

Uvođenje etičkih kodeksa u javne radiodifuzne servise: iskustva Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Hrvatske, Makedonije i Slovenije¹

Mirjana Nikolić²

Univerzitet umetnosti, Fakultet dramskih umetnosti, Srbija

doi:10.5937/comman12-14582

Sažetak: Polazeći od ideje o samoregulaciji kao optimalnog modela demokratskog i odgovornog uređenja medijske sfere, posebno elektronskih medija, rad nudi komparativnu analizu načina na koji su uređena pitanja etike javnih medijskih servisa u neka- dašnjim jugoslovenskim republikama, danas suverenim državama Balkana – Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Makedoniji. Jedna od dilema od koje se polazi je – da li bi ustanove javnog servisa trebalo da poseduju svoje etičke kodekse koji definišu specifične parametre i standarde koji su primereni ovom medijskom modelu ili je postojanje opštih etičkih kodeksa dovoljno i primenljivo i na ove medije. U radu se pledira za postojanje posebnih etičkih kodeksa javnih servisa koji su usaglašeni sa specifičnom društvenom pozicijom i odgovornošću koju ovi mediji imaju prema javnost, i s obzirom na to da je ta javnost njihov osnivač, vlasnik i kontrolor. Zadaci novinara, voditelja, snimatelja, producenata komercijalnih, javnih i civilnih medija u mnogim segmentima su vrlo slični i od svih se očekuje profesionalnost, nepristrasnost, kredibilitet, tačnost, nemanipulativnost, generalno etičnost, ali sigurno je da poseban teret i odgovor- nost leži na svim angažovanim u ustanovama javnog servisa, što bi trebalo i posebnim zakonima i specijalizovanim etičkim kodeksima da bude definisano.

Ključne reči: samoregulacija, javni RTV servis, etika, etički kodeks, Jugoslavija

¹ Rad je nastao u okviru projekta „Identitet i sećanja: transkulturalni tekstovi dramskih umetnosti, medija i kulture, Srbija 1989-2014“ (ON 178012)

² Kontakt sa autorkom: mirjana.nikolic@fdu.bg.ac.rs.

1. Regulacija, deregulacija, samoregulacija

Pitanje etike i etičnosti elektronskih medija, tradicionalnih i novih/digitalnih, aktuelno je od njihovog nastanka, ali, kako su rasle njihove ekspresivne mogućnosti, kako su postajali zavodljiviji, tako je došlo do spoznaje njihove manipulativnosti, odnosno, posledica njihovog negativnog delovanja na pojedinca, društvene grupe, javnost. Namerno se u ovom trenutku izbegava vrednosna kvalifikacija medijskog uticaja jer, uprkos brojnim negativnim posledicama njihovog dejstva, ne smemo zanemariti i ono dobro i progresivno što zahvaljujući medijskim tehnologijama dobijamo i što nam olakšava, ulepšava i ispunjava život. Možda se u trenutku lucidnosti može oceniti da su medijske tehnologije nešto najopitivnije što se odigralo ljudskoj civilizaciji, a da su korisnici tih tehnologija u procesu kreiranja sadržaja, motivisani različitim razlozima, unizili i obesmislili te kapacitete. Time suštinski otkrivamo bipolarnost medija, dve strane medijske „medalje“ – onu koja je pozitivna i prosperitetna i drugi, tamnu i retrogradnu.

Da li sa ciljem nadzora i formalne kontrole onoga što bi kao negativnost moglo da se izrodi iz delovanja medija i onemoća demokratski potencijal društva ili iz razloga da se ostvari monopol i zloupotreba moći medija, činjenica je da su različiti društveni sistemi različito uticali i modelovali rad medija. Tako imamo čvrstu regulaciju kao jedan od modela relacije država–mediji, koji je podrazumevao jasno normiranje svega onoga što je u vezi sa medijima, donošenje jasnih i preciznih zakona koji su pravili demarkaciju između dozvoljenog i zabranjenog. Ovakav model uglavnom je karakterističan za elektronske medije i evropski medijski prostor, čiji su realni pejzaž činile brojne samostalne države koje su imale potrebu da zaštite sopstveni državni i medijski prostor. Za razliku od štampe, čiji je ulazak u neku zemlju bilo moguće fizički sprečiti, radio kao prvi globalni medij, potom televizija, a danas internet, odlikuju se bezgraničnošću i nezaustavljivošću, što bi u perspektivi svakako trebalo da bude predmet nekog oblika regulative. Tako imamo primere iz nacionalne istorije medijskog zakonodavstva da je Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca 1923. godine usvojila *Pravilnik o privatnim radio-telegrafsko-telefonskim prijemnim aparatima* (Nikolić, 2001) koji je regulisao uslove pod kojima neko može posedovati radio aparat i u koje ga svrhe može koristiti. Njime se, osim obavezne dozvole i novčane takse za posedovanje radio aparata, radio pretplatnik obavezuje da „mora da čuva tajne vesti, koje nisu njemu namenjene, a koje je primio putem svojeg

aparata” (član 3). Iz člana 5. ovog Pravilnika, saznajemo nešto više o sadržajima koji se mogu primati radio aparatom, ali i da „sopstvenik ovih aparata ne sme saopštavati nekom trećem licu, bilo za novac ili besplatno, vesti koje bi na aparatima doznao”. Ovaj primer jasno govori o vrlo strogom odnosu države prema korisnicima medijskih sadržaja, a ono što je najinteresantnije, malobrojni vlasnici radio aparata u to vreme nisu imali mogućnost da prate domaće radio programe pošto oni nisu postojali, a prelatata je morala da se plaća. Slično je bilo i u drugim evropskim zemljama, koje su strogo kontrolisale i normirale radiodifuznu delatnost. Dobar primer intenzivne državne kontrole odnosi se na istoriju i normativni položaj britanskog BBC-ja. Radio BBC je osnovan 1922. od strane tzv. *Velike šestorke*, proizvođača i distributera elektronske opreme koji su pokretanjem radio programa želeli da pospeše prodaju radio aparata. Međutim, aktom iz 1927. godine, čiji je idejni tvorac inženjer (kasnije) Lord Rit, BBC od British Broadcasting Company postaje British Broadcasting Corporation, što suštinski predstavlja uspostavljanje ustanove nezavisnog javnog servisa, u to vreme medija pod lakom kontrolom i upravom države. Zbog velikog broja država, evropski medijski prostor je morao da bude regulisan međunarodnim aktima, da bi se uredilo ponašanje emitera na nacionalnom, odnosno nadnacionalnom nivou, s obzirom na mogućnost da radio talasi mogu da naruše teritorijalni integritet neke suverene zemlje. Dakle, Evropa je imala mnogo razloga da afirmiše regulaciju u domenu elektronskih medija i uspostavi jasne kriterijume njihovog delovanja.

Sa druge strane, Sjedinjene Američke Države su se opredelile za relativno ograničenu medijsku regulaciju, odnosno, da sferu medija prepuste delovanju tržišta koje se pokazalo kao najsnažniji korektiv, odnosno, usmerava poziciju određenih medija. Međutim, deregulacija kao fenomen najsnažnije se afirmiše u periodu 80-ih godina XX veka, period „reganizma“ i „tačerizma“, kada u neoliberalnom ključu tržište intenzivno reguliše poziciju medija, što u velikoj meri utiče na hiperprodukciju sadržaja koji podilaze ukusu publike, medijima obezbeđuje opstanak, a vlasnicima profit. Takav medijski pejzaž u jednom broju zapadnoevropskih zemalja i SAD-u intenzivno je pokrenuo pitanje etičnosti sadržaja koji se plasiraju posredstvom medija i, naravno, moralnog profila učesnika u procesu kreiranja tih sadržaja. Da li su pojedinci koji stvaraju medijske sadržaje spremni da pomire zahteve vlasnika medija i publike, produciraju ekonomski održive programe koji će biti popularni, sa visokim rejtingom i istovre-

meno sa dovoljnim dignitetom i kvalitetom? Ukoliko dodamo i komponentu profesionalne etike, ovakav način poslovanja postaje misija u kojoj najčešće „strada“ upravo moralna dimenzija, ali ostaje vera da za to postoje opravdanja i da je sve to samo stvar trenutka, nakon kojeg sledi povratak na pravi i etičan put. Nažalost, u raljama komercijalizacije teško je vratiti se na poštovanje profesionalnih standarda, etičkih i estetskih načela.

U sudaru regulacije i deregulacije, kao dve strane medalje funkcionisanja medija, razvija se koncept samoregulacije. Samoregulacija nije magija koja će doneti boljitak medijima, kulturi i društvu, već samo jedan od načina da se ostvari viši stepen profesionalizacije novinara i medijskih radnika uopšte i uspostavi minimum etičnosti. Zašto bi postojala cenzura kada medijski profesionalci mogu sami da ograniče okvire i standarde svog delovanja, poštuju načela dijaloga sa javnošću kroz koji će izgraditi svoj kredibilitet? Među osnovnim razlozima iz kojih je neophodno razvijati i uspostavljati samoregulaciju su što:

„1. Ona štiti uređivačku slobodu; 2. Ona pomaže da se uticaj države svede na minimum; 3. Ona promoviše kvalitet medija; 4. Ona je dokaz odgovornosti medija; 5. Ona pomaže čitaocima³ da ostvare kontakt sa medijima“ (Haraszti, 2008: 12).

Samoregulacija bi morala da bude stvar konsenzusa svih medijskih radnika, a njihova udruženja bi morala da promovišu, a država da ne pravi prepreke u implementaciji kodeksa novinara i medijskih radnika kako bi se ideal nezavisnih, slobodnih i odgovornih medija uspostavio i razvijao. Afirmacija samoregulacije ne znači prebacivanje sve odgovornosti na struku, profesionalce, ali svakako da bi državne administracije morale da promovišu samoregulaciju tako što će: „Reći *ne* vlasništvu države nad medijima; Osigurati punu slobodu štampe bez državnog uticaja; Održavati medijski pluralizam uz pomoć antimonopolskih mjera“ (Haraszti, 2008: 16).

Odgovornost države, društva, medijskih udruženja i svakog medijskog radnika pojedinačno svakako jeste bitna, ali ako je reč o ustanovama, medijskim sistemima i organizacijama koje posluju kao javni servisi, svakako da je važnije nego kada je reč o komercijalnim emiterima. Razlozi su u vezi sa specifičnom pozicijom javnih servisa koji su „u službi građana“, njihovu važnost da budu ti koji će nepristrasno komentarisati i posredovati stvarnost, imati nacionalnu dostupnost svojih multiplikovanih programa – kanala i, konačno, činjenice da

³ Čitaoci mogu biti tretirani kao paradigma auditorijuma, publike, svih korisnika medijskih sadržaja i to u bilo koje svrhe – zabave, informisanja, edukacije...

političari po inerciji doživljavaju javne servise kao medije koji im pripadaju, mešajući javni i društveni sa državno-političkim interesom. U tom smislu, ono što je dobro za javnost, u Habermasovom smislu, dobro je za demokratiju i prosperitet, odnosno, u suprotnom, za razvoj totalitarnog i autokratskog društva.

Iako je najjednostavnija definicija javnih servisa da su osnovani od strane javnosti, od nje finansirani i kontrolisani, jasno je da ovakvo određenje može funkcionisati u sistemima koji u svojim demokratskim tradicijama imaju duboko ukorenjenu ideju ovakvih relativno nezavisnih medijskih sistema i institucija. Međutim, zemlje Istočne Evrope i socijalističkog uređenja koje su od 1989. godine ušle u proces društvene, političke, ekonomske, pa i kulturne i medijske tranzicije, morale su korenito da izmene svoj pristup medijima i da prihvate nestanak državno-partijskih radio-televizijskih sistema i afirmaciju modela ustanova javnih servisa. Sa druge strane, zapadno-evropske zemlje intenzivno pokušavaju da razviju deregulaciju kojom se stimulišu tržišni principi u sferi medija i pomalo detronizuju javni servisi. Ono što je moguća tačka preseka oba navedena trenda jeste podjednaka potreba za afirmacijom samoregulacionih mehanizama koji su podjednako bitni i za javne i za komercijalne medije.

Medijska samoregulacija bi primarno trebalo da se realizuje kroz donošenje etičkih kodeksa kojima se najčešće uređuje delovanje novinar⁴, mada se ne smeju zaboraviti i drugi medijski radnici – snimatelji, montažeri, muzički saradnici, svi koji doprinose kreiranju medijskih poruka i sadržaja. Zbog toga je veoma bitno naći ispravnu metodologiju, način na koji postići nezavisnost javnih servisa u odnosu na političke i ekonomske elite, kao i kako da njihovo delovanje bude etalon etičnosti i odgovornosti uopšte, a posebno u odnosu na javnosti.

Neka od rešenja za uspostavljanje društveno adekvatne pozicije javnih servisa, pogotovo na prostorima tranzicionih zemalja Balkana, koje se još uvek bore sa posledicama građanskog rata, lošim ekonomskim prilikama, izazovima evropskih integracija, korupcijom i otporima nezavisnom javnom servisu vide se u:

- razvijanju mehanizama izbora depolitizovanih uredničkih i menadžerskih struktura;
- donošenju, razvijanju, unapređenju i kontroli primene etičkih kodeksa koji će biti autentično dizajnirani isključivo za zaposlene i delatnost javnih servisa;

⁴ Kao najbrojnije i često najodgovornije kategorije medijskih radnika.

- uspostavljanje internih i eksternih mehanizama monitoringa i evaluacije;
- definisanje procedure i izbor omudsmena javnog servisa.

Od svih navedenih mera, čini se da su mere definisanja specijalizovanog etičkog kodeksa javnih servisa i imenovanje ombudsmana mere koje u punom obimu imaju kapacitet da doprinesu samoregulaciji ovih medija, koji nemaju razvijenu tradiciju u ovom pogledu. „Postaviti neovisnog ombudsmana način je da se pokaže želja o otvorenosti i odgovornosti, to je način smanjenja potrebe za vanjskom kontrolom – zato što se radiotelevizije obavezuju da će odgovarati svom vlastitom i neovisnom kontroloru“ (Mollerup, 2011: 94–95). Ombudsman deluje kao nezavisan, interni kritičar programa, koji uspostavlja vezu između javnosti, publike i uredništva, sa osnovnim zadatkom da proveri kritike i unapredi program. On je neka vrsta medijatora koji komunicira sa gledaocima i slušaocima u obostranom interesu – i javnog medija i javnosti. Snaga ombudsmana u radio-televizijskim javnim servisima obično leži u „njihovoj neovisnosti; jasnom opisu radnog mjesta; njihovoj vidljivosti; ugledu koji zaslužuju svojim radom i *glasnim lajanjem*“⁵ (Mollerup, 2011: 100), a njihov izbor⁶ i delovanje mogu biti garancija transparentnog, odgovornog i etičnog delovanja javnih medija.

Osobe koje se biraju za poziciju ombudsmana javnih servisa morale bi da imaju iskustvo u radu u javnim servisima, da poznaju organizacionu strukturu, da poseduju bogato profesionalno iskustvo, ali i da se odlikuju ličnim karakteristikama kao što su: nepristrasnost, objektivnost, moderatorske veštine, kooperativnost, spremnost da saslušaju i reše probleme. Ne bi trebalo da su bliske sa novinarima i novinarskim udruženjima, političarima, sindikalnim organizacijama, menadžmentom..., a procedura izbora i rad moraju biti oslobođeni bilo kakvog oblika pritiska. „Trenutno više od dvadeset javnih radio-televizija iz cijelog svijeta uvele su dužnost novinarskog ombudsmana.“ (Mollerup, 2011: 94-103)⁷.

⁵ Misli se na skretanje pažnje na nedostatke sistema.

⁶ Izbor ombudsmana bi trebalo da bude u nadležnosti Upravnog odbora javnog servisa.

⁷ U TV France 3, Ombudsman ima svoju emisiju u kojoj pokreće debatu o primedbama gledalaca i slušalaca. Sa publikom komuniciraju posredstvom veb stranica i kroz druge medije. Danska je od 2007. godine uvela instituciju ombudsmana kao „urednika slušalaca i gledalaca“. *Special Broadcasting Service* (SBS) u Australiji ima internog ombudsmana – osobu koja službeno rešava žalbe u slučaju kršenja internog etičkog kodeksa, predstavlja organizaciju pred medijskim regulatorima i uključena je u širu raspravu o uređivačkim standardima. RTV Slovenija je 2008. godine imenovala televizijsku voditeljku Mišu Molk, koja u televizijskim emisijama odgovara na pitanja publike i komentariše aktualna pitanja.

2. Etički kodeksi javnih servisa – iskustva bivših jugoslovenskih republika

Prostor nekadašnje Jugoslavije, danas prostor šest nezavisnih i samostalnih entiteta, dele brojne istorijske i savremene sličnosti, s obzirom na to da su sve zemlje sukcesijom dobile nezavisnost, da nemaju dugogodišnju demokratsku tradiciju, da se odlikuju sličnom ekonomijom i da im je zajedničko političko poreklo u jednopartijskom, socijalističko-komunističkom režimu koji je karakterisala dominacija državno-partijskih elektronskih medija koji su bili organizovani kao mrežno povezan sistem matičnih, republičkih RTV centara. Po mnogo čemu, ovi centri su imali osobenosti javnih medijskih servisa – opšta geografska dostupnost, finasiranje od strane građana, raznovrsnost programskih sadržaja i širok dijapazon programskih funkcija, uključujući informativnu, obrazovnu, zabavnu, kulturno-umetničku. Ipak, ono što je nedostajalo jeste demokratski ambijent, višepartijski sistem, veći stepen autonomije i političke slobode da bi ove ustanove mogle biti nazvane javnim servisima.

Sa tranzicionim procesom, promenom ekonomskog i političkog sistema dolazi do suštinske promene ovih medijskih ustanova, pri čemu se nekadašnji državni mediji brže ili sporije, pre ili kasnije u rasponu od jedne decenije (1990–2000) transformišu u javne servise. Etički aspekti njihovog postojanja i delovanja privlačili su pažnju i međunarodnih eksperata⁸ i stručne javnosti, ali i političkih elita koje su se, uprkos zalaganju za demokratska načela, grčevito držale ideje da na skrivene ili otvorene načine ostvare kontrolu nad ovim medijima, mada su često imali dobru podršku i od komercijalnih medija koji su pokušavali da svojom servilnošću i podatnošću obezbede bolje uslove za svoje poslovanje.

2.1. Slovenija

Slovenija je zemlja koja je, prema mnogim parametrima, prednjačila u Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji, a nakon sukcesije je prva zemlja koja je 2004. godine postala članica Evropske unije. Funkciju javnog servisa

⁸ *Preporuka br. R (10) 96 o garantovanju nezavisnosti javnog radio-difuznog servisa; Preporuka br. R (97) o zabrani govora mržnje; Preporuka R (2000) 23 o nezavisnosti i funkcijama regulatornog tela u oblasti radio-difuzije* (videti Council of Europe, 2002).

ostvaruje Radio Televizija Slovenije, kao naslednik nekadašnje Radio televizije Ljubljana. Danas javni servis Slovenije emituje:

- 8 radio programa (Prvi, 202, Radio Si – međunarodni radio na engleskom, Ars radio, kao i program Radio Maribora, Radio Kopar, Radio Kapodistrija – na italijanskom i MMR –studio koji emituje program na mađarskom jeziku;
- 5 televizijskih programa (TVSLO 1, TVSLO 2, TVSLO 3, TV Maribor, TV Koper – Kapodistrija).

Uz brojne medijske zakone, za normativno uređenje delovanja javnog servisa, značajno mesto pripada *Zakonu o radioteleviziji Slovenija* (2014). Uz opšta određenja o delatnosti, finansiranju, organima upravljanja⁹, ovim aktom se okvirno definišu etička pitanja delovanja javnog servisa, uz zabranu svih oblika verske i političke propagande.

Kada je reč o aktima koji su eksplicitno usmereni na definisanje etičkih načela, još od 1991. godine, sa proglašenjem samostalne države, u Sloveniji je usvojen *Etički kodeks novinara*, da bi 2002. godine ovaj Kodeks unapređen u skladu sa aktuelnim vremenima i kretanjima. Kada je reč o normiranju etičkih aspekata javnog servisa, 2000. godine je RTV Slovenija usvojila dokument *Profesionalni standardi i principi novinarske etike u programima RTV Slovenije* (2000) (Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija, 2000).¹⁰

U preambuli ovog akta, ističe se da se njime potvrđuju principi samoregulacije i profesionalnosti, a osnovna pitanja koja uređuje su: definisanje profesionalnih standarda – tačnost, nepristrasnost, provera činjenica, kredibilitet, odgovornost, javnost u radu, nezavisnost, pravičnost i briga o zaštiti sopstvenog jezika. Istovremeno se definišu osnovni principi koji se moraju poštovati u izveštavanju, način praćenja političkih kampanja, odnos programskih sadržaja prema državi, vojsci i policiji, način prikupljanja informacija, pitanje istraživačkog novinarstva, načini prikupljanja i oblikovanja informacija, važnost i briga o vrednosnom sistemu slušalaca i gledalaca, tretman posebnih društvenih grupa (žene, deca, stari), pitanja, pravo na ispravke, pitanja reklama, promocija

⁹ Organi upravljanja su: Programski savet, Generalni direktor, Nadzorni savet.

¹⁰ Ovaj dokument je usvojilo Vijeće RTV Slovenije na sednici 18. maja 2000. godine, da bi bio minimalno izmenjen 22. juna 2000. godine.

i sponzorstava, pitanja dizajna, odnosno, konflikata interesa. Interesantno je naglasiti da je ovaj Akt još 2000. godine skrenuo pažnju na probleme do kojih može doći pri citiranju i interpretaciji informacija čiji je izvor internet, odnosno, važnost višestruke provjere svih i posebno onlajn informacija.

Ovaj akt se ističe visokim stepenom senzibilizovanosti prema brojnim pitanjima kao što su: autonomija i nezavisnost zaposlenih u RTV Slovenije, poštovanje prava manjina – što se ostvaruje posebnim radio i TV programima za nacionalne manjine (italijansku i slovenačku), važnost brige o zaštiti privatnosti, zaštita identiteta maloletnika ili osumnjičenih, žrtava zločina... Interesantno je što se problematizuje pitanje poštovanja embarga na određene informacije, u smislu dileme da li novinari treba da objave sve informacije do kojih dođu, čak i ako su one pretnja po nacionalnu bezbednost ili nose neke druge opasnosti po državu i građane. Kada je reč o zaštiti izvora informacija, ovaj dokument posebno naglašava da RTV Slovenija „ne plaća doušnike“ (*Profesionalni standardi i principi novinarske etike u programima RTV Slovenije*, 2000, član 5, st. 8).

Sveobuhvatnost ovog dokumenta ogleda se i u činjenici da se bavi definisanjem: važnosti etičnosti teksta i slike (ne prikazivati ljude sa licama na rukama, brojeve kuća, izbegavati prikaze ljudi sa krvavim licima, mrtvih, žrtava...), važnost etičnosti prikupljanja, selekcije i plasmana informacija, insistiranje na dobro utemeljenom istraživačkom novinarstvu, važnost brige o adekvatnom grafičkom dizajnu, izboru ugla snimanja, adekvatna upotreba montaže, redukovanje senzacionalizma, posebno u programima tipa crne hronike, etična upotreba mikrofona i kamera; problematika programa u kojima se stapa realnost i fikcija, a urednici, novinari i voditelji RTV Slovenije ne smeju da se pojavljuju u reklamama i promotivnim programima.

U skladu sa Ustavom Republike Slovenije, svaki oblik medijske cenzure jeste nezakonit i nemoralan, a od ostalih akata koji se bave etičkim pitanjima, tu je dokument *Programski standardi RTV Slovenije*, usvojen 2006. godine. Njime se definišu osnovna programska načela i autonomnost radija i televizije u funkciji javnog servisa, kao i *Estetski i etički kriterijumi i smernice u odnosu na sadržaj programa za reprodukciju, uključujući i scene nasilja i seksualnosti* (2007), što govori da postojeći normativi samoregulacije nisu bili dovoljni u regulisanju svih aspekata programa kao što su pitanja nasilja, seksa i seksualnosti.

2.2. Hrvatska

Hrvatska je druga bivša jugoslovenska republika koja je sredinom 2013. godine postala članica EU, što je bila potvrda da je ispunila brojne standarde, uključujući i one koje se tiču vladavine prava u sferi medija.

Hrvatska radio televizija (HRT) ima tri nacionalna radio programa (Prvi, Drugi i Treći program hrvatskog radija), osam regionalnih radio stanica (Radio Dubrovnik, Radio Knin, Radio Osijek, Radio Pula, Radio Rijeka, Radio Sljeme, Radio Split i Radio Zadar) i četiri televizijska programa (Prvi, Drugi, Treći i Četvrti program Hrvatske televizije).

Najznačajniji zakoni u sferi elektronskih medija su: *Zakon o medijima* (2013); *Zakon o elektroničkim medijima* (2013) i, u ovom trenutku za nas najbitniji, *Zakon o Hrvatskoj radio televiziji* (2017). *Zakonom o Hrvatskoj radio televiziji* kroz 59 članova definišu se: opšte odredbe, programska načela, sadržaj i funkcija javnih usluga; javnost i samostalnost u radu, tela HRT-a¹¹, prekršajne, prelazne i završne odredbe, a definiše se da nadzor nad radom HRT-a vrši Vijeće za elektroničke medije.

Prvi akt koji je u Hrvatskoj regulisao etička pitanja medija bio je *Kodeks o radu i ponašanju radnika HRT-a*, koji je 2006. godine zamenjen *Etičkim kodeksom HRT-a*, da bi 2013. godine „glavni ravnatelj HRT-a“ potpisao *Etički kodeks za novinare i kreativno osoblje HRT-a* (2013).¹²

Ovaj dokument se odnosi na novinare i kreativno osoblje koje učestvuje u produkciji programa HRT-a. Bilo da je reč o stalno zaposlenim ili honorarno angažovanim, oni moraju da vode računa pri svim javnim istupanjima, uključujući i one na društvenim mrežama. Njime se propisuje da informacije koje se prosleđuju programom javnog servisa moraju biti istinite, objektivne, potpune, proverene i pravovremene; da novinari i urednici moraju biti nepristrasni i da su dužni da poštuju pravilo „druge strane“.

Javni servis ima zadatak da vodi računa o svim društvenim grupama¹³ i svim članovima društva; zaštititi privatnosti; mora se poštovati načelo nezavisnosti u odnosu na vlast i interesne grupe; zaposleni se moraju distancirati od političkih partija i moraju neutralno izveštavati u izbornim procesima itd. Posebno se akcenat stavlja i na izveštavanje javnog servisa u vezi sa temama kakve su: crna

¹¹ Glavni ravnatelj, Ravnateljstvo, Nadzorni odbor i Programsko vijeće HRT-a.

¹² Kodeks ima ukupno 64 člana i njegovim donošenjem prestalo je važenje *Etičkog kodeksa* iz 2009. godine.

¹³ Posebno prema osetljivim grupama – deca, osobe drugačije seksualne orijentacije, narodnosti, transrodne osobe...

hronika, sudski prosci, vanredne situacije, pri čemu se aktuelizuje pitanje etičke dimenzije u prikazivanju žrtve, okrivljenih, osumnjičenih, osoba u žalosti...

Etičko povjerenstvo HRT-a, odnosno, *Etička komisija* jeste savetodavno telo koje ima pravo i dužnost da donosi mišljenja o povredama odredaba ovog Kodeksa. Komisija ima 9 članova, čiji je mandat dve godine i iz čijeg reda se bira predsednik.

HRT je javni radio-difuzni i medijski servis od 2011. godine, koji bira poverenika/icu za korisnike usluga HRT-a, čije su delatnost i delovanje definisani članom 32. *Zakona o HRT-u*, na osnovu kog je usvojen *Pravilnik o postupku imenovanja, djelokrugu rada i naknadi za rad poverjenikalice za korisnike usluga HRT-a* (2011). Povjerenika/icu za korisnike usluga HRT-a imenuje Programsko vijeće HRT-a u skladu s odredbama ovog Pravilnika, na osnovu javnog konkursa i za period od četiri godine. Ista osoba može biti najviše dva puta imenovana za poverenika/icu. Navedeni akt više se bavi procedurom nego zadacima, ciljevima, obavezama poverenika, koji suštinski predstavlja komunikacioni kanal koji određene sugestije prosleđuje Vijeću, a dva puta godišnje priprema izveštaj za to isto Vijeće.

Od ostalih akata koji uređuju etička pitanja i ponašanje novinara, ali van sistema javnog servisa i HRT-a, potrebno je spomenuti *Pravilnik o radu novinarskog vijeća časti* (2017) čijim usvajanjem je prestao da važi *Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009). Novinarsko vijeće časti broji 15 članova, iz čijeg reda se imenuje predsednik i njegovo zamenik i kao telo pokreće postupke protiv novinara i procenjuje njihovu krivicu i neetično profesionalno delovanje. Rad ovog Vijeća je zatvoren za javnost, mandat članova je 4 godine, a mere koje može da izrekne su: opomena, teža opomena i isključivanje iz članstva u Hrvatskom novinarskom društvu.

Kada je reč o praksi samoregulacije u polju medijske etike, Hrvatska i HRT su bili u epicentru nemilih događaja u septembru 2016. godine, kada je v.d. ravnatelja HRT-a Siniša Kovačić, koji je poslednjeg dana svog mandata obnarodovao i ozakonio dokument *Izmjene i dopune Etičkog kodeksa* (2016), čime je prekršio *Statut HRT-a* i *Zakon o medijima* (2013) – s obzirom na to da je ovim činom narušio pravila i procedure donošenja samoregulacijskih akata i pravila novinarske struke i etike. Na sreću, ova odluka je poništena od strane nove uprave, na čelu sa novim v.d. glavnog ravnatelja Blagom Markotom. Ova situacija svedoči o tome da, uprkos tome što na prvi pogled imamo korektno

uređenu situaciju i sa regulacijom i samoregulacijom koje su u medijsko sistemu Hrvatske i posebno HRT-u lepo integrisane, postoje pokušaji narušavanja koji ne svedoče ni o časti ni o etičnosti pojedinih funkcionera, pa potom i sistemskim propustima medijske regulative u Hrvatskoj.

2.3. Bosna i Hercegovina

Bosna i Hercegovina, kao država tri konstitutivna naroda i bivša jugoslovenska republika koja je možda najviše stradala tokom građanskog rata 90-tih godina, ima specifičnu strukturu javnog servisa koju odražava ustavna organizacija zemlje i koji čine: jedna ustanova u Federaciji Bosne i Hercegovine, jedna u Republici Srpskoj i jedna na državnom nivou. Osnovna karakteristika uređenja medijskog sistema jeste snažan uticaj međunarodne zajednice u definisanju svih ključnih problema, što u startu smanjuje kapacitet za istinske oblike samoregulacije, čije je izvoriste u samom društvu.

Regulatorna agencija za komunikacije BiH, odnosno, njeno Veće jeste centralno, nezavisno telo koje uređuje delatnost elektronskih medija i ona je 2015. godine donela, a sa zvaničnom primenom se počelo 2016. godine, dva dokumenta: *Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija* (2015) i *Kodeks o komercijalnim komunikacijama* (2015), kojim se uređuju osnovni programski principi programskih sadržaja elektronskih medija, usaglašeni sa Ustavom Bosne i Hercegovine, Zakonom o komunikacijama, Direktivom Evropske unije o audiovizuelnim medijskim uslugama i drugim pozitivno-pravnim domaćim i međunarodnim dokumentima.

Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija (2015) može se proceniti kao neprecizan i uopšten, ima 30 članova i njime se kaže: „Pružalac medijske usluge slobodan je u kreiranju i uređivanju svojih sadržaja, uz poštivanje profesionalnih i općeprihvaćenih vrijednosnih i etičkih standarda“ (član 3, stav 4). Isti dokument definiše pitanja o: govoru mržnje, pravičnosti i nepristrasnosti, lažnim ili zavaravajućim radijskim programima, nasilju i drugim štetnim ponašanjima, prezentacijama paranormalnih pojava, programima kojima se vrši popularizacija određenih religija, rijaliti i pseudorijaliti programima, nadržilekarstvu, izveštavanju o sudskim procesima, alternativnoj medicini, učešću publike u programima, zaštiti privatnosti, zaštiti maloletnika...

Kodeks o komercijalnim komunikacijama (2015), kroz 25 članova, definiše i sankcioniše prikrivene ili obmanjujuće komercijalne komunikacije, zalaže se protiv preterane upotrebe sile, reguliše pitanje komercijalne komunikacije i maloletnih lica, generalno želi da spreči zloupotrebu i zabludu bilo koje vrste.

Kada je reč o samoreglativnim telima za štampane i onlajn medije, onda tu beležimo delovanje Novinarskog vijeća časti, što je organ Udruženja BiH novinara, koje je donelo *Kodeks za štampu i online medije BiH* (2011). Ovo Veće odlučuje o pitanjima koja se odnose na poštovanje Statuta Udruženja, važeći etički kodeks, kao i profesionalne novinarske standarde, i to samoinicijativno ili na prijedlog drugih organa i članova BHN. Novinarsko vijeće časti bira Skupština Udruženja, na mandat od dve godine.

2.4. Crna Gora

Od 2006. godine Crna Gora istupa iz Državne zajednice sa Srbijom i počinje istoriju samostalne države. Poslovanje medija uopšte i posebno elektronskih, uređeno je *Zakonom o medijima* (2011) koji je usvojen 2002. godine, ali je pretrpeo izmene i dopune 2010. i 2011. godine, kao i *Zakonom o elektronskim medijima* (2013). Posebnost ustanove javnog servisa, što je TV Crne Gore¹⁴, regulisana je *Zakonom o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore* (2012)¹⁵. Pitanjem etičnosti medijskih radnika i ukupne programske produkcije, navedeni zakoni se tek sekundarno bave kroz insisitiranje na profesionalnosti i poštovanju najviših kriterijuma i produkcijskih standarda.

Regulisanje delatnosti elektronskih medija, prema ovim aktima, povereno je Agenciji za elektronske medije, koja ima svoj Savet i direktora. Međutim, kada je reč o samoregulaciji medija, ne smemo zaobići Medijski savjet za samoregulaciju kao nezavisno samoregulatorno telo osnovano u martu 2012. godine, koje prati rad štampanih, elektronskih i onlajn medija.¹⁶ Ovo telo ima cilj da: unapređuje i razvija medijsku samoregulaciju u Crnoj Gori u cilju zaštite građana od neetičkog izveštavanja u medijima, podiže nivo svesti o značaju istinitog i pravovremenog izveštavanja, razvoja i unapređenja novinarske etike i profesije.

¹⁴ RTV Crne Gore emituje tri TV: TV CG1, TV CG2 i TV SAT i dva radio programa: RCG i R98.

¹⁵ Ovaj Zakon je usvojen 2008. i dodatno izmenjen i dopunjen 2012. godine.

¹⁶ Članice ovog Saveta su: TV Crne Gore, RTV Atlas, Pobjeda, Dnevne Novine, TV MBC, Radio Elmag, TV Teuta, TV Boin, Radio Antena M, Radio Skala, Radio Tivat, Radio Dux, Portal Analitika, Portal Caffè Del Montenegro, Radio Jadran, Radio Crne Gore, Portal Rteg, TV Prva, TV Pink M.

Ovo telo je usvojilo *Kodeks novinara/novinarki Crne Gore* (2016), koje definiše moralne principe odgovornog i profesionalnog novinarstva. Interesantno je da ovaj kodeks ima univerzalnu dimenziju, primenljiv je na sve pripadnike novinarske profesije i nema specifične odredbe koje bi se odnosile samo na novinare javnog servisa. Ovaj dokument je veoma aktuelan jer se bavi problemima i izazovima koje nose novi mediji, odnosno, mogućnost kršenja etičkih standarda na onlajn platformama, ističući važnost plasiranja celovitih i tačnih informacija i sankcija ukoliko se ovaj princip ne poštuje, a zalaže se i protiv govora mržnje i svih oblika diskriminacije. Kodeks skreće pažnju na probleme manipulacije sa simboličkim fotografijama, fotomontažom, prezentacijama rezultata istraživanja javnog mnjenja, onlajn komentarima, izveštavanju o kriminalu, problemima sa uvredama i klevetama. Interesantno je da neki drugi kodeksi, na primer, u Sloveniji, eksplicitno zabranjuju plaćanje informacija, odnosno izvora informacija, dok ovaj kodeks otvara mogućnost za to u izuzetnim slučajevima. Njime se pokreću i standardna pitanja prava na privatnost, pravo na informacije o medicinskim izveštajima i terapijama, zaštiti interesa dece, izveštavanju o kriminalu, nasilju, korupciji, sukobu interesa i sl.

Programski principi i profesionalni standardi RTCG (2003) jeste dokument koji fokus stavlja na definisanje etičkih standarda koje moraju poštovati zaposleni u javnom medijskom servisu Crne Gore. Sasvim očekivano, ovaj dokument definiše profesionalne standarde zaposlenih: tačnost, objektivnost, javnost u radu, pravo na ispravke, proveru činjenica, kredibilitet, promociju jezika, kulture, umetnosti, uravnoteženost u izveštavanju, važnost adekvatnog ponašanja u političkim kampanjama... Istovremeno se naglašava važnost poštovanja produkcijskih standarda: brige o adekvatnom prikupljanju informacija, zaštiti privatnosti, zaštite osumnjičenih čija krivica nije dokazana, zaštite identiteta žrtve, definisanja načina izveštavanja o izuzetnim događajima (građanski nemiri, terorizam), brige o etici medijskog teksta i slike, izbegavanja neetičnih metoda u produkciji sadržaja – distanciranja od upotrebe skrivenog mikrofona, kamere, važnost adekvatne obrade – montaže bez manipulacije, etičke upotrebe tehnologije i arhivskog materijala, poštovanja publike, brige o potrebama nacionalnih zajednica i etničkih manjina, adekvatne prezentacije žena, invalida, dece, starih, maloletnika...

Posebno se interesantnim čini činjenica da se na sajtu RTV CG može naći *Obrazac za predstavke i prigovore slušalaca i gledalaca*, kao i *Odluka o imenovanju*

komisije za predstavke i prigovore, što su dokumenti koji pokazuju brigu javnog servisa za stavove, pohvale i primedbe građana za koje oni primarno i kreiraju svoje programe. Sve primedbe, žalbe i pohvale na javni servis prikuplja posebno imenovana komisija koja razmatra primedbe i donosi odluke.

2.5. Makedonija

Makedonija (ili Bivša Jugoslovenska Republika Makedonija) odlikuje se nerazvijenim medijskim sistemom u kojem, kada je reč o javnim servisima, centralno mesto zauzima MRT – Makedonska radio televizija, koja emituje četiri televizijska programa (MRT1, MRT2, MRT3 i Parlamentarni – Saborski kanal i tri radio programa (MR1, MR2 i MR3).

Najznačajniji medijski zakoni su *Zakon o medijima* (2013) i *Zakon o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama* (2014). Odgovornost za elektronske medije poverena je Agenciji za medije koja je nadležna i za javni medijski servis – MRT – za koji ova zemlja nije donela poseban zakon kojim bi regulisala njegovo delovanje. Organi MRT su Programski savet, Nadzorni odbor i direktor i zamenik direktora.

Veliki problem je promocija državne vlasti i vladajuće partije u programima javnog servisa, a aktuelno je pitanje i regulisanje plaćanja takse na posedovanje RTV prijemnika i harmonizacija makedonskog zakonodavstva sa evropskim.

Jedino mesto u *Zakonu o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama* gde ima pomena o etici, jeste član 111, u kojem se kaže da pri produkciji i prezentaciji sadržaja za program MTV treba težiti „найвисоки професионални стандарди и етички принципи за независно новинарство и квалитетна програма“ (*Zakon o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama* (2014), član 111).

Etički kodeks na MRT (2017) tretira sve novinare, kreativni kadar i sve zaposlene na MRT i donet je 2017. godine. Dokument ima sedam delova i pokušava da uredi opšta pitanja, profesionalne standarde i osnovne principe rada i delovanja novinara, urednika, kao i postupak utvrđivanja povrede ovog Kodeksa. Kodeks ima 88 članova i, uz činjenicu da reguliše profesionalnu etiku i ponašanje zaposlenih u kreiranju programskih sadržaja, bavi se pitanjem lojalnosti, načina plasiranja informacija koje bi moralo da bude: tačno, verodostojno objektivno, celovito, istinito i izbalansirano. Ovim dokumentom se ističe važnost odnosa javnog servisa sa politikom, ekonomijom i državnom vlašću

generalno, ali i način reagovanja u vanrednim situacijama, pri izveštavanju koja su u vezi sa nekim kriminalnim radnjama, tokom sudskih postupaka, u situacijama kada se predstavljaju deca i maloletna lica. O pitanju etike, uvek su atraktivne situacije u vezi sa izbornim kampanjama, marketingom, oglašavanjem i reklamiranjem i, u tom smislu, ovaj dokument predviđa formiranje posebne komisije od 5 članova koja ima zadatak da kontroliše da li je došlo do prekršaja, sukoba interesa u vezi sa reklamiranjem (član 68).

Osim pomenute Komisije, ovim dokumentom je predviđeno formiranje Etičke komisije (član 71), koja razmatra moguće povrede profesionalnih standarda i principa. Komisija ima sedam članova koji razmatraju prijave koje se tiču povrede etičkog kodeksa od strane zaposlenih na MRT.

3. Diskusija

Na osnovu predstavljenih načina i modela na koje države nastale sukcesijom SFRJ regulišu pitanja poštovanja profesionalnih i etičkih standarda zaposlenih u javnim servisu, možemo konstatovati da je **Slovenija** prva počela sa usvajanjem akata kojima se regulišu navedena pitanja. Osnovni razlog leži u činjenici što je Slovenija prva, od svih jugoslovenskih republika, postala samostalna država, njena teritorija nije bila poprište građanskih sukoba i prva je zemlja sa Balkanskih prostora (izuzev Grčke) koja je postala punopravna članica Evropske unije.

Republika Slovenija je još 2000. godine usvojila normativna akta kojima se uređuje pitanje profesionalnih standarda elektronskih medija i posebno javnih servisa, a interesantno je primetiti da, iako je Slovenija najnaprednija od svih balkanskih zemalja u pogledu poštovanja etičkih standarda, ipak je 2007. godine zaključeno da postojeća dokumenta nisu precizna u definisanju svih aspekata javnog servisa, posebno pitanja programa i prisustva elemenata kakvi su nasilje, seks i seksipil, što govori o permanentnoj samoevaluaciji i pokušajima da se ovaj aspekt delovanja javnog servisa sagleda i unapredi.

Sa druge strane, najlošija regulativa etičkih pitanja elektronskih medija karakteristična je za **Bosnu i Hercegovinu** kao multikonfesionalnu i multietničnu državu sa tri konstitutivna naroda, koja zbog kompleksne političke i ekonomske situacije ne uspeva na efikasan način da postavi poslovanje elektronskih medija i posebno javnih servisa. U Bosni i Hercegovini funkciju javnog servisa obavlja Federalna RTV, mada je deo ove funkcije poveren Radio televiziji Republike Srpske, koja je neka vrsta paralelnog javnog servisa. Pitanje etičnosti

medija vrlo uopšteno i neprecizno uređuje *Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija* (2015), koji vrlo uopšteno tretira „goruća“ pitanja u jednom postkonfliktnom društvu kao što su: govor mržnje, pravičnost i nepristrasnost, lažni ili zavaravajući radijski programi, nasilje i druga štetna ponašanja. Od drugih dokumenata koja uređuju slična pitanja su: *Kodeks o komercijalnim komunikacijama*, *Kodeks za štampu i online medije BiH*, mada se ne sme zanemariti i postojanje *Novinarskog vijeća časti*. Uprkos postojanju relativno velikog broja dokumenata koja uređuju etičnost i profesionalnost medija, može se reći da generalno nisu razvijeni mehanizmi samoregulacije, posebno kada je reč o javnom medijskom servisu, bilo da je u pitanju Federativna RTV ili RTV Republike Srpske. Ovakva situacija jasno ukazuje da se nestabilna društvena i politička situacija u jednom društvu reperkutuje na medijski pejzaž, profesionalnost i etičnost medijskih radnika.

U **Republici Hrvatskoj** pitanje etičnosti medijskih radnika regulisano je kroz etičke kodekse od kojih se jedan odnosi na novinare generalno – *Kodeks časti Hrvatskih novinara* (2009), dok *Etički kodeks za novinare i kreativno osoblje HRT-a* (2013) fokus stavlja na zaposlene u javnom servisu. Interesantno je da ovaj dokument predviđa postojanje i posebnog tela *Etičko povjerenstvo HRT-a*, koje vrši nadzor nad poštovanjem etičkih standarda zaposlenih u hrvatskom javnom servisu.

Hrvatska je, posle Slovenije, druga eksjugoslovenska zemlja koja je ispunila postavljene standarde za prijem u Evropsku uniju u svim sferama života, uključujući i medije, što znači da je na demokratskim principima uredila profesionalnost i etičnost javnih i medija uopšte. Ipak, ne sme se zanemariti da je reč o zemlji koja ima veliko opterećenje u vezi sa 90-im godinama XX veka, nacionalnim sukobima, nekim oblicima etničkog čišćenja koji su se odigrali na njenoj teritoriji, što su sve krupni i osjetljivi društveni događaji koji su bili i profesionalni i etički izazov za medijske radnike. Uprkos izraženoj brizi koja je u vezi i sa činjenicom da je Hrvatska morala da harmonizuje svoje zakonodavstvo sa evropskim, u svim segmentima, pa i sferi medija, i dalje postoje primeri kršenja etičkih standarda, što je vrlo zabrinjavajuće, posebno kada je reč o zaposlenima i rukovodstvu HRT-a kao javnog servisa.

Crna Gora ima usvojen *Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore* (2012). On tek sekundarno uređuje pitanje etike, profesionalnosti medijskih radnika zaposlenih u RTV CG kao javnom servisu. Uz tela kakvo je *Medijski*

Savjet za samoregulaciju kao nezavisno samoregulatorno telo i *Kodeks novinara/novinarki Crne Gore* (2016) koji definiše moralne principe odgovornog i profesionalnog novinarstva, značajno je apostrofirati da dokument *Programski principi i profesionalni standardi RTCG* (2003) definiše etičke standarde koje moraju poštovati zaposleni u javnom medijskom servisu Crne Gore, kao i važnost uravnoteženog izveštavanja, adekvatno ponašanje u političkim kampanjama, ali i poštovanja produkcionih standarda.

Interesantno je da u Crnoj Gori postoji mogućnost da gledaoci i slušaoci posredstvom sajta RTV CG daju predstavke ili žalbe na rad javnog servisa, ali nije do kraja jasno kakve su posledice ovih reakcija i kako one utiču na program.

U **Makedoniji** (ili Bivšoj Jugoslovenskoj Republici Makedoniji), briga o medijima je u rukama Agencije za medije, koja je nadležna i za javni medijski servis – MRT čija delatnost nije uređena posebnim zakonom.

Etički kodeks na MRT usvojen je tek 2017. godine, odnosi se na sve novinare, kreativni kadar i zaposlene na MRT. Dokument ima sedam delova, 88 članova i reguliše profesionalnu etiku, ponašanje zaposlenih u kreiranju programskih sadržaja, bavi se pitanjem lojalnosti, načina plasiranja informacija koji bi morao da bude: tačan, verodostojan, objektivan, celovit, istinit i izbalansiran. Ovim dokumentom se ističe važnost odnosa javnog servisa sa politikom, ekonomijom i državnom vlašću generalno, ali i važnost pravilnog reagovanja u vanrednim situacijama. Predviđeno je postojanje Etičke komisije koja razmatra koja razmatra moguće povrede profesionalnih standarda i principa, ali nedovoljno precizno definiše sankcije za iste.

Generalno, možemo zaključiti da je medijska regulativa, propisi i akta kojima se regulišu etički aspekti i pitanja profesionalnosti novinara i uopšte kreatora medijskih sadržaja i posebno zaposlenih u javnim medijskim servisima u zemljama koje su nastale sukcesijom socijalističke Jugoslavije¹⁷, neujednačena i u velikoj meri zavisna od stepena demokratičnosti društva, nivoa ekonomskog razvoja i međunarodne pozicije. Tako imamo situaciju da su zemlje članice evropske unije (Slovenija i Hrvatska) intenzivnije razvile sistem regulacije etičkih standarda nacionalnih javnih servisa. Zemlje poput Crne Gore pa i Makedonije pokušavaju da svoje javne servise urede u skladu sa evropskim standardima i obezbede visok stepen etičnosti i nezavisnosti zaposlenih u javnim

¹⁷ Predmet analize su bile Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Makedonija. Srbija nije bila obuhvaćena analizom.

servisima (*Programski principi i profesionalni standardi RTCG, Etički kodeks na MRT*), pa čak i da sistem unaprede kroz stimulisanje dvosmerne komunikacije sa publikom, uz pokušaj da se saznaju stavovi i razmišljanja publike u odnosu na program i etičku dimenziju novinara i zaposlenih na javnom servisu (Crna Gora). Konačno, Bosna i Hercegovina, sa svojom kompleksnom pozicijom i paralelizmom dva javna servisa, aposlutno potvrđuje tezu o međuzavisnosti političkih prilika i medijske situacije, što se odražava i na normative kojima se uređuje profesionalnost i etičnost zaposlenih na javnim servisima, koji su u ovoj državi gotovo nepostojeći. Javni medijski servisi, ma koliko bili distancirani od političkih elita, nezavisni finansijski i politički, orijentisani ka potrebama i interesima građana i poštovanju esencijalnih etičkih principa, posluju i deluju u makrookruženju međunarodne i lokalne zajednice i razvijaju se pod uticajima koji mogu da budu podsticajni, ali i destimulativni.

4. Zaključak – kuda i kao dalje

U savremenim svetskim uslovima, u kojima narastaju brojni negativni trendovi, od kojih su nalet političkog populizma, prenaplašeni senzacionalizam i imperativ tržišne održivosti, među najprisutnijim pretnjama po nezavisnost i etičnost medija, iznova i iznova se aktuelizuje pitanje njihovog integriteta i načina na koji bi on morao da bude sačuvan. Neke oblike krize u kojoj se nalaze savremeni mediji možemo okarakteristi i kao „križu novinarske etike, koja je prije svega kriza subjekta, kriza novinara kao moralnog agenta“ (Poler Kovačić, 2001: 38), pri čemu u postmodernom ključu gotovo sve postaje prihvatljivo, relativizovano, podređeno pragmatičnim ciljevima.

Moguće rešenje i svetla tačka jeste afirmacija etičkih principa, čista etika u čijem epicentru će biti oni koji kreiraju sadržaje i oni kojima su ti sadržaji namenjeni, bilo da je reč o ukupnoj javnosti, specifičkovanim ciljnim grupama ili pojedincu koji je sa svojim potrebama u središtu pažnje. Hardt (1996: 35) primećuje da „masovni mediji rijetko postižu željenu ravnotežu između odgovornog novinarstva i posla koji donosi dobit“. Izvještavanje u tržišnom novinarstvu podliježe „poplavi izopačenih slika koje se prenose na način koji podsjeća na Divlji zapad“ (Encabo, 1995: 516).

Kada su u pitanju javni medijski servisi kao institucije za koje su profit i zarada marginalni u odnosu na javni interes, svakako bi trebalo da budu paradigmatički uzor naviših estetskih i etičkih standarda. Međutim, pritisci su brojni i

ponovo dolaze od strane političkih, pa i finansijskih elita. Odluke o upravljanju i finansiranju javnih medijskih usluga vrlo često su neposredno ili posredno, manje ili više skriveno kroz neke zakonske ili direktne mere, pozicionirane u ruke političkih struktura koje čine da javni medijski servisi ostanu uskraćeni za svoj prerogativ, a to je nezavisnost.

Analiza situacije vezane za delatnost i etičku dimenziju javnih medijskih servisa u bivšim jugoslovenskim republikama jasno pokazuje intenciju da se pitanje etike medijskih radnika i posebno zaposlenih na javnim servisima uredi sa puno pažnje, kroz određeni broj akata¹⁸ i očuvanje najviših medijskih standarda, poštovanje integriteta, brigu o sprečavanju korupcije, političkih upliva; promociju najviših standarda profesionalne etike. Međutim, u realnosti i u svakoj od navedenih zemalja, nailazimo na primere manje ili više grubih, otvorenih ili skrivenih, kršenja postavljenih principa, što je mahom uzrokovano činjenicom da političke elite pokušavaju skriveno ili otvoreno da više pritisak i time dovode urednike i novinare u poziciju da podlegnu autocenzuri ili da se zarad ličnog interesa i sigurnosti ogreše o etičke standarde i odredbe različitih pravilnika. Ono što je interesantno jeste da su valorizaciji, pa i pritiscima, više izloženi angažovani medijski radnici komercijalnih, nezavisnih i opozicionih medija (istraživanja nezavisnih tela Cenzolovka, BIRN), a znatno manje zaposleni u javnim medijskim servisima. To može da bude pokazatelj da zaposleni u javnim servisima u regionu poštuju etičke kodekse uopšte i posebno one koji su specifikovani za njihove medijske organizacije. Međutim, sa druge strane, zaključak može biti da su autocenzura, oportunistički i nekritični vrlo zastupljeni u delovanju novinara angažovanih u javnim servisima, zbog čega i nemaju probleme sa političkim establišmentom, što je možda dobro za njih same, ali ne i za javni interes koji bi morali da štite i u skladu sa kojim da deluju.

Iskustva zemalja regiona sa kojima Srbija deli višedecenijsku zajedničku istoriju mogla bi da budu korisna i da ponude preporuke, modele, rešenja. Posebno se interesantnim čine relativno napredna rešenja karakteristična za Sloveniju, pa i Hrvatsku, kao zemlje koje su već prošle proces evropskih integracija i harmonizovale svoje medijske zakone sa evropskim standardima. Jasno je da zanimljiva rešenja po pitanju etičkih kodeksa javnih servisa daje u zakonodavstvo

¹⁸ *Profesionalni standardi i principi novinarske etike u programima RTV Slovenije* (Slovenija); *Etički kodeks za novinare i kreativno osoblje HRT-a* (Hrvatska); *Programski principi i profesionalni standardi RTCG* (Crna Gora) i *Etički kodeks na MRT* (Makedonija).

i medijski sistem Crne Gore i Makedonije, dok su rešenja Bosne i Hercegovine kao države tri konstitutivna naroda vrlo kompleksna i svakako nezanemarljiva.

Prvi korak u ostvarivanju etičnog i profesionalnog poslovanja javnih servisa svakako je postavka adekvatnih normativa na državnom nivou (regulacija), a potom i na nivou samih javnih servisa (samoregulacija). Međutim, činjenica je da su brojni faktori koji utiču na javne medijske servise i medije uopšte, tako da bi uz usvajanje i primenu normativa neophodno bilo da se ostvari istinska depolitizacija javnog servisa, nestanak državnog uticaja, posebno u delu koji se odnosi na otvorene i skrivene pritiske pri izboru rukovodećih kadrova ili u mehanizmima finansiranja. I upravo kada je reč o finansiranju javnih servisa, neophodne su mere i oštra borba protiv budžetskog sufinansiranja i finansiranja javnih servisa. Takođe, neohodno je težiti smanjenju učešća sredstava iz komercijalnih izvora u njihovom finansiranju i povećanju participacije javnosti, u čemu je loš ekonomski položaj građana nepremostiva prepreka. Uvođenje koncepta nezavisnog ombudsmana za javne radio-difuzne servise, koji u nekim zemljama regiona već i postoje, bio bi važan korak u unapređenju javnih servisa i implementaciji samoregulacije. To bi bio još jedan praktičan iskorak ka transparentnim i odgovornim medijima, uvođenju sistema razmene iskustva, kontrole i evaluacije koji vodi ka delotvornom i društveno opravdanom i održivom javnom servisu. Zbir navedenih predloga samo su jedan deo slagalice koji bi vodio unapređenju javnih servisa i medijskog sistema i društva u celini. U promene bi trebalo ući hrabro, sa svešću o preprekama, ali ako se što pre ne počne, bojazan je da će društva Balkana, uključujući i Srbiju koja nije obuhvaćena analizom, ali čija nam je medijska praksa najbliža, još dugi niz godina ostati društva „mlade demokratije“, bez obzira na činjenicu da su neke od zemalja članice Evropske unije ili pred sticanjem tog statusa. Stanje medija, položaj medijskih radnika, način na koji građani percipiraju javni servis, dobar su pokazatelj opšteg stanja jednog društva – stabilnosti njegovog političkog i ekonomskog sistema, stepena kulturnog razvoja i etičkih kapaciteta.

Literatura

- Council of Europe (2002). *Zbornik pravnih instrumenata Saveta Evrope u vezi sa medijima*. Beograd: Sprint.
- Encabo, M. N. (1995). The Ethics of Journalism and Democracy. *European Journal of Communication*, 10(4): 513–526.
- Estetski i etički kriterijumi i smernice u odnosu na sadržaj programa za reprodukciju, uključujući i scene nasilja i seksualnosti* (2007) Pravno-informacioni sistem Slovenije Posećeno 17.05.2017. URL: dostupno na <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4461>.
- Etički kodeks na MRT (2017). Makedonska radiotelevizija. Posećeno 18.05.2017. URL: <http://mrt.com.mk/node/25735>.
- Etički kodeks za novinare i kreativno osoblje HRT-a (2013). Hrvatska radiotelevizija. Posećeno 17.05.2017. URL: http://www.hrt.hr/fileadmin/video/Eticki_kodeks_za_novinare_i_kreativno_osoblje_HRT_a.pdf.
- Haraszti, M. (2008). *Vodič za samoregulaciju medija - Pitanja i odgovori*. Beč: Institut za medije Crne Gore.
- Hardt, H. (1996). The End of Journalism: Media and Newswork in the United States, *Javnost/The Public*, 3(3): 21–41.
- Kodeks časti hrvatskih novinara (2009). Hrvatsko novinarsko društvo. Posećeno 17.05.2017. URL: www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara.
- Kodeks novinara/novinarki Crne Gore (2016). Medijski Savjet za samoregulaciju Crne Gore. Posećeno 17.05.2017. URL: http://medijskisavjet.me/images/sampledata/dokumenti/kodeks_novinara.pdf.
- Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija (2015). Vijeće Regulatorne agencije za komunikacije Bosne i Hercegovine. Posećeno 18.05.2017. URL: http://www.media.ba/sites/default/files/kodeks_o_audiovizuelnim_medijskim_uslugama_i_medijskim_uslugama_radija_rakbih.pdf.
- Kodeks o komercijalnim komunikacijama (2015). Regulatorna agencija za komunikacije BiH. Posećeno 18.05.2017. URL: <http://rak.ba/hrv/index.php?uid=1326194068>.

- Kodeks za štampu i online medije BiH (2011). Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini. Posećeno 18.05.2017. URL: https://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=9.
- Markota uklonio sporni etički kodeks za novinare HRT-a (2016). *Tportal*. Posećeno 18.05.2017. URL: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/markota-uklonio-sporni-eticki-kodeks-za-novinare-hrt-a-20161117>.
- Mollerup, J. (2011). Javni radiotelevizijski servis i ombudsman. U *Profesionalno novinarstvo & samoregulacija: Novi mediji i stare dvojbe u Jugoistočnoj Europi i Turskoj*. Paris: UNESCO.
- Nikolić, M. (2001). Nacionalno zakonodavstvo u oblasti radija i radio-difuzije u periodu od 1918. do 1941. godine. *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, 5(2001): 213–255.
- Obrazac za predstavke i prigovore slušalaca i gledalaca (n.d.) Radio i televizija Crne Gore. Posećeno 17.05.2017. URL: http://www.rtcg.me/rtcg/obrazac_za_predstavke_i_prigovore_slusalaca_i_gledalaca.html.
- Odluka o imenovanju komisije za predstavke i prigovore (n.d.). Radio i televizija Crne Gore. Posećeno 17.05.2017. URL http://rtcg.me/sw4i/download/files/article/odluka_o_imenovanju_komisije_na_predstavke_i_prigovore.pdf?id=47.
- Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija [Profesionalni standardi i principi novinarske etike u programima RTV Slovenije] (2000). RTV Slovenija. Posećeno 15. 05.2017. URL: <https://www.rtv slo.si/poklicnamerila>.
- Poler Kovačić, M. (2001). Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt? *Medijska istraživanja*, 1-2: 25–44.
- Pravilnik o radu novinarskog vijeća časti (2017). Hrvatsko novinarsko društvo. Posećeno 18.05.2017. URL: <http://www.hnd.hr/dokumenti>.
- Pravilnik o postupku imenovanja, djelokrugu rada i naknadi za rad povjerenika/ice za korisnike usluga HRT-a (2011). Hrvatska radiotelevizija. Posećeno 17.05.2017. URL: <http://www.hrt.hr/273697/programsko-vijece/pravilnik-o-postupku-imenovanja-djelokrugu-rada-i-naknadi-za-rad-povjerenikaice-za-korisnike-usluga-hrt-a-2>.

- Programski principi i profesionalni standardi RTCG (2003). Radio i televizija Crne Gore. Posećeno 18.05.2017. URL: <http://www.rtcg.me/rtcg/dokumenti/regulativa.html>.
- Programski standardi RTV Slovenije (2006). RTV Slovenija. Posećeno 15.05.2017. URL: <https://www.rtvlo.si/programskistandardi>.
- Zakon o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama (2013). Posećeno 19.05.2017. http://www.ujp.gov.mk/files/attachment/0000/0697/Zakon_za_audio_i_audiovizuelni_uslugi_132_2014.pdf.
- Zakon o elektroničkim medijima (2013). *Narodne novine*, 94/2013. Posećeno 15. maja 2017. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_07_94_2133.html.
- Zakon o elektronskim medijima (2013). *Službeni list Crne Gore*, 46/2010, 40/2011 - dr. zakon, 53/2011 i 6/2013. Posećeno 17.05.2017. URL: <http://paragraf.me/propisi-crnegore/zakon-o-elektronskim-medijima.html>, pristupljeno 17. maja 2017.
- Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (2017). *Narodne novine*, 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17. Posećeno 15.05.2017. URL: <https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji>.
- Zakon o izmenama i dopunama Zakona o medijima (2013). *Narodne novine*, 81/2013. Posećeno 15.05.2017. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_81_1707.html.
- Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore (2012). *Službeni list Crne Gore*, 79/2008 i 45/2012. Posećeno 17.05.2017. URL: <http://www.paragraf.me/propisi-crnegore/zakon-o-javnim-radio-difuznim-servisima-crne-gore.html>.
- Zakon o medijima (2011). *Službeni list Crne Gore*, 46/2010 - dr. zakon i 40/2011 - dr. zakon. Posećeno 17.05.2017. URL: <http://paragraf.me/propisi-crnegore/zakon-o-medijima.html>.
- Zakon o radioteleviziji Slovenija (2014). *Uradni list RS*, št. 96/05, 109/05 – ZDavP-1B, 105/06 – odl. US, 26/09 – ZIPRS0809-B in 9/14. Posećeno 15.05.2017. URL: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4461>
- Zbornik pravnih instrumenata Saveta Evrope u vezi sa medijima* (2001) Beograd: Kancelarija Saveta Evrope u Beogradu.

Mirjana Nikolić

University of Arts, Faculty of Dramatic Arts, Serbia

INTRODUCING ETHICAL CODES IN PUBLIC BROADCASTING SERVICES - EXPERIENCE OF BOSNIA AND HERCEGOVINA, MONTENEGRO, CROATIA, MACEDONIA AND SLOVENIA

Abstract: Starting from the idea of self-regulation as the most optimal model of democratic and accountable regulation of the media sphere, especially in the field of electronic media, this paper provides a comparative analysis of norms and procedures pertaining to ethical issues in public broadcasting services, in the former Yugoslav republics, now sovereign Balkan states – Slovenia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro and Macedonia. One of the dilemmas which is discussed is whether the public service institutions should have their own ethical codes that define specific parameters and standards that are appropriate to this media model, or the existence of general codes of ethics is sufficient and applicable to PBS. The paper takes affirmative stance towards the existence of specific ethical codes of public broadcasting services that are in line with the specific social position and responsibility of these media towards the public, since this public is their founder, owner and controller. TV anchors, journalists, producers of commercial, public and civil media have very similar tasks, and are expected to be professional, unbiased, credible, accurate, non-manipulative, ethical, but people who work in public service institutions have a much greater responsibility that should be legislated with special laws and specialized ethical codes.

Keywords: self-regulation, public broadcasting service, ethics, ethical codes, Yugoslavia

Uvođenje etičkih kodeksa u javne radiodifuzne servise: iskustva
Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Hrvatske, Makedonije i Slovenije