novinara koristi društvene medije za promoviranje i distribuciju svojih radova, dok ih u isto vrijeme koriste i za privatnu komunikaciju. Linija između novinarstva i privatne sfere se briše, a to stvara poteškoće

Privatnost, javni interes i društveno umrežavanje u Velikoj Britaniji

U Velikoj Britaniji, principi izloženi u Uređivačkom kodeksu postupanja (Editor's Code of Practice) moraju biti u središtu novinarskog pristupa korištenju materijala koje su dobili sa stranica društvenih mreža. To znači da nije dovoljno samo reći: „Našao sam ga na web stranici, pa ga stoga mogu ponovo objaviti za 5 miliona ljudi.“ Umjesto toga, novinari moraju razmotriti brojna pitanja - pitanja koja će također razmatrati i PCC (Press Complaint Commission) (Žalbena komisija za štampu) tokom rješavanja spora. Na primjer:

1. Kakav je kvalitet informacija (koliko su lične, kakav je kontekst)?
2. Ko je postavio materijal?
3. Kakve su postavke korištene za zaštitu privatnosti?
4. Kakav je javni interes?

Šta ovo znači u praksi može se vidjeti kroz razna rješenja koja je usvojila Komisija. Nedavno je Komisija istakla pravo novina i časopisa da koriste materijale sa društvenih mreža prilikom izvještavanja o smrti, sve dok tim stvarima pristupaju osjetljivo: „Novine i dalje imaju pravo, prilikom izvještavanja o smrti neke osobe, iskoristiti javno dostupni materijal dobiven sa stranica društvenih mreža. Međutim, urednici uvijek trebaju uzeti u obzir utjecaj na ožalošćene porodice prilikom preuzimanja takve informacije (koje su možda objavljene na šaljiv ili bezbrižan način) iz izvornog konteksta i korištenja takve informacije u tragičnoj priči o smrti te osobe.“ (Rundle protiv Sunday Times, 4. januar 2010.)

U drugom slučaju Komisija je odbacila žalbu tinejdžerke čiju fotografiju je objavio Loaded (britanski magazin za muškarce), nakon što se slika prethodno pojavila nekoliko godina ranije na njenom vlastitom Bebo (web stranica za društveno umrežavanje) profilu. Međutim, ovo je bilo više nego jednostavno korištenje slike do koje je časopis došao direktno preko stranice za društveno umrežavanje. Ispostavilo se da je slika - i druge iz žalbe - kružila online u izrazito velikom stepenu. U vrijeme tužbe, bilo 1.760.000 rezultata pretrage koje su se odnosili na nju i 203.000 rezultata slika koje su se odnosile na nju kao „Epic Boobs“ (epske sise) djevojku (kako ju je i sam magazin opisao). Čak je i tužiteljicino ime široko cirkulirano i postiglo je preko 100.000 rezultata Google-ove pretrage, uključujući više od 8.000 fotografija.

U svom rješenju Komisija je rekla da je to važna tačka: „... magazin nije došao do materijala preko lične stranice, te potom bio odgovoran za posebno bludan način predstavljanja tog materijala, već je objavio komad razmatrajući činjenicu da su drugi ovaj materijal već naširoko koristili na ovaj način.“

U konačnici, dok je Komisija izrazila simpatije sa tužiteljicom, morala je uzeti u obzir - kako to zahtijeva uređivački kodeks - u kojoj mjeri je materijal već bio u javnoj domeni: „Komisija nije smatrala mogućim cenzurirati magazin za komentiranje materijala koji je već imalo široku cirkulaciju i kojeg su već mnogi drugi kontekstualizirali na isti specifičan način. Iako kodeks nameće veće standarde medijima nego što je to slučaj za materijal na nereguliranim stranicama, Komisija smatra da su slike toliko široko rasprostranjene kao takve da bi za Komisiju bilo neodrživo da odluči da ih je magazin pogrešno koristio.“ (Žena protiv Loaded, 11. maj 2010)

Izvor: Žalbena komisija za štampu u Velikoj Britaniji, <http://www.pcc.org.uk/>

za vijeća za štampu kada je u pitanju utvrđivanje onoga što bi trebao biti pod njihovim nadzorom. Većina vijeća za štampu su odlučili ne uzimati u obzir takve žalbe. Međutim neka vijeća za štampu su već donosila odluke o žalbama na korištenje društvene mreže za novinarske svrhe. Nizozemsko vijeće za štampu je na primjer razmatralo novinarsko korištenje Twitter-a. Pitanje koje ostaje da se riješi jeste da li materijal koji novinari stvore na Facebook-u ili Twitter-u jeste ili bi trebao biti podložan nadzoru i regulaciji u svim slučajevima, jer su oni novinari ili bi vijeće za štampu trebalo nadzirati takav materijal samo kada je objavljen na službenim web stranicama novina ili drugih medija za koje novinar radi.

Šta je internet promijenio u vezi širenja novinarskih pogrešaka?

Internet omogućava brz prijenos podataka i stoga se sada novinarske pogreške brzo prenose i umnožavaju. Dobra vijest je, međutim, da suprotno štampanim medijima (kada ste morali čekati sljedeće izdanje da bi ste uradili ispravku) internet omogućava neposredne

Vijeće za štampu Nizozemske odlučilo o novinarskom korištenju Twittera

RvdJ 2011/38: Kamperman et al. vs. Vorkink

Vorkink, novinar, koristio je svoj privatni Twitter profil kako bi postavio sljedeću poruku:

„Panika staro rukovodstvo istraživački tim vatrometna katastrofa. Detektiv Kamperman pokušava zavesti medije. Pratite vijesti RTV Oost.“

U ovom slučaju, vijeće za štampu je prihvatilo žalbu vezanu uz tweet. Vijeće za štampu je utvrdilo da je novinar postupio u svom novinarskom kapacitetu, a ne kao privatna osoba. Vijeće je također uzelo u obzir da novinarov Twitter profil spominje da je on istraživački novinar na RTV Oost. Njegov profil je također sadržavao link na stranice RTV Oost-a i u spomenutom tweet-u – poslanom neposredno nakon emitiranja emisije od 30. novembra 2010. - on je više puta spomeno izvještaje RTV Oost-a o ovom pitanju. Objavljivanje uvredljivog tweet-a se u tom smislu treba promatrati kao čin optuženog u vršenju njegove novinarske profesije i stoga može biti u nadležnosti vijeća za štampu.

Osim toga, ime jednog od tužitelja spomenuto je u tweet-u i povezano je sa nepravilnim praksama bez čvrste osnove. Iako je vijeće za štampu pozdravilo to što se novinar izvinio tužitelju i onesposobio čitanje svojih poruka, vijeće za štampu smatra da je Vorkink postupio neetično šireći tweetove i da je, stoga, tužba osnovana.

Izvor: Vijeće za štampu Nizozemske, <http://www.rvdj.nl/>

korekcije. Ali, vrlo je teško procijeniti koliko je ljudi pročitao pogrešku, a čak i uz korekciju pogreška može ostati u cyber prostoru zauvijek jer se informacija ne može izbrisati sa interneta.

Kako ponuditi pravične korekcije u digitalnoj eri?

Vrlo su zanimljive smjernice koje je Vijeće za štampu Finske izdalo o pravičnim ispravkama, a većina ostalih vijeća za štampu se slažu s njima.

Smjernice su sljedeće:

- Mediji ne bi trebali ispraviti lažnu online priču njenim uklanjanjem ili njenom zamjenom s drugom pričom;
- Mediji bi trebali ispraviti priču i jasno napomenuti da je došlo do pogreške u prethodnom članku;
- Mediji bi trebali osigurati vezu između korigiranog članka i članka s greškom.

Da li bi trebalo promijeniti sankcije koje izriče vijeće za štampu kako bi ih se povezalo sa štetom uzrokovanom na internetu?

Većina vijeća za štampu se još uvijek oslanja na moralne sankcije, naročito „kritičke presude“ i pravo na odgovor koji medij koji je načinio prekršaj treba objaviti. Međutim, objava kritičke presude ili bilo koje druge sankcije kao što je ispravka ili izvinjenje može biti manje vidljivo na internetu nego u štampanom izdanju. Iz tog razloga su u Velikoj Britaniji usvojena uputstva o online vidljivosti donesene presude.

Da li vijeća za štampu komuniciraju drugačije od kada imamo internet?

Internet je odličan alat za vijeća za štampu za podizanje svijesti o njihovom radu. Mnoga vijeća za štampu koriste društvene mreže (kao što su Twitter, a ponekad i Facebook) kako bi diseminirali svoja rješenja na žalbe.

Uputstva Žalbene komisije za štampu Velike Britanije o online vidljivosti

Jedna od ključnih funkcija Žalbene komisije za štampu je pregovaranje objavljenih lijekova na žalbe, u obliku pisama, ispravke i izvinjenja. Klauzula 1 (tačnost) Kodeksa zahtijeva da ispravke i izvinjenja budu objavljena uz „odgovarajuću istaknutost.“ U štampanim izdanjima, više od 80% tekstova o kojima se pregovara putem Žalbene komisije za štampu pojavljuje se na istoj strani kao, ili na ranijoj strani u odnosu na, originalni članak, ili u određenoj koloni za korekcije.

Istaknutost u online izdanju je područje koje je prethodno bilo manje definirano. Ova napomena daje neke od uputa koje bi urednici trebali uzeti u obzir pri predlaganju istaknutosti online korekcije i izvinjenja. Jasno je da će različite publikacije usvojiti različite prakse u ovom području, uz mogućnost da se tekstovi pojavljuju kao samostalni članci, na čelu originalne priče ili u određenim kolonama za korekcije.

Polazišna tačka za Komisiju će biti da, ako se članak pojavljuje u štampi i online, predloženi lijek će se često pojaviti u oba medija. Ova napomena nije namijenjena da bude obavezujuća, te će uzeti u obzir postojanje različitih praksi. Test će, na kraju, biti da li je ispunjen zahtjev „odgovarajuće istaknutosti.“ Sljedeće tačke su relevantne:

- Pregovaranje je ključni dio procesa Žalbene komisije za štampu, a razgovor između tužitelja, urednika i Komisije će biti neophodan u vezi online – kao i offline - postavljanja ispravke i izvinjenja. Klauzula 1 (tačnost) Kodeksa navodi: „u slučaju kada je uključena Žalbena komisije za štampu, istaknutost se treba unaprijed usaglasiti sa Komisijom.“
- Čitatelji će pristupati informacijama novinskih i magazinskih web stranica putem različitih sredstava (kao što su pretraživanje ili linkovi), tako da ne postoji automatska korelacija između originalne lokacije članka i postavke ispravke ili izvinjenja. Postojanje paywall-a (restrikcije za čitatelje pretplatnike) može utjecati na to kako je inicijalno pristupljeno stranici, i to treba uzeti u obzir. Međutim, za samostalne korekcije i izvinjenja, urednici trebaju razmotriti odgovarajuću postavku na relevantnom dijelu gdje je originalni članak objavljen (kao što su odjeljci „vijesti“ ili „show businessa“ na primjer).
- Ako je rješenje žalbe samostalni tekst (izvinjenje, ispravka ili pismo), uglavnom će biti prikladno da ga se poveže sa originalnim člankom pod žalba (ako i dalje treba biti objavljen na internetu), i da se originalni članak poveže sa njim. Ako je originalni članak uklonjen, dužina trajanja čuvanja izvinjenja, ispravke ili pisma online treba biti dogovorena sa Žalbenom komisijom za štampu.
- Ispravke ili izvinjenja koja se pojavljuju na originalni članak trebaju biti jasno označene.

- Ako je ishod tužbe da tekst članka treba značajno mijenjati, onda se treba razmotriti da se u publikaciji jasno upućuje na postojanje promjena. Kako brzo je tekst izmijenjen će biti faktor u ovom razmatranju.
- Treba voditi računa da URL članka ne sadrži informaciju koja je bila predmet uspješne žalbe. Ako je članak izmijenjen, onda treba poduzeti korake da se izmijeni i URL ako je to potrebno.
- Online ispravke i izvinjenja trebaju biti označene (tagged) kada se objave kako bi se osiguralo da se mogu pretraživati.

Online istaknutost donesenih presuda

Kada Žalbena komisije za štampu usvoji žalbu urednik je dužan objaviti rješenje uz „odgovarajuću istaknutost“. Evo nekih uputstava o online publikaciji:

- Kao što je slučaj sa ispravkama i izvinjenjima u obzir se mora uzeti da se i rješenje pojavi u odgovarajućem dijelu web stranice. Ovo se može unaprijed dogovoriti sa Žalbenom komisijom za štampu.
- Ako je Žalbena komisija za štampu utvrdila da neki članak krši Kodeks, on se ili treba ukloniti iz arhiva i biti zamijenjen sa rješenjem, ili bi link na usvojeno rješenje trebao prominentno biti prikazan na samom tekstu. Ovo se može unaprijed dogovoriti sa Žalbenom komisijom za štampu.
- The adjudication, when published, should be tagged to ensure that it is searchable.

Izvor: Žalbena komisija za štampu Velike Britanije, <http://www.pcc.org.uk/>

Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini se prilagođava digitalnoj eri

Ljiljana Zurovac, izvršna direktorica Vijeća za štampu u Bosni i Hercegovini

Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini su 2000. godine osnovali međunarodna organizacija i udruženja novinara iz BiH. Deset najvećih vlasnika štampanih medija u BiH su ponovo uspostavili Vijeće 2006. godine, kao pravo samoregulatorno tijelo za cijelu državu. Od 2010. godine web portali sa vijestima također imaju pravo postati članice Vijeća za štampu. Struktura Vijeća za štampu se sada sastoji od Skupštine koja okuplja sve članove Vijeća, Upravnog odbora koji se sastoji od devet glavnih urednika i vlasnika štampanih i online medija, Žalbene komisije koja se sastoji od devet predstavnika novinara, odvjetnika, sudaca i akademika i operativnog Sekretarijata sa tri stalno zaposlene i tri honorarno zaposlene osobe. Vijeće se razvilo u prepoznatljivo tijelo i mora se nastaviti razvijati.

Odlukom Upravnog odbora, Vijeće za štampu je proširilo svoj mandat na online medije/web portale u septembru 2010. U skladu s tim, Kodeks za štampu je revidiran kako bi postao Kodeks za štampu i online medije, čime se proširila primjena novinarskih etičkih standarda na online medije. Također, ustanovljen je skup pravila za web portale koji žele postati članovi Vijeća za štampu. Kako bi postao član portal mora imati popis redakcije sa jasno istaknutim kontaktima, glavnog i odgovornog urednika i najmanje dva profesionalna novinara. Također mora prihvatiti Kodeks za štampane i online medije i prihvatiti principe medijske samoregulacije. Na kraju, portal mora biti registrirana kao doo, a ne kao udruženje ili nevladina organizacija i ne može biti u vlasništvu političke stranke ili marketinške agencije.

Međutim, što se tiče žalbi građana o izvještavanju na web portalima i intervencija Žalbene komisije Vijeća za štampu u BiH, pravilo ostaje isto kao i za štampane medije: Vijeće za štampu prihvata sve žalbe, bez obzira da li je portal član Vijeće za štampu ili nije. Odluke Žalbene komisije se distribuiraju svim medijima i nalaze se na web stranici Vijeća za štampu u BiH, www.vzs.ba, a također se distribuiraju kroz Facebook stranicu Vijeća za štampu.

Web portali imaju veliki interes za saradnju sa Vijećem za štampu. Činjenica da postoje mnogi uvjeti za učlanjivanje u Vijeće za štampu značajno ograničava brojnost njegovog članstva, ali ne utječe na stručnu saradnju sa većinom web portala u zemlji. Mnogi urednici web portala

su u stalnom kontaktu sa Vijećem za štampu. Oni slijede Kodeks za štampane i online medije i objavljuju odluke Žalbene komisije i ostale informacije u vezi sa Vijećem za štampu, ističući svoju spremnost da unaprijede nivo profesionalnog izvještavanja. Upravo sa tim ciljem na umu, Vijeće za štampu je održalo nekoliko seminara i savjetodavnih sastanaka za urednike i novinare online medija na temu medijske etike i odgovornosti izvještavanja, samoregulacije medija i dopune Kodeksa za štampu, o reguliranju Korisnički generiranog sadržaja (UGC) - komentara anonimnih posjetitelja na web portalima, o medijskom i krivičnom zakonodavstvu, kao i međunarodnu konferenciju o zaštiti autorskih prava i intelektualnog vlasništva u online medijima.

U sklopu svojih redovnih obrazovnih programa za sudije i tužitelje, Vijeće za štampu je pokrenulo dodatni program, „Niste nevidljivi“, koji stvara zajedničku platformu za štampu, pravosuđe i policiju, a u saradnji sa urednicima internetskih portala, kako bi se spriječilo širenje govora mržnje na web portalima putem UGC-a. U 2012., nakon niza žalbi građana na govor mržnje i prijetnje usmjerene prema određenim pojedincima u uredničkim tekstovima i komentarima na nekim web portalima, podignuto je nekoliko krivičnih prijavi protiv identificiranih komentatora i urednika tekstova u pitanju.

Prateći svoj moto „građani i novinari zajedno u bori za istinu“, sa ciljem upoznavanja građana o njihovom demokratskom pravu na žalbu i reakciju, uključujući reagiranja na izvještavanje na web portalima, Vijeće za štampu je 2012. započelo radio emisiju pod nazivom „Vaš glas u medijima.“ Emisija govori o medijskoj etici, medijskoj samoregulaciji, pravu na žalbu, problemima u medijima, kulturi komunikacije u javnom diskursu i UGC ili na web portalima. Emisija se također bavi i opasnostima od širenja govora mržnje, mehanizmima zaštite za novinare i slobodi izražavanja. Emisija se emitira na lokalnim radio stanicama i na javnom RTV sistemu, ali i kroz obrazovni web portal Vijeća za štampu www.edukacija.vzs.ba i Facebook stranicu Vijeća za štampu <http://www.facebook.com/VijeceZaStampuBiH?ref=ts&fref=ts>

Oblasti djelovanja modernih vijeća za štampu u Evropi³⁵

Olga Mamonova

	Godina osnivanja	Štampa	Radio	Televizija	Internetske stranice štampanih medija	Online mediji
Austrija	1961, 2010					
Azerbejdžan	2003					
Armenija	2007					
Belgium (FL) [*]	1995, 2002					
Belgija (FR)	2009					
Bugarska	2005					
Bosna i Hercegovina	2000					
Velika Britanija	1953, 1991					
Njemačka	1956					
Danska	1964, 1992					
Irska	2007					
Island	1965					
Španija (Cat)	1997					? ^{**}
Kipar	1997					
Kosovo ^{***}	2006					
Litvanija	1996					
Luksemburg	1979					
Malta	1999					
Moldavija	2009					
Nizozemska	1948, 1960					
Norveška	1928					
Slovačka ^{****}	2002					
Slovenija	1995					? ^{*****}

³⁵ Tabela je bazirana na knjizi: Мамонтова О.И. Совет по прессе как институт саморегулирования СМИ. – LAP Lambert Academic Publishing, 2012

	Godina osnivanja	Štampa	Radio	Televizija	Internetske stranice štampanih medija	Online mediji
Turska	1988					
Ukrajina	2001					
Finska	1968					
Crna Gora	2008					
Švicarska	1977					
Švedska	1916					
Estonija-1 ^{*****}	1991					
Estonija-2	2002					

Napomena uz tabelu:

Velika većina vijeća za štampu uključuju online masovne medije u sferu svog djelokruga. Treba imati na umu da je većina vijeća za štampu nastala u razdoblju koje je prethodilo razdoblju razvijenog internet. Međutim u određenom trenutku online masovne medije su također uključene u njihov djelokrug. Prema ovoj tabeli, vijeća za štampu su daleko više voljna uključiti online medije u svoje članstvo nego li ko/samoregulacijska tijela za televiziju i radio.

^{*} Vijeće za štampu za flamansku zajednicu u Belgiji je također odgovorno za sadržaj oglašavanja u masovnim medijima

^{**} Nije dostupna tačna informacija

^{***} "Svako pominjanje Kosova, bez obzira na to da li se radi o teritoriji, institucijama ili stanovništvu, u ovom tekstu podrazumijeva potpuno poštovanje odredaba Rezolucije Vijeća sigurnosti UN br. 1244".

^{****} Informacija nije dostupna

^{*****} Nije dostupna tačna informacija

^{*****} Kao rezultat sukoba u 2001. između novinara i izdavača koji su bili članovi vijeća za štampu koje je postojalo od 1991. (Estonija – 1 u tabeli) stvoreno je drugo vijeće u 2002. Trenutno postoje dva mehanizma samoregulacije medija u zemlji. Jedno podržava Sindikat novinara Estonije, a drugi podržavaju izdavači estonskih novina.

O autorima

Jeffrey Dvorkin

Jeffrey Dvorkin je predavač i direktor programa novinarstva na Univerzitetu u Torontu i izvršni je direktor Organizacije novinskih ombudsmana. Vodio je dvije organizacije za međunarodne vijesti - CBC Radio i National Public Radio (NPR). Bio je prvi novinski ombudsman na NPR. Dvorkin je također bio uključen u međunarodno obrazovanje novinara u Zapadnoj Africi, Latinskoj Americi i na Bliskom istoku. Autor je ONO-vog „Priručnik za novinske ombudsmane“, također piše blogove na www.nowthetails.blogspot.com

Adeline Hulin

Adeline Hulin je koordinatorica projekata u Uredu predstavnice OSCE-a za slobodu medija od 2006. Prije toga, radila je kao konsultantica za francuski Centar za vezu između medija i obrazovanja (CLEMI) i za UNESCO-a, baveći se medijskim obrazovnim programima. Ima magisterij iz područja novinarstva sa Univerziteta Paris Dauphine, a diplomirala je na političkim naukama na Bordeaux Institut d'Etudes Politiques.

Joe McNamee

Joe McNamee je izvršni direktor European Digital Rights (EDR) - udruženja 32 digitalne građansko-pravaške organizacije iz 20 evropskih zemalja. Diplomirao je iz modernih jezika, a magistrirao je iz međunarodnog prava i evropske politike. Veliki dio njegovog rada u EDR je usmjeren na poboljšanje komunikacije između građana i vlasti o pitanjima vezanim za internet. Pripremio je vodič o Evropskoj uniji za građane i Vodič za kreatore politika o tome kako funkcionira internet (oba dostupna na <http://edri.org/papers>).

Christian Möller

Christian Möller je konsultant za medijske politike i upravljanje internetom u Hamburgu (theinformationsociety.org) i vanjski je savjetnik predstavnice OSCE-a za slobodu medija. Predaje novinarstvo i društvene medija na Univerzitetu primijenjenih znanosti u Kielu. Njegovi prethodni angažmani uključuju rad za medijska regulatorna tijela, diplomatske misije i međunarodne organizacije. Magistrirao je iz medijskih studija, književnosti i javnog prava na Univerzitetu u Kielu.

Andrei Richter

Andrei Richter je direktor Ureda predstavnice OSCE-a za slobodu medija. Profesor je, a bio je i šef odsjeka za novinarstvo, Državnog univerziteta u Moskvi Lomonosov, gdje je predavao o zakonodavstvu o masovnim medijima. Završio je dodiplomske studije iz prava i stranih jezika i doktorat iz novinarstva. Richter je povjerenik Međunarodne komisije pravnik. Autor je brojnih publikacija o medijskom zakonodavstvu, uključujući i jedini standardni udžbenik o medijskom zakonodavstvu za studente novinarstva na ruskim fakultetima i univerzitetima (2002., 2009.), udžbenik o međunarodnim i stranim

medijskim regulacijama (2011.), te knjige o cenzuri i slobodi mediji u post-sovjetskim zemaljama, koju je objavio UNESCO-a na engleskom jeziku (2007.).

Aidan White

Aidan White je direktor Mreže za etičko novinarstvo (Ethical Journalism Network), globalne kampanje pokrenute u 2012. za promoviranje etike i dobrog upravljanja na svim medijskim platformama. Bivši je generalni sekretar Međunarodne federacije novinara (IFJ) (International Federation of Journalists). Prije nego što se pridružio IFJ-u radio je kao novinar za The Guardian. Autor je knjiga i izvještaja vezanih za novinarstvo uključujući: The Ethical Journalism Initiative (Inicijativa za etičko novinarstvo) (2008.), The Future of Journalism as a Public Good (Budućnost novinarstva kao javnog dobra) (2011., IFJ), i Media Ethics and Human Rights in Europe (Medijske etike i ljudska prava u Evropi) sa Thomas Hammerbergom (Vijeće Europe, 2011.).

Korisni online izvori

Publikacije

Dvorkin, Jeffrey, *The Modern News Ombudsman: A User's Guide* (Moderni novinski ombudsman: Vodič za korisnike) 2011, info@newsombudsman.com

Human Rights and a changing media landscape (Ljudska prava i promjenljivi medijski prostor), Strasbourg, Vijeće Evrope, 2011.
<http://www.coe.int/t/commissioner/Activities/themes/MediaFreedom/MediaLandscape2011.pdf>

Vodič za samoregulaciju medija, Ured predstavnika OSCE-a za slobodu medija, Beč, OSCE, 2008 <http://www.osce.org/fom/31497>

Professional Journalism and Self-regulation, New media, Old Dilemmas in South East Europe and Turkey (Profesionalno novinarstvo i samoregulacija, novi mediji, stare dileme u Jugoistočnoj Evropi i Turskoj), Pariz, UNESCO, 2011 http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_standards/Professional+Journalism+and+Self-Regulation.pdf

White, Aidan. To tell you the truth: The ethical Journalism Initiative (Da vam kažem istinu: Inicijativa za etičko novinarstvo), Brussels: The International Federation of Journalists, 2008. http://ethicaljournalisminitiative.org/pdfs/EJI_book_en.pdf

Web stranice

Alliance of Independent Press Councils of Europe (Savez nezavisnih Vijeća za štampu u Evropi): <http://www.aipce.net/>

BBC Editorial Guidelines (Uredničke smjernice BBC-a): <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/>

EthicNet, a collection of codes of journalism ethics in Europe (EthicNet, zbirka kodeksa novinarske etike u Evropi), <http://ethicnet.uta.fi/>

Ethical Journalism Network (Mreža za etičko novinarstvo): <http://www.ethicaljournalismnetwork.org/>

European Journalism Centre (Evropski centar za novinarstvo) : <http://www.ejc.net/ejc/>

Media Accountability Systems website of the The Donald W. Reynolds Journalism

Institute (USA) (Web stranica za sisteme za medijsku odgovornost pri Institutu za novinarstvo Donald W. Reynolds): <http://www.rjionline.org/media-accountability-systems>

Organisation of News Ombudsmen (Organizacija novinskih ombudsmena): www.newsombudsmen.org

Press Complaints Commission (UK) (Žalbena komisija za štampu Velike Britanije): <http://www.pcc.org.uk/>

Pressens Opinionsnämnd (Sweden) (Vijeće za štampu Švedske): <http://www.po.se/english>

Presserat (Germany) (Vijeće za štampu Njemačke): <http://www.presserat.info/>

Public Collegium on Press Complaints (Russia) (Javni kolegij za žalbe na štampu Rusije): <http://www.presscouncil.ru/>

osce.org/fom