*doc. d-r* ***Dejan Donev****, Ph.D.,*

*Institut za novinarstvo, medije i komunikacije,*

*Pravni fakultet „Justinijan I“, Univerzitet „Sv. Kiril i Metodij“ ’ Skopje*

*e-mail: donevdejan76@gmail.com*

**NUŽNOST PRIMENE SAMOREGULACIJE ZA OPSTANAK**

**NOVINARSKE PROFESIJE**

APSTRAKT

Danas, sve češće i sve više traži se od novinara da budu profesionalci svog posla i da poseđuju veliki moralni kredibilitet koji bi trebao biti fundament na kojeg bi se nadgrađivao talenat, znanje i velika upornost u poslu. Ali sve ovo nema nikakvog značaja za onog novinara koji više uživa u profesionalnom komoditetu, nego u profesionalnoj slobodi, posebice u današnjem kontekstu kada u globalnim razmerima profesionalna sloboda nalazi se u dubokoj i ozbiljnoj etičkoj krizi.

Upravo zbog toga nam se nameće i potreba o primeni suda razuma i moralnih procena i u ovom području. Novinari, kao moralni subjekti, ali i mediji kao kolektivni etički subjekti, suočavaju se problemom gubitka smisle novinarske profesije - služiti javnosti. Zato se poziva etika u iznalaženju izlaza iz ovakve situacije preko ponude i implementacije njenih alatka, a najviše primene samoregulacije. U protivnom, mediji bez morala postaju deponija niskih strasti, slika društvenog haosa u kom se prekida kontinuitet i destabilizuje se sistem društvenih norma.

Ključne reči:medijska etika, novinarska etika, etika publike, javnost.

**NUŽNOST PRIMENE SAMOREGULACIJE ZA OPSTANAK**

**NOVINARSKE PROFESIJE**

**Uvod**

Mediji, kao forma komunikacije u i sa javnošću, možda nije najstariji, ali je danas zasigurno najeksploatiraniji oblik iste. Ista, tokom vremena i razvoja tehničko-tehnoloških saznanja i dostizanja u zadnje vreme, nudi veliki broj osim pozitivnih i negativnih pojava koji obuhvataju: *prvo*, upotreba senzacionalizma kao „short-cut“ nedostatka kvaliteta u informisanju kako bi se obezbedio što veći broj publike, odnosno zaradnje; *drugo*, zabrinutost građana i eksperata u odnosu na snažne koncentracije vlasništva nad različitim medijima, tj. pojave medijskih konglomerata koji ne samo što dominiraju nacionalnim tržištima, već se i sami globaliziraju[[1]](#footnote-1); *treće*, u toku su promene koje nameće sama tehnologija, tj. na horizontu je konvergencija klasičnih sredstava informisanja sa telekomunikacijske i kompjuterske tehnologije, i koje imaju veći opseg i neograničen pristup, što znači da bi i oni trebali biti podvrgnuti principu društvene odgovornosti; *četvrto*, sve većeg rizika da bi se građani mogli izgubiti u tzv. „informativnoj oluji“, zbog prebogate ponude medijskog sadržaja. Ovim bi se uvećali i mogućnost manipulacije i zavođenja, i to paralelno brojem medija i ojačanjem njihove međusobne konkurencije.

Poučena lošim primerima, javnost je počela sve više i više da reaguje smanjenjem opšteg poverenja u medije. Nakon Drugog svetskog rata, u „slobodnim društvima“ (prvo SAD) su se pokrenule rasprave o tome gde je najpravednije podvući granicu slobode medija. Zbog toga je 1947. godine, u SAD-u formirana jedna reprezentativna i nezavisna „Komisija za štampu“, koja je radila dve godine, što svedoči o značaju i težini problema koje je trebalo rešiti. U njenom zaključku jeste formulisan jedan stav koji i dan današnji važi kao polazna tačka u međunarodnim organizacijama, u međunarodnim normama i u nacionalnoj regulativi. Radi se o postuliranju doktrine društvene odgovornosti medija i novinara i mogućnosti pronalaženja mehanizama i kontrola, tj. samo-kontrola istih.

**O nužnosti primene (samo)regulacije**

Svi ovi zahtevi su postavljeni novinarima i medijima, ali ne i ispred potrošača, uključujući samoregulaciju na nivou glagola „treba“, „nužno je“. Pitanje nije kako to izgleda u stvarnosti, već da li je moguće da ovi zahtevi, postavljeni ispred „proizvođača informacija“, budu ostvareni nasuprot sedam smrtnih grehova novinarske profesije: plagijat, podmićivanje, sukob interesa, skrivanja informacija, prevare, atak na privatnost i ideološku posvećenost.

Prethodno rečeno znači da je neophodna (samo)regulacija profesije koja obuhvata sve one postupke i mehanizme novinarskog delovanja koji obezbeđuju i promovišu unapređenje ostvarivanja novinarske odgovornosti prema javnosti i novinarskoj profesiji, pri čemu treba istaći da je razvijanje samoregulatornih mehanizama u novinarskoj profesiji ciljem poštovanja etičikih standarda, tj. biti odgovoran prema javnosti, ali poštovati slobodu informiranja, jeste komplekasan i izazovni proces. U društvima koji proizlaze iz bivših socijalističkih sistema ovaj izazov je još veći. Ovo zato što pri tranziciji društvenih sistema od samoupravljačkih u demokratskih, samoregulacije omogućava lakše oslobođivanje od kontrole države vrz medije i uvećavanje civilne kontrole medija nad državom. Ovo još više i što u mladim demokratijama samoregulacija potvrđuje kredibilitet medija ispred javnosti. Ona omogućava da se javnosti pokaže i dokaže da slobodne medije nisu neodgovorne, pri čemu u državima gde još uvek ne postoje neazavisna samoregulatorna tela, dva su bazična preduslova koja se trebaju zadovoljiti kako bi profunkcionirao sistem samoregulacije:

* Profesija se sama sebi treba kontrolirati (regulirati);
* To treba uraditi dobrovoljno.

Pri ovome se treba uzeti u razmatranje da ne postoji određeni model samoregulacije koji bi se mogao preuzeti iz jedne države u drugoj, ali da postoje osnovne principe, deo njih potvrđeni i međunarodnom pravom, koji bi mogli olakšati proces samoregulacije u medijima i u novinarstvu. U ovom kontekstu, u Evropi, čije su norme i standardi predmet usklađivanja zakonodavstva i prakse zemalja u tranziciji, iako se još uvek primenjuju „medijski“ zakoni[[2]](#footnote-2), već od devedesetih godina prošlog veka, vidljivi su elementi i napori uvođenja samoregulacije medija i novinara kao jedna od etičkih alata teorije o društvenoj odgovornosti medija i novinara. Ulažu se i dopunski napori da zakoni javnog informisanja sve više izgube svoj smisao, ili traži se njihovo ukidanje, a kao zamena nudi se realno i stvarno primenjivanje kodeksa profesionalne etike, ili primena samoregulacije, odnosno, NODO koncept – načini osiguravanja društvene odgovornosti (medija).

Naime, kodeksi su znatno starijeg datuma, tj. iz perioda kada pričamo o funcionisanju štampe, dok u oblasti elektronskih medija, više funkcionišu zakoni koji uređuju njihovo osnivanje i funkcionisanje. Tome je tako jer su sve evropske zemlje do sredine osamdesetih godina prošlog veka zadržale u svojim medijskim kompleksima monopol nad nacionalnim radio i televizijskim stanicama. Privatni elektronski mediji nisu bili dugo dozvoljeni argumentacijom da prirodni resursi za njihov rad, odnosno radiodifuzni spektar je ograničen i ne može se deliti na veliki broj zainteresovanih. Ali, sa prodorom tehničke inovacije i pritisaka zainteresovanih grupa vlasnika kapitala, monopol nacionalne radio i televizijske mreže je postepeno ukinut, čime sam proces deregulacije elektronskih medija u Evropi je bio zasnovan na ravnopravnom, dualnom vlasništvu – javna i privatna imovina. Tako su i standardi za kvantifikaciju novinarske slobode i odgovornosti kod štampe, počeli da se ujednačavaju sa radio i televizijskim medijima, i to u svim državama članicama Evropske unije, tj. započeli su da se formiraju i dobijaju na težini i važnošću i slične kodekse profesionalne etike, medijski saveti, Savet za radiodifuziju i osnivanje Obdusmana za medije.

Ovakav jedan sistem samoregulacije u pogledu odgovornosti je počeo da se impostira i preuzima na evropskom tlu, a zanimljivo je da ovaj proces sve više dobija snažnu podršku javnosti. Građani odobravaju jačanje samoregulacije posvećena odgovornosti javne reči, jer su svedoci događaja koji ponovo aktuelizuju pitanja o njihovoj (ne)jednakosti u smislu ostvarivanja komunikacionih prava. Sasvim je prirodno da medijski konzumenti žele neku vrstu garancije da su informacije koje dobijaju ispravne i tačne. U ovom slučaju, etički kodeksi pružaju smernice za uređivačke principe, a žalbeni mehanizmi pretpostavljaju neku vrstu „garancije kvaliteta“.

Ovako raspoloženje javnosti nije ostalo bez odjeka i u oblasti javne politike, pri čemu mnoge evropske zemlje odlučile su se da doprinesu jačanju tela koji stvaraju kodekse profesionalne etike[[3]](#footnote-3), čime su inicirali i stvaranje saveta za štampu (ili medija) – tela koji bi se sami trebali brinuti o odgovornosti medija i novinara, bez da se država meša u njihov rad. U drugim primerima, posebno kada je reč o kodeksima i uređivačkoj politici radio i televizijskih kompanija javnog servisa, i sami državni zvaničnici imaju svoju reč u tijelima koja nose ovakve dokumente. Drugim rečima, indirektno prisustvo državnih zvaničnika obezbeđuje se kompozicijom ili preko načina izbora članova od nezavisnih regulatornih Agencija koji nadziru rad elektronskih medija.

Konačno, uprkos jačanju samoregulacije, država u slučaju potrebe (dozvoljeno u demokratskom društvu) interveniše sa svojim zakonodavnim aktivnostima, stvarajući pravne norme koje „pokrivaju“ one pojave koje kodeksi profesionalne etike u novinarstvu su izostavili ili ih ne sankcionišu. Primeri ovakvih intervencija mogu se naći na relaciji sa pitanjem o mogućnosti ili nemogućnosti uvođenja cenzure tokom izveštavanja iz oblasti vojnih sukoba, zatim pitanje uskraćivanja prava na javnu riječ ekstremističkih i terorističkih grupa, pa pitanje o garantovanom pravu građana ili institucija na ispravku ili odgovor, zaštitu dece kao publike i slično.

Međutim, može se sve više slobodno reći da jačanje samoregulacije medija i novinara u svetu predstavlja pravilo, dok se dodatne pravne regulative države smatraju za izuzetak[[4]](#footnote-4). Isti bi trebali usmeriti ovaj proces u pozitivnom pravcu, i na taj način novinarske profesije i medijima obnoviti izgubljeni sjaj „sedme sile“, jer više nego evidentni su „zli jezici“ koji hoće da diskredituju samoregulaciju preko preteranog apostrofiranja načelnog problema NODO principa: da li je isti efikasan i da li se isti prihvata kao sredstvo preko kojeg se može uticati na novinare i medije. Naime, postoje mišljenja da bi isti trebalo da bude prepušten „prirodnim tokom“, odnosno pluralizmu novinarske prakse i ličnog poštovanja novinara. U ovom kontekstu najdalje su otišli oni koji misle da stvaranje i širenje kodeksa znači samo oblik nametanja određene prakse i ograničavanja slobode novinara, iako oni nisu negirali problem etičnosti profesije.

Oni se obično izražavaju u obliku česte pritužbe, naročito posle nekoliko očigledno grubih i neopravdanih ekscesa i zloupotreba novinara i medija, da samoregulativa nije dovoljna garancija za praktikovanje odgovornosti, naglašavajući da slaba karika u ovom rješenju jeste sprovođenje i obim sankcija koji se u generalnom okviru samo svode na moralnu osudu, tj. da tela koja donose ove dokumente i kome je stalo do profesionalne etike, imaju na raspolaganju mali broj kazni, koje u mnogim slučajevima su samo javna upozorenja, ukazivanje na kršenja profesionalne etike i slično.

To je tako jer iste na samoregulaciju, u poređenju sa pravnim oblicima regulative, liče na „mekaniji“ regulatorni instrument koji je bliži prirodi medija, kao otvorenog i dinamičkog sistema. Ali, imajući u obzir činjenicu da nametanje zakonske obaveze novinarima u vezi poštovanja profesionalnih standarda smatra se kao mešanje u uređivačku nezavisnost medija i novinarstva, samoregulatorni mehanizmi su najprikladniji način za zaštitu i unapređenje profesionalnih novinarskih standarda pošto omogućavaju istodobno poštovanje etičkih principa u obavljanju profesije i očuvanje uređivačke slobode medija. U ovom kontekstu „postojanje samoregulatornog organa medija garantuje zaštitu slobode medija, kao i zaštitu javnosti od medijske zloupotrebe. Ovim se potvrđuje da su granice između prava koja proizilaze iz slobode medija i narušavanja prava građanina u odnosu na objavljene sadržaje u medijima, najbolje regulisana kroz sistem samoregulacije medija, kao jedne od specifičnih konstitutivnih karakteristika demokratskog karaktera medijskog sistema“ (Адамчевски et al., 2010: 4.).

**Značaj samoregulacije u biti i u praksi**

Ali, šta tačno označava „samoregulacija“? Prema jednoj definiciji koja se najčešće uzima kao operativna, medijska samoregulacija pretstavlja “sveukupnost autonomnih norma i tela za njihovu implementaciju, uspostavljeni kao izraz slobodne volje pripadnika novinarske profesije, ciljem unapređenje primene profesionalnih i etičkih standarda u medijima” (Адамчевски et al., 2010: 4).

Dakle, saglasno ovim, ostaje na snazi i dalje zahtev svakoga, pre svega novinara i medija, za preuzimanje proporcionalne odgovornosti za sopstvenu slobodnu i javnu reč. To prvenstveno znači da se na samoregulaciju vidi kao na ono što leži u slobodi izražavanja novinara i stoga, kao takav jeste uslov da postoji sloboda štampe. U ovom kontekstu, u osnovima slobode izražavanja, čini se da najadekvatniji model kako bi ista bila očuvana i unapređena, je preko samoregulacije novinarstva i medija, koja doprinosi da se utecaj države na medije smanji na minimum, a jednovremeno afirmira i uređivačku politiku i delotvorno deluje na poboljšanju interakcije s publikom. Tome je tako jer njena temeljna načela su univerzalnost i dobrovoljnost. Novinari dobrovoljno prihvataju samoregulatorne mehanizme kojima poštuju sopstvena moralna i profesionalna ubeđenja, ali u isto vreme i doprinose kvalitetu medija, kao i o dužnosti da javnost bude pravovremeno, tačno i nepristrasno informirana.

Dakle, samoregulacija je ona koja štiti prava novinara da budu nezavisni i nepristrasni, ali ujedno i da uočavaju i popravljaju sopstvene greške koje su napravljene za vreme delanja, šta znači da ista ne može i ne treba biti shvaćena kao samocenzura, tj. kao ograničenje slobode izražavanja novinara, nego suprotno tome, njena primena može doprineti uvećavanjem kredibiliteta medija u javnosti i implementaciji društvenih funkcija novinarstva. „Ne postoji formalni autoritet koji stoji iznad samoregulacije. Njena moć proizlazi iz želje novinara i medija doprineti konsolidaciji i kredibiliteta svoje profesije. Na taj način preko transparentnosti, nepristrasnosti i poštenju u postupanju, postiže se široko uvažavanje gledišta i odluka tela samoregulacije, kako između novinara i izdavača, tako i u javnosti“ (Адамчевски et al., 2010: 5).

Sumarno, „medijska samoregulacija predstavlja zajednički napor medijskih profesionalaca na uspostavljanju dobrovoljnih uređivačkih smernica i poštovanju istih kroz proces učenja koji je dostupan javnosti. Na taj način nezavisni mediji prihvataju svoj deo odgovornosti za kvalitet javne reči u zemlji uz potpuno očuvanje njihove uređivačke autonomije u njenom oblikovanju“ (Haraszti, 2008: 9).

Otuda, mogu se izvesti bar pet razloga zašto mediji tendiraju ka uspostavljanju samoregulacije:

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 čitaocima da ostvare kontakt sa medijima“ (Haraszti, 2008: 12).

U ovom kontekstu, o samoregulaciji se mora razmišljati u dva pravca: s jedne strane, definišući odgovornost medija kao organizacije, a sa druge strane, proširenje te odgovornosti sa preuzimanjem većeg tereta odgovornosti na planu slobode izražavanja. Dakle, profesija se o svojoj reputaciji najbolje brine na osnovu korištenja prava koja sama sebi propisuje, kao i na osnovu sankcije koju treba poštovati i to u onoj mjeri u kojoj svedoči o svojoj zrelosti i društvenoj odgovornosti.

Otuda i potreba za samoregulaciju, odnosno NODO koncept[[5]](#footnote-5), koji obuhvata svakog nedržavnog načina ili sredstava koji se koriste kako bi mediji prihvatili odgovornost prema javnosti. „Koncept je opšti, a samim tim i malo neodređen, i podrazumeva pojedince ili grupe, redovne sastanke, pisani dokumenti, male medije ili bilo kakav dugačak proces ili neki određeni pristup. Pod normalnim okolnostima NODO deluje uz pomoć moralnog pritiska, ali se uticaj može pojačati i preko autoriteta menadžera medija ili postojećih zakonskih odredbi“. Pored toga, kao što navodi Žan – Klod Bernard, „kada se radi kontrola kvaliteta medijskih usluga koje se nude javnosti, uglavnom trebamo videti da li sami mediji, sebi postavljaju kao primarni cilj služenje javnosti. Tada bi smo trebali ispitati potrebu i želju javnosti, i na kraju izvršiti proveru koliko ista ta javnost jeste zadovoljna time“ (Bernard, 2007: 82).

Dakle, ono što NODO sadrži zasnovano je na principu dobrovoljnog i sadrži nekoliko osnovnih instrumenata: različite vrste kodeksa i drugih etičkih tekstova, kao i tela za praćenje njihovih standarda, preporuke i proektovane vrednosti – saveti za štampu, institut obdusmana, sudovi časti novinarskih udruženja, a ponekad i živu debatu o pitanjima koja se pojavljuju u novinarstvu. Drugim rečima „medijska samoregulacija obuhvata instalaciju i usvajanje profesionalnih i etičkih standarda u vezi sa novinarskom profesijom (etički kodeks, novinarske etike, itd.), kao i tela za njihovu implementaciju (medijski obdusman, savete za novinarsku etiku/standarda, saveti časti, itd.) čiji je zadatak da štiti i zastupa interese medijskih profesionalaca, javni interes, da uspostavi i sprovodi norme i procedure i da nadgleda i sankcioniše kršenje profesionalnih i etičkih pravila novinarske profesije“ (Адамчевски et al., 2010: 4).

Sve dosad rečeno znači da priča o NODO generalno sadrži tri glavna aktera: *vlasnike*, *profesionalce* i *korisnike*, koji se mogu ovoj kontroli posvetiti na različite načine, zajedno ili odvojeno, ali je važno da država ne sme biti deo iste, osim u obliku pretnji koji su ponekad potrebne kako bi se samoregulatorni proces pridvižio, tj. vlasnika medija, urednici u redakcijama, novinari i korisnici.

*Vlasnici medija*, u vreme kada njihov imperative jeste profit, su vrlo važni u sprovođenju ovog koncepta. Ove ekstremne ekonomske situacije nameću i dve situacije u kojima vlasnici medija mogu jako uticati u sprovođenu NODO-a. Naime, u slučaj monopola, blagostanje onima koji su deo tog monopola mogu zanemariti moralne standarde, dok u slučaj konkurencije, rat za profit isto tako može uticati na odluke vlasnika, koji bi se kasnije odrazili na posao novinara.

*Novinari i urednike* su oni na koji najdirektno i neposredno se odnosi concept samoregulacije. Urednike su prvi i najefikasniji u sprovođenju NODO-a, jer oni su direktnom kontaktu i utiču na posao novinara, a u isto vreme su odgovorni za sopstvene postupke i uređivačke politike kod vlasnika. Oni ponekad trebaju imati ulogu “pedagoga”, bar prema mlađijim novinarima. Sa svoje strane novinari su najneposredniji sprovođivači samoregulacije, ali zbog političkih i ekonomskih pristiska s kojim se suočavaju, neophodna im je podrška javnosti. Etički korektne i odgovorne novinare samo podrškom janosti mogu ostati istrajniji.

*Javnost* je deo društva i kao takva ona mora slušati, a ne samo paziti na profit, prodaju, gledanost ... Uključivanje manjina, marginalizovanih grupa i ostalih senzitivnih kategorija građana u medijske sadržaje doprinose za bolje i više odgovornije društvo. Društvena odgovornost je nemoguća bez aktivnog uključivanje javnosti u iste. Upravo zbog toga, društveno odgovorne mediji su dužni omogućiti javnosti (čitateljima, gledaocima, slušateljima...) određeni “forum” gde oni mogu iskazati svoje stavove, mišljenja, gde će postavljati pitanja koje ih zasežu ili reagirati javno ukoliko su narušena neka od njihovih prava.

Načini na koji se ovaj proces može sprovesti su kroz obrazovanje, evaluaciju, monitoring i sistematsko posmatranje i povratne informacije kroz različite dokumente kao što su pisma čitalaca, javnog karaktera mišljenja, upitnike o tačnosti i ravnopravnosti, deontološke kodekse, stranice ili emisije o samim medijima, kritičke revije, saopštenja za javnost i slično, i to kroz pojedinca ili grupe kao što su regulatorne instance, specijalizovani hroničari, unutrašnje kritike, savetnici za deontologiju, posrednike, odbori za vezu, lokalni saveti za štampu, NVO za medije, udruženja građana, itd., što omogućava ovom procesu kroz univerzitetsko obrazovanje, kontinuiranog obrazovanja, ulaz medija u škole, savetovanje sa korisnicima, istraživanje javnog mnjenja, deontološku reviziju, kao i neprofitna istraživanja (Bernard, 2007, 81-97).

**O budućnosti samoregulacije medija…**

Odgovornost prema javnosti predstavlja najveću odgovornost novinara, koja ukoliko nije verifikovana sa realnim i pravim poštovanjem slobode i nezavisnosti, istina, kao i zaštite i unapređenja ljudske ličnosti i pravo na pristojan život, gubi smisao i postaje samo deklarativna. U ovom slučaju, i novinarska profesija gubi svoj integritet i svoju autonomiju. Dakle, postavlja se pitanje o moći medija za kreiranje realnosti, kao i za norme novinarske deontologije, pri čemu se kaže da novinar treba pogledati i „treću stranu kovanice koja se okreće u vazduhu“.

Preko teorije društvene odgovornosti i teorije prava na informisanje, a koji počivaju na teoriji zajedništva, danas se predlaže jedno institucionalno razumevanje uloge medija u savremenom društvu. Ista je veoma jednostavna, logična i pristupačna. Naime, onaj ko drži sredstva informisanja u svoje ruke, on poseduje veću društvenu moć, pa zato se isti mora podrediti zahtevu za veću društvenu odgovornost pri obavljanju posla, a najbolje je da se sam uzdrži od pravljenja mogućih zloupotreba. Dakle, doktrina o društvenoj odgovornosti medija i novinara polazi iz dobre namere da opasne zloupotrebe javnih pomoći neće biti.

Tačno iz ove koncepcije društvene odgovornosti, koja poziva na dobrovoljne saglasnosti da se ne rade određene stvari u društvu (samograničenje), proizilazi i mogućnost i praksa samoregulacije novinarske odgovornosti za javno izrečenu reč. U ovom kontekstu samoregulacija je čvrsto nastojanje medijskih profesionalaca kojima je stalo do kvaliteta u svome poslu da održe dijalog sa javnošću. U tu svrhu se uspostavlja mehanizam za prigovore auditorijuma koji se bavi opravdanim kritikama na racionalan i autonoman način. To pokazuje da nakon prihvatanja ove doktrine, i vlasnici i oni koji rade u medijima su dobili posao stvaranja sopstvenih kodeksa profesionalne etike. Tako, putem modela samoregulacije za odgovornost prema javnosti, javno iskazanu reč, i mediji i novinari su pritisli državu i sudove u drugi plan. Rešavanjem konkretnih pitanja u relaciji prema (ne)odgovornosti, prvo se prepušta novinarskoj deontologiji, novinarskim organizacijama (profesionalna udruženja ili sindikati) i njihovim partnerima u karakteru vlasnika medija.

Pošto ove norme nisu zakoni, za njihovo sprovođenje brinu se „Saveti za štampu“ ili „sudovi časti“ novinarskih organizacija, a ne redovni sudovi. To je trend koji je globalno širi, i u tom smislu, kodeksi profesionalne etike u novinarstvu dobijaju sve više na značaju kao plauzibilan, liberalan način određivanja granice slobode štampe i novinarskog rada. Promovišući standarde, samoregulacija pomaže održavanju kredibiliteta medija kod javnosti. Ovo je naročito dobrodošlo u mladim demokratijama, u većini njih u kojima je i nezavisna štampa sama po sebi novina. Medijska samoregulacija pomaže da se javnost uveri da slobodni mediji nisu bez odgovornosti. U isto vreme, samoregulacija štiti prava novinara da budu nezavisni i da im za njihove profesionalne greške sude ne oni na vlasti, već njihove kolege.

Dakle, cilj samoregulacije je promovirati profesionalne i odgovorne medije koji će „služiti“ javnosti, mediji koji će garantovati verodostojnost informacija koje obljavljuju. U slučaju greške ili pretstavke građana, samoregulatorno telo bit će dužno obezbediti nezavisni proces brzog, pravičnog i besplatnog rešavanja ovakovih pretstavka i omogućavanje javnog priznanja za greške, a time i umanjiti broj sudskih procesa protiv novinara. Zaključno, samoregulacija štiti i medije i novinare i publiku!

Stoga, samoregulacija je i više nego što je potrebna na putu ka stvaranju realnog funkcionisanja pravog etičkog novinarstva! Kao što kaže Mikloš Harashti, predstavnik OEBS-a, za slobodu medija, u svom „Vodiču za samoregulaciju medija: „ja na samoregulaciju gledam kao na dodatne mere zaštite slobode medija, pa čak i medijske moći“ (Haraszti, 2008: 7).

**LITERATURA:**

1. Адамчевски, Мирче et al. (2010). *ОСВРТ кон прашањето на саморегулација во медиумите во Македонија*.Скопје: МИМ.

2. Bernard, Claude – Jean (2007). *Deontologija medija*. Zagreb: ICEJ.

3. Донев, Дејан (2011). *Етика во новинарството*. Скопје: УКИМ.

4. Haraszti, Miklos (2008). *Vodič za samoregulaciju medija*. Institut za medije Crne Gore.

5. Lippmann, Walter (1995). Javno mnijenje. Zagreb: Naprijed.

6. Malović, Stjepan (2007). Mediji i društvo. Zagreb:ICEJ i Sveučilišna knjižara.

7. Malović, Stjepan (ured.) (2007). Vjerodostojnost novina. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

*Dejan Donev*

THE NECESSITY OF APPLYING OF SELF-REGULATION

FOR THE SURVIVAL OF JOURNALISTIC PROFESSION

Summary

Today, more and more is required from journalists to be professionals of their work and to acquire great moral credibility, which should be the foundation on which would be later upgraded the talent, knowledge and great persistence. But all of this have no importance for those journalists who enjoys more the comfort of a professional, than the professional freedom, especially in today's context when on a global scale professional freedom is situated in a deep and serious ethical crisis.

That is why, the need of the application of the court of reason and moral evaluation in this area is imposes. Journalists, as moral agents, and the media as a collective ethical subjects, faced with the problem of loss of sense of journalistic profession - to serve the public. Therefore, the ethics calls in finding a way out of this situation through the supply and implementation of its tool, and most of all, the application of self-regulation. Otherwise, the media will become a land filled with deep and mean instincts, images of social chaos in which the continuity is broke the system of social norms is destabilized.

Keywords: media ethics, journalistic ethics, ethics of the audience, public.

1. Primer italijanskog premijera Berluskonija i njegovo posedovanje većeg broja medijskih konglomerata, kako u Italiji i delom Balkana, tako i u Rumuniji, Bugarskoj i šire. [↑](#footnote-ref-1)
2. Zbog necelosnog i ozbiljnog ispunjavanja ovih stvari, postoji ubeđenje da etika medija, kao oblik moralno-etičke regulacije ponašanja masovnih medija, nije delotvorna u svojoj osnovi. Ovaj stav proističe iz ubeđenja da vrednosne stavove i moralne norme, utvrđeni primernim etičkim kodeksima i odredbe medijska organizacije, imaju ograničeni i vrlo slabi uticaj na samu medijska praksu, tj. da interne odredbe nisu dovoljne za korektno informisanje, čime bi se prava funkcija medija mogla postići. Još više, prema ovim ubeđenjima, etika medija ima samo funkciju da umiri javnost i da preusmeri političku vlast od njihove intervencije, time što će proklamovati jedan tip samoregulacije u okvirima profesije. Ali pitanje i dalje ostaje otvoreno: kako ostvariti tu intervenciju, a pritom ne ugroziti slobodu informisanja, jer time bi kontrola medija značila oblik intervencije države i reduciranje pluralizma mišljenja. [↑](#footnote-ref-2)
3. Primer Belgije, Danske, Portugala, Kipra i druge. [↑](#footnote-ref-3)
4. Kritičari etike medija su skloni tezi da medijsko-etičke norme trebaju biti zamenjene sa pravnim normama, kao glavni oblik regulisanja ponašanja aktera u medijima. Radi se o pravnim normama i propisima koji regulišu medije, odnosno odnose se na medije, novinare i sve one koji učestvuju u radu masovnih medija, a potiču iz međunarodnog javnog prava, sa posebnim osvrtom na dva domena: poštovanje ljudskih prava i regulisanja radiodifuzije. Međutim, ova zamena se zasniva na nejasnim odnosom između zakonske i etičke regulacije ljudskih aktivnosti, znači između medijskog prava i etike medija. U principu, ovaj odnos je moguće razumeti iz opštih razlika između pravnih i moralnih normi koje se mogu primeniti na medijska prava i etici medija. [↑](#footnote-ref-4)
5. Koji je formulisan početkom 90-tih godina prošlog veka. [↑](#footnote-ref-5)