

Godišnjak Fakulteta političkih nauka 19, no. 33–34: 155–176

Izvorni naučni članak

https://doi.org/10.18485/fpn_godisnjak.2025.19.33_34.7

Primljen: 22.11.2025.; Prihvaćen: 21.12.2025.

Bojan Cvejić* 

Interni kodeksi i uredničke smernice u medijima u Srbiji

Apstrakt

Brzina i konciznost postali su neki od osnovnih postulata savremenog novinarstva, koji lako mogu dovesti do prelaska granice poštovanja profesionalnih i etičkih standarda. Etika u medijima se zato u današnje vreme pokazuje kao nikad važniji aspekt u istoriji novinarstva. Osim međunarodnih dokumenata, zakona, nacionalnih novinarskih kodeksa, mnogi svetski mediji već davno imaju i interne kodekse ili uredničke smernice, koje na osnovu iskustava iz prakse dopunjuju i kojima preciziraju pravila u odnosu na opštevažeće dokumente. Ove kodekse ili uredničke smernice (zavisu od toga kako se u kojem mediju nazivaju) novinari uglavnom potpisuju prilikom zapošljavanja, te teoretičari i istraživači medija smatraju da imaju više efekta u podizanju profesionalizacije medija pošto predviđaju konkretne sankcije za one koji ih se ne pridržavaju. Istraživanje u ovom radu pokazuje, međutim, da veliki broj medija u Srbiji nema sopstvene uredničke smernice, a oni koji ih imaju, većinom ih ne drže javno dostupnim, a oni regulišu različite aspekte novinarske prakse.

Ključne reči:

Mediji, etički kodeks, novinarstvo, uređivanje, etika, savet za štampu

* Doktorand na studijama „Mediji i komunikacije”, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu. Kontakt adresa: bojan.cvejic@gmail.com

UVOD

Iskustva medija kroz istoriju novinarstva iznedrila su brojne pisane i nepisane pravilnosti kada je reč o profesionalnim i etičkim standardima. S obzirom na veliki uticaj medija u društvu, veliku odgovornost za javnu reč, pa samim tim i za posledice do kojih mogu dovesti svojim izveštavanjem, nastali su etički kodeksi novinara, koji se redovno dopunjuju u skladu s tim kako se urednici i mediji suočavaju s novim izazovima i različitim situacijama u svakodnevnom radu.

Proučavanje postojanja i razvoja ovakve vrste samoregulacije značajno je kako bi se uvidelo koliko je i na koji način novinarska profesija svesna svih prepreka koje je prate ne samo s razvojem novih situacija u redovnom izveštavanju već i zbog uticaja koji na novinarstvo ima razvoj tehnologija, među kojima su najviše potresa izazvale društvene mreže, algoritmi i alati generativne veštačke inteligencije. Brzina koja se sve više javlja kao imperativ u skladu sa promenjenim navikama publike i okolnostima u društvima nosi sa sobom i svojevrsnu pretnju po kvalitet i integritet novinarstva, zbog čega se javlja sve češća potreba za preispitivanjem i unapređenjem samoregulatornih pravila i preporuka.

Brojni teoretičari i istraživači medija zastupaju stav da je postojanje i poštovanje etičkih kodeksa važno kako bi se regulisali i unapredili osnovni principi novinarske profesije (Nikšić i Davičo¹, Boeyink & Borden², Alvin Dej³, Ward⁴, Johannesen⁵), ali da nije reč o čvrstim pravilima, već da su ona sklona različitim i fleksibilnim shvatanjima. Za razliku od globalnih i nacionalnih smernica, ipak, mnogo su više obavezujuća interna pravila i uputstva koja postoje u okviru samih medija u vidu internih kodeksa, koji su svojevrsni aneksi ugovora o radu zaposlenih u redakcijama. Na globalnom nivou ne postoji veliki broj istraživanja i literature na temu internih uredničkih smernica, a još

¹ Stevan Nikšić i Ana Davičo, *Etika novinarstva – priručnik za profesionalne novinare*, Centar za profesionalizaciju medija, Beograd, 2005.

² David Boeyink, and Sandra Borden, *Making Hard Choices in Journalism Ethics*, Routledge, New York, London, 2010.

³ Alvin Luis Dej, *Etika u medijima – primeri i kontraverze*, Medija centar, Beograd, 2004.

⁴ Stephen J. A. Ward, "Conclusion: The next step", in: Ward Stephen J. A. (ed.), *Ethics for the New Investigative Newsroom*, The Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin, Madison, 2011.

⁵ Richard Johannesen, "What should we teach about formal codes of communication ethics?", *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, Vol. 3, No. 1, pp. 59–64.

manje je radova koji se bave ovom oblašću u Srbiji. Samim tim, ovaj rad može znatno doprineti daljem proučavanju važnosti samoregulacije u medijskim kućama.

Cilj rada jeste da se utvrdi da li mediji u Srbiji razvijaju takva sopstvena pravila koja predstavljaju detaljnije smernice i preporuke od onih koje se propisuju nacionalnim novinarskim kodeksima, ali i zakonima koji se odnose na medijsko izveštavanje. Rezultati istraživanja u ovom radu, koje je obuhvatilo 49 različitih redakcija koje rade na srpskom tržištu, ukazuju da ne postoji raširena praksa postojanja internih kodeksa, ali i na to šta se sve dodatno reguliše tamo gde oni postoje. Na taj način daće se doprinos ne samo naučnoj literaturi na primeru jedne zemlje u kojoj se, prema zvaničnim podacima, masovno krši novinarski kodeks u medijima, već i doprinos unapređenju razvoja medijskih standarda u Srbiji.

PREGLED LITERATURE

Etički kodeksi predstavljaju pravila koja bi novinari trebalo da poštuju tokom svog rada, odnosno oni su „drugo ime za 'pravila igre' koja utvrđuje i koja je spremna da poštuje sama novinarska profesija, a ta pravila imaju smisla jedino ako su proizašla iz šireg društvenog konteksta koji karakteriše prihvatanje određenog sistema univerzalnih vrednosti”⁶. Ipak, pojedini teoretičari smatraju da „etika nije matematika”⁷, odnosno da u pojedinim segmentima „ne postoji ni jedinstveno samorazumevanje etičkog identiteta struke”⁸, jer se novinarstvo smatra „mekanom profesijom”⁹.

Profesionalna etika uglavnom se sastoji u proklamovanju zaštite osnovnih ljudskih prava, koja su već propisana i drugim dokumentima, kao što su pravo privatnosti, pretpostavka nevinosti, zaštita maloletnika. Većina novinarskih kodeksa bazira se i na načelima istinitosti izveštavanja, dužne novinarske pažnje, pravilu „druge strane”, ali i pravilima ponašanja zaposlenih u medijima, među kojima su sukob interesa i primanje poklona.

Teoretičar medija Luis Alvin Dej (Louis Alvin Day) u svojim radovima navodi da je pisani pravilnik jedini način da se izbegne prepuštanje moralnog

⁶ Stevan Nikšić i Ana Davičo, *Etika novinarstva – priručnik za profesionalne novinare*, nav. delo, str. 10–11.

⁷ David Boeyink, and Sandra Borden, *Making hard choices in journalism ethics*, Routledge, nav. delo, pp. 6.

⁸ Vladimir Vodinelić, „Novinarski kodeksi i pravo medija u Srbiji: nedovoljno samodefinisanje”, *Pravni zapisi*, vol. III, br. 1, str. 73–89.

⁹ Dejan Donev i Maja Vojinović, „O nespornom značaju etičkih kodeksa u novinarstvu”, *CM*, vol. XVII, br. 2, str. 273–286.

suda pojedinačnim tumačenjima i da bi etičke vrednosti trebalo formalizovati, odnosno da „kodeksi omogućavaju zaposlenima da u pisanoj formi vide šta se od njih očekuje”¹⁰.

Prvi novinarski kodeksi pojavljuju se početkom 20. veka i bili su fokusirani na univerzalne vrednosti novinarske profesije, odnosno nisu precizirali detaljnije smernice. *Povelja francuskih novinara* iz 1918. smatra se najstarijim kodeksom na svetu. U narednim godinama i druge zemlje pridružuju se ovom trendu, a rasprostranjeni širom sveta kodeksi postaju posle Drugog svetskog rata.

Osim kodeksa koje usvajaju novinarska i medijska udruženja, mnogi svetski ozbiljni mediji već dugi niz godina imaju i sopstvene, interne pravilnike ili uredničke smernice za zaposlene, koji razrađuju iskustva iz prakse i odredbe nacionalnih novinarskih kodeksa, međunarodnih propisa i nacionalnih zakona. Oni predstavljaju svojevrsne anekse ugovora o radu novinara i urednika, imajući u vidu da ih potpisuju prilikom zapošljavanja u određenim medijskim kućama. Među takvim medijima na globalnom nivou su AFP, Al Džazira, Nacionalni javni radio (SAD), AP, *Los Angeles tajms*, *Mond*, *Njujork tajms*, Rojters, Vašington post, BBC, *Gardijan*, i gotovo svi ih imaju javno objavljene na svojim veb-portalima.

Alvin Dej je pisao da su takvi kodeksi korisni za „približavanje novih članova etičkim vrednostima organizacije u koju su došli, a mogu se takođe upotrebiti i kao neutralni standardi na koje obe strane u etičkom sporu mogu da se pozivaju”¹¹. Interni kodeksi su, za razliku od nacionalnih, uglavnom obavezujući i nepridržavanje tih standarda može dovesti do određenih sankcija kao što su opomena ili otkaz. Naime, istraživači Suzan Fengler (Susanne Fengler), Tobijas Ebervejn (Tobias Eberwein), Julija Lonendonker (Julia Lönnendonker), i Laura Šnajder-Mombaur (Laura Schneider-Mombaur), proučavajući novinarsku etiku u 14 evropskih i arapskih država, zaključili su da ako medijske kuće imaju interne kodekse u kojima „jasno stave do znanja da kršenje pravila ima posledice po status novinara unutar redakcije, ti pomaci bi sigurno ostavili trag”¹².

Oni su ocenili da kodeksi redakcija imaju veći uticaj na novinarske kulture sa relativno slabom tradicijom novinarskog profesionalizma, što su u slučaju istočnoevropskih i arapskih zemalja objasnili „relativno mladom istorijom

¹⁰ Luis Alvin Dej, *Etika u medijima – primeri i kontroverze*, nav. delo, str. 67.

¹¹ Luis Alvin Dej, *Etika u medijima – primeri i kontroverze*, nav. delo, str. 68.

¹² Susanne Fengler, Tobias Eberwein, Julia Lönnendonker, and Laura Schneider-Mombaur, “Journalists, Journalism Ethics, and Media Accountability: A Comparative Survey of 14 European and Arab Countries”, in: Wendy N. Wyatt (ed.), *The Ethics of Journalism – individual, institutional and culture influences*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, London, 2014, pp. 85–106.

nezavisnog novinarstva i brzim razvojem medijskih sektora"¹³. S druge strane, zaključci su da novinari u zemljama koje imaju više iskustva sa slobodnom štampom pripisuju manji uticaj kodeksima.

Među prednostima internih kodeksa u odnosu na opštevažeće, u literaturi o medijskoj etici ističe se ušteda vremena. Kako su pisali Dejvid Boejink (David Boeyink) i Sandra Borden (Sandra Borden), nedoumice s kojima se novinari i redakcija prvi put suoče mogu da potroše sate i dane u pronalaženju rešenja, a „smernica koja proizađe iz toga može rešiti sledeći slučaj za nekoliko minuta"¹⁴.

Ričard Johansen (Richard L. Johannesen) još 1988. pisao je da su kodeksi nacionalnih udruženja korisni kao opšte smernice, ali da „nemaju praktičnost, detalje i sveobuhvatnost"¹⁵, dok smernice redakcija mogu edukovati nove ljude u profesiji ili poslu i „senzibilisati ih za etičke probleme specifične za njihovu oblast"¹⁶. Ono što je karakteristično za ovakav individualni sistem samoregulacije u redakcijama, kako ga nazivaju pojedini teoretičari, jeste i to što „ne dozvoljava značajnu debatu o potrebnim standardima"¹⁷ i ne postoji pravo na žalbe u slučaju odluke o sankcijama.

Analiza sadržaja 242 etička kodeksa u svetu pokazala je da se kodeksi medijskih kuća više bave dodatnim poslovima u poređenju sa kodeksima drugih organizacija. Generalno, ovi dokumenti nameću više ograničenja nego drugi kodeksi. Kako se dodaje u rezultatima ovog istraživanja koje su sprovedi Jehijel Limor (Yehiel Limor) i Itaj Himelbojm (Itai Himelboim), glavno objašnjenje za ovu pojavu leži u organizacionim potrebama redakcije, a najviše pažnje u takvim dokumentima posvećuje se političkim aktivnostima, pri čemu ih većina, odnosno 56 odsto analiziranih smernica, zabranjuje novinarima, dok ih ostatak dozvoljava pod određenim uslovima i s raznim ograničenjima¹⁸.

Značaj posebnih kodeksa medija posebno se ističe u današnje vreme, imajući u vidu izazove koje razvoj nove tehnologije stavlja pred medijske profesionalce i koji konstantno zahtevaju nove pravilnosti. Ipak, opšteprihvaćeni stav je da ne postoji potreba da se izmisle „potpuno novi i drugačiji etički

¹³ Isto.

¹⁴ David Boeyink, and Sandra Borden, *Making hard choices in journalism ethics*, nav. delo, p. 272.

¹⁵ Richard L. Johannesen, "What should we teach about formal codes of communication ethics?", nav. delo, pp. 59–64.

¹⁶ Isto.

¹⁷ Chris Forst, *Journalism, ethics and regulation*, Routledge, New York, USA, 2011, p. 214.

¹⁸ Yehiel Limor, and Itai Himelboim, "Journalism and Moonlighting: An International Comparison of 242 Codes of Ethics", *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, Vol. 21, No. 4, pp. 265–285.

kodeksi, nego da se koriste postojeći principi novinarstva u okruženju novih medija¹⁹. Naime, moralni i profesionalni standardi su „opštevažeći i ne menjanju se s vremenom²⁰, ali brzina, i lakša i šira dostupnost informacija mogu da imaju i negativne efekte, jer utiču na to da „redakcije objavljuju priče pre nego što ih adekvatno provere²¹. Odgovornost medija je, samim tim, u novonastalim okolnostima još veća, jer svi sadržaji ostaju zauvek arhivirani na internetu.

INTERNI KODEKSI U SRBIJI

Prva novinarska pravila na ovdašnjim prostorima propisuju se u smernicama Srpskog novinarskog društva, koje je osnovano 1881. godine. U njima piše da se „srpski novinari udružuju u nameri: da obezbriže i unaprede srpsku publicistiku putem i sredstvima koja nađu za najudesnija; da se uzajamno potpomažu u slučaju potrebe, i da zaštite ugled i interese publicistike²².

Prvi etički kodeks novinara na našim prostorima usvojen je tek 1965. godine²³. Od tada do danas je menjan više puta, a aktuelni i važeći Kodeks novinara Srbije usvojili su Udruženje novinara Srbije i Nezavisno udruženje novinara Srbije, kao etički standard profesionalnog postupanja novinara.

Kodeksi se često preklapaju sa zakonima i propisima, pa se u Srbiji brojne odredbe u zvaničnim dokumentima odnose i na izveštavanje medija. Osim krovnog Zakona o javnom informisanju i medijima, Ustav Republike Srbije, Zakonik o krivičnom postupku i Zakon o zaštiti podataka o ličnosti jamče poštovanje pravila privatnosti svake osobe, s naglaskom na zaštiti maloletnika, ali i pravilo pretpostavke nevinosti.

¹⁹ Stephen J. A. Ward, “Conclusion: The next step”, in: Stephen J. A. Ward (ed.), *Ethics for the new investigative newsroom*, The Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin, Madison, 2011, str. 22.

²⁰ Bojan Cvejić, *Kršenje etičkog kodeksa u dnevnoj štampi u Srbiji: analiza dnevnih listova Politika, Danas, Blic, Večernje novosti, Alo i Kurir u periodu od 10. do 16. oktobra 2011. godine*, master teza, Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, 2012, str. 19.

²¹ Stephen J. A. Ward, *Digital Media Ethics*, Center for Journalism Ethics, School of Journalism and Mass Communication, Madison. Dostupno preko: <http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> (pristupljeno 15. marta 2024).

²² Mihailo Bjelica, *Hronika Srpskog novinarskog udruženja 1881–1941*, Udruženje novinara Srbije i Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd, 1988, str. 18.

²³ Bojan Cvejić, *Kodeksi novinara u Srbiji od 1965. do 2025. godine*, Savet za štampu, Beograd, 2025, str. 4.

Istraživanje Saveta za štampu pokazuje da mediji u Srbiji masovno krše Kodeks novinara Srbije. Prema njihovim rezultatima²⁴, u periodu od 1. jula do 31. decembra 2023. u devet dnevnih listova s nacionalnom pokrivenošću zabeležen je ukupno 4.141 tekst u kome je prekršena bar jedna odredba Kodeksa. Najčešće se etički i profesionalni standardi krše u izveštavanju o domaćim političkim temama, krivičnim delima i estradnim temama, prvenstveno u delu izveštavanja u rijaliti programima. Veliki broj prekršaja odnosi se na nepoštovanje pravila privatnosti i pretpostavke nevinosti, odnosno kontinuirano se objavljuje ne nužno identitet, ali niz informacija koje identifikuju osumnjičene osobe o kojima se piše, kao što su fotografija kuće, imena rodbine ili najuže porodice, zanimanje, pozicija u sredini iz koje potiče i slično. Prethodna istraživanja²⁵ ukazuju da je rubrika „crna hronika” prostor u medijima koji je najčešće podložan kršenju Kodeksa.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godine kao jednu od mera za postizanje adekvatne zaštite profesionalne autonomije novinara i urednika u odnosu na unutrašnje pritiske predviđa „podršku stvaranju i implementaciji internih kodeksa novinarske prakse, a u skladu sa postojećim Kodeksom novinara Srbije, posebno u javnim medijskim servisima”²⁶.

Osim Kodeksa novinara Srbije, do sada je u Srbiji interni kodeks usvojila Asocijacija onlajn medija (AOM), 2017, i to kao dopunu nacionalnom kodeksu za novinare koji rade u onlajn medijima. Savet za štampu i interni kodeks AOM preporučili su i izradu internih pravila u okviru redakcija u vezi s etičkim dilemama koje su specifične za internet. Između ostalog, jedno od poglavlja kodeksa AOM-a su i preporuke u vezi s prenošenjem saopštenja nadležnih državnih organa, za koje se navodi da „zakonski dodatna provera nije neophodna, a za netačno prenošenje informacija u toj situaciji odgovara sam državni organ”²⁷, ali da je neophodno biti oprezan kod policijskih saopštenja, zbog obaveze poštovanja pretpostavke nevinosti i prava ličnosti privedenih.

²⁴ *Izveštaj o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama u periodu od 1. jula 2023. do 31. decembra 2023. godine*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2024/02/Izvestaj-monitoring-2023.pdf> (pristupljeno 1. marta 2024).

²⁵ Aleksandra Krstić i Ana Milojević, „Etički i profesionalni aspekti izveštavanja dnevne štampe u Srbiji”, u: Rade Veljanovski (ur.), *Indikatori profesionalnog/neprofesionalnog ponašanja novinara i medija – mogućnosti za poboljšanje stanja*, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2015, str. 11–37.

²⁶ „Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godine”, *Ministarstvo kulture*, Beograd, 2020, str. 51.

²⁷ „Kodeks Asocijacije onlajn medija – interni priručnik”, *AOM*, Niš, 2017.

Onlajn ispitivanje koje je Savet za štampu sproveo 2021. godine²⁸ na uzorku od 85 vlasnika, direktora i glavnih urednika televizija, dnevnih novina, periodične štampe, radija i onlajn medija, na koje je odgovorilo 28 medija, ukazuje da 52,2 odsto medija ima set principa ili sličan dokument u vezi s principima uređivačke politike, od kojih je svega 14 odsto takve interne dokumente javno objavilo.

Cilj istraživanja ovog rada jeste da nadogradi prethodna istraživanja kako bi se ne samo uvidelo koliko se situacija promenila već i koje su to specifičnosti u novinarskom poslu koje se dodatno regulišu internim pravilnicima u redakcijama u Srbiji.

METODOLOŠKI OKVIR

Predmet i cilj ovog rada jeste utvrđivanje koliko medija u Srbiji ima interna pisana pravila i šta se u njima navodi, odnosno po čemu se razlikuju u odnosu na Kodeks novinara Srbije. Anketnim ispitivanjem sprovedenim u martu 2024. obuhvaćeno je 49 medija različitih profila. Pitanje da li imaju sopstvene kodekse i interne uredničke smernice i da li su javno dostupne upućeno je redakcijama 15 dnevnoinformativnih portala sa najvećim brojem korisnika prema listi Gemiusa²⁹ za februar 2024. godine – *Blic*, *Kurir*, *Nova.rs*, *Telegraf*, *Mondo*, *Espresso*, *Alo*, *Večernje novosti*, *24sedam*, *B92*, *N1*, *Danas*, *Republika*, *Srbijadanas* i *Informer*. Uzorkom su obuhvaćena i dva javna medijska servisa, Radio televizija Srbije i Radio televizija Vojvodine, kao i pet nedeljnika – *NIN*, *Vreme*, *Novi magazin*, *Nedeljnik* i *Pečat*. Među 49 odabranih glasila su i istraživački centri CINS, KRIK, BIRN i *Pištaljka*, deset lokalnih medija – *Magločistač*, *021*, *Južne vesti*, *Glas Šumadije*, *Radio Sto plus*, *Podrinjske*, *Ozon Pres*, *Bujanovačke*, *Glas Zaječara* i *IN media*, deset međunarodnih medija koji imaju svoja izdanja na srpskom jeziku – *BBC*, *Forbes*, *Bloomberg*, *Al Džazira Balkans*, *Radio Slobodna Evropa*, *Dojče vele*, *Glas Amerike*, *Sputnjik*, *Russia Today* i *Euronews*, ali i tri novinske agencije – *Tanjug*, *Beta* i *Fonet*.

Za potrebe ovog rada na pitanje da li imaju sopstvene uredničke smernice i da omoguće uvid u njihov sadržaj, odgovorilo je 27 od 49 pomenutih medija. Kvantitativnom metodom odrediće se broj medija koji poseduje interne smernice, dok će analizom sadržaja biti obuhvaćeni tekstovi 15 dostupnih i prikupljenih redakcijskih kodeksa. U okviru rezultata istraživanja biće predstavljene specifičnosti, odnosno ukazaće se na to koji mediji imaju dodatna

²⁸ *Da li su mediji spremni za interne etičke kodekse?*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2022/01/najnovije.pdf> (pristupljeno 20. marta 2024).

²⁹ *Rankings*, Gemius. Dostupno preko: <https://e.gemius.com/rs/rankings/12730> (pristupljeno 2. marta 2024).

pravila osim onih koja već postoje u Kodeksu novinara Srbije, i šta ona sve dodatno regulišu.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Dnevnoinformativni portali

Od 15 najposećenijih dnevnoinformativnih portala u Srbiji, prema podacima Gemiusa za februar 2024. godine, na ispitivanje za potrebe ovog rada odgovorilo je pet redakcija. U *Alo* i *Večernjim novostima* tvrde da nemaju nikakve interne uređivačke smernice, dok na portalima N1 i *Danas*, koji su u vlasništvu United media, imaju, ali su naglasili da dokumenti predstavljaju „poslovnu tajnu” i da ih potpisuju svi zaposleni.

Slično je i u *Kuriru*, u kojem su naveli da u kompaniji Wireless Media Group, u okviru koje posluju, postoje Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije, u kojima su bliže razrađene neke situacije i dileme s kojima se zaposleni suočavaju u svakodnevnom radu. Smernice su, kako tvrde, bazirane isključivo na Kodeksu novinara Srbije i praktično su njegovo razjašnjenje i tumačenje, kako bi urednici i novinari bolje razumeli praksu.

Iako iz *Blica* kao najposećenijeg sajta u Srbiji, nisu odgovorili, na sajtu švajcarske medijske kuće Ringier, u okviru koje posluju ovaj portal i istoimene dnevne novine, objavljen je interni kodeks od 16 strana. To je ujedno i jedini interni pravilnik dnevnih novina iz Srbije koji je javno dostupan, ali u njemu nema značajnih iskoraka u odnosu na univerzalne vrednosti novinarske profesije. U ovim smernicama, usvojenim 2020. godine, većina odredbi se poklapa s Kodeksom novinara Srbije, te se tako osvrće i na pravila primanja poklona, ali i sukoba interesa novinara.

Bez obzira na to što imaju posebne uredničke standarde, *Blic* i *Kurir* beleže veliki broj prekršaja Kodeksa novinara Srbije samo u svojim štampanim izdanjima. Prema monitoringu Saveta za štampu³⁰, *Kurir* je za šest meseci u 2023. prekršio Kodeks u 448 tekstova, a *Blic* u 229. Kada je reč o ostalim novinama čiji su portali među 15 najčitanijih u Srbiji i koji su obuhvaćeni uzorkom ovog istraživanja, *Nova* u istom periodu nije ispoštovala nacionalni kodeks u 62 teksta, *Danas* u 15, *Alo* u 1.065, *Večernje novosti* u 430, *Informer* u 791, a *Srpski telegraf*, čiji je portal *Republika.rs*, u 980 tekstova.

³⁰ *Izveštaj o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama u periodu od 1. jula 2023. do 31. decembra 2023. godine*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2024/02/Izvestaj-monitoring-2023.pdf> (pristupljeno 1. marta 2024).

Javni medijski servisi

Radio televizija Srbije (RTS) i Radio televizija Vojvodine (RTV), kao dva javna medijska servisa, nemaju dokumente o etičkim principima izveštavanja, pokazalo je istraživanje Saveta za štampu iz 2021. godine. To je potvrdio RTS odgovarajući na pitanje za potrebe ovog istraživanja, dok iz RTV nije stigao zvaničan odgovor. Za razliku od Srbije, javni servisi u regionu – u Sloveniji, Hrvatskoj, Crnoj Gori i Severnoj Makedoniji, imaju svoje dokumente kojima uređuju uredničke standarde.

Nacrt takvog dokumenta na RTS je nastao pre nekoliko godina, dodaju u ovoj javnoj medijskoj ustanovi, ali do sada nije usvojen. Na sajtu RTS u okviru dokumenata koje je usvojio Upravni odbor te kuće³¹ objavljen je *Etički kodeks* iz 2022. godine, koji reguliše pravila ponašanja zaposlenih, a koja se, između ostalog, tiču poverljivosti informacija, sukoba interesa, radne obaveze i javnih nastupa. U okviru odeljka naslovljenog „Profesionalni standardi i etička načela” ističe se i da su zaposleni u svom radu, nastupima u javnosti i na društvenim mrežama „obavezni da čuvaju kulturu javne reči, nivo komunikacije i da vode računa o dostojanstvu i integritetu osoba koje se spominju”³².

I RTV, prema navodima Saveta za štampu, ima kodeks ponašanja zaposlenih, ali ne i uređivačke smernice. Međutim, „sporazum opozicije i vlasti iz 2021. predviđa usvajanje samoregulacije na oba javna medijska servisa, uz puno poštovanje postojećeg okvira kako bi se obezbedilo da svi politički akteri dobiju adekvatan prostor u udarnom terminu na tim televizijama”³³.

Nedeljnici

Nedeljnici *Vreme* i *NIN* nemaju svoja interna pravila za urednike i novinare, dok za listove *Nedeljnik* i *Pečat* nije poznat taj podatak. Jedine od pet nedeljnih novina koje su obuhvaćene predmetom ovog istraživanja, a koje imaju interni dokument, jeste Novi magazin.

Sopstvena pravila ovaj magazin ima u formi aneksa ugovora o radu, a reč je o usvojenom šablonu Nezavisnog udruženja novinara Srbije iz 2013. U dokumentu se ističe da se ovim aneksom „definišu, kako profesionalna prava, tako i profesionalne obaveze i odgovornosti ugovornih strana, a sve u cilju

³¹ *Dokumenti Upravnog odbora*, RTS. Dostupno preko: <https://www.rts.rs/lat/rts/javni-servis/pravni-akti/1395700/dokumenta-upravnog-odbora.html> (pristupljeno 22. novembra 2024).

³² *Etički kodeks*, Upravni odbor Radio televizije Srbije, Beograd, 2022.

³³ *Da li su mediji spremni za interne etičke kodekse*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2022/01/najnovije.pdf> (pristupljeno 20. marta 2024).

unapređenja novinarske profesije, podsticanja nezavisnosti medija, slobode mišljenja, govora i izražavanja uz punu podršku i očuvanje prava zagarantovanih licima i organizacijama na koje se informacije objavljene u javnim glasilima odnose³⁴.

U njima se naglašavaju opšte vrednosti novinarstva, kao što su zabrana diskriminacije, govora mržnje, zaštita ljudskih prava, poštovanje pretpostavke nevinosti, autorska prava, ali bez većih iskoraka u odnosu na nacionalni kodeks. U aneksima se navodi i da zaposlenima ne može prestati radni odnos, umanjiti zarada niti se mogu prebaciti na niža radna mesta zbog odbijanja zadatka kojim bi kršili pravna i etička pravila novinarske profesije, koji protivreči uređivačkoj koncepciji javnog glasila, ili koji, po njihovoj proceni, ima političku ili ideološku pozadinu.

Dodaje se i da ukoliko su intervencije na sadržaj takve da menjaju činjenice ili kontekst, urednici moraju dobiti saglasnost autora, koji, s druge strane, ima pravo da zahteva da ne bude potpisan ispod sadržaja ako se ne slaže sa intervencijama ili u slučaju kada je ugrožena njegova lična bezbednost.

Istraživački centri

U Srbiji trenutno radi nekoliko istraživačkih novinarskih centara koji imaju svoje portale, a jedini koji nema interna pravila, već kažu da se oslanjanju isključivo na važeći Kodeks novinara Srbije, jeste *Pištaljka*.

Centar za istraživačko novinarstvo Srbije (CINS) uredničke smernice, među retkima, drži javno dostupne na sajtu. Smernice, kako se navodi, jesu pravila i principi koji nisu sadržani u Kodeksu ili nisu dovoljno precizni da uredi situacije u novinarskoj praksi, dok su pojedine odredbe Kodeksa ponovljene zbog njihove važnosti. U njihovom dokumentu se ističe da redakcija svojim izvorima garantuje anonimnost, ali da je anonimnost izvora u radu moguća samo kao „izuzetak i posledica izvanrednih okolnosti i dozvoljena kada nema drugih mogućnosti da građani saznaju važne činjenice³⁵.”

Ono što je karakteristično za smernice ovog istraživačkog centra jeste pravilo da će u njihovim pričama biti naveden svaki razlog za moguću pristrasnost izvora, da CINS ne plaća izvorima intervjuje ili dokaze, kao i da ako se njihovim novinarima ne dozvoljava normalan rad na terenu, o tome mora da bude obaveštena publika.

Balkanska istraživačka mreža ima dva interna dokumenta – *Urednički standardi* i *Etički kodeks*. U prvom se regulišu uredničke vrednosti, standardi i praksa novinarstva, zakoni o medijima i pravna pitanja, autorska prava. Ovaj

³⁴ „Aneksi ugovora o radu”, *NUNS*, Beograd, 2013.

³⁵ Uređivačke smernice, *CINS*. Dostupno preko: <https://www.cins.rs/wp-content/uploads/2021/11/Uredjivacke-smernice-CINS.pdf> (pristupljeno 13. marta 2024).

dokument razjašnjava i načela tačnosti, provere činjenica, uredničku ravnotežu i neutralnost, pravo odgovora, ispravke, intervjuisanje sagovornika, upotrebu fotografija, izveštavanje o izborima, objavljivanje komentara, ali i čuvanje beleški.

BIRN ima pravilo da od novinara traži da čuvaju sve beleške najmanje tri godine, što uključuje notese, snimke, dokumente i druge informacije. „Novinari treba da se pobrinu da su sve beleške označene datumima; notesi treba, na koricama, da imaju ime novinara i datume od kada do kada je notes korišćen. Novinari moraju napisati datum na početku stranice na kojoj započinju beleške za svaki novi radni dan.”³⁶

S druge strane, *Etički kodeks* ovog medija oslanja se na osnovna prava i obaveze zaposlenih, kao i na univerzalne vrednosti novinarske profesije, a predviđa disciplinske mere u slučaju nepoštovanja.

Mreža za istraživanje kriminala i korupcije (KRIK), kako kažu, ima Poslovnik o radu u kome su do detalja opisana prava i obaveze poslodavca i svih ljudi koji su angažovani. Osim toga, navode da imaju više dokumenata koji se tiču različitih procedura, ali da su to interna dokumenta, ne i javna.

Lokalni mediji

Od deset ispitanih lokalnih medija, redakcije portala *Magločistač*, *Podrinjske* i *Glas Zaječara* odgovorile su da nemaju interne propise, za razliku od *Glasa Šumadije*, *Radija Sto plus*, *Bujanovačkih*, *IN medije* i *021*.

U redakciji novosadskog medija 021 odgovorili su da imaju pravilnik o ponašanju i poslovnoj etici, a odvojeni dokument koji se tiče pisanja i uređivanja sajta, koje su zaposleni potpisali kao saglasni. Ti dokumenti, međutim, nemaju status javnih dokumenata. Ipak, kako objašnjavaju predstavnici redakcije, pravilnikom se definišu osnovni principi poslovne etike, kao što su zalaganje za poštovanje ljudskih i građanskih prava, rešavanje problema kroz dijalog, uvažavanje i poštovanje različitosti, uspostavljanje civilizovanih standarda ponašanja i ophođenja na radnom mestu.

Njihov kodeks reguliše donekle i aktivnosti novinara na društvenim mrežama, odnosno iznošenje sopstvenih stavova na njihovim ličnim profilima. Navode da su vodili računa o tome da se mišljenje zaposlenih ne suzbija, ali da je istaknuto da oni u očima javnosti predstavljaju *021* i da zbog toga njihova aktivnost ne bi smela da kompromituje uticaj i poverenje koje uživa medij.

Glas Šumadije iz Kragujevca nema opšti kodeks, već dva konkretna priručnika. Prvi je *Priručnik za novinare za praćenje izbora* iz 2022. godine, koji se fokusira na tri osnovna načela. Propisuje se da novinar mora da posveti jednaku i uravnoteženu pažnju svim strankama i kandidatima, da ne sme dozvoliti da

³⁶ “Editorial Policy and Guidelines”, *BIRN*, Beograd.

se njegovo mišljenje direktno ili indirektno pojavljuje u izveštavanju ili ponašanju i da mora biti objektivan. „Potpuna objektivnost možda nije moguća, ali on mora da vodi računa da bude tačan i pošten”³⁷, ističe se u priručniku.

Drugi priručnik odnosi se na smernice zaposlenima kako da prepoznaju lažne vesti i informacije, a koji je nazvan *Uloga i odgovornost lokalnih medija u borbi protiv netačnih informacija i lažnih vesti*. U dokumentu se ističe da „pre nego što poverujete, razmislite da li imate odgovore na sva pitanja”³⁸, među kojima su navedena – ko je izvor vesti i da li je pouzdan, šta je u pozadini vesti i koji je kontekst, gde proveriti informacije, da li vest ide nekome u korist, kako je plasirana...

Radio Sto plus iz Novog Pazara pridržava se internog etičkog kodeksa iz 2013. godine, a koji se u najvećoj meri oslanja na Kodeks novinara Srbije, te se i navodi da je dužnost novinara „da slede profesionalne i etičke principe sadržane u Kodeksu i da se suprotstave pritiscima da te principe prekrše”³⁹.

Portali *Bujanovačke* iz Bujanovca i *IN media* iz Indije imaju identičan sadržaj teksta internih kodeksa. Usvojili su ih 2023. i osim oslanjanja na opšta načela etičnosti i novinarstva, pažnja je najviše usmerena na rodnu ravnopravnost i zabranu stereotipa i diskriminacije:

„Eliminisanje rodni stereotipa je od velikog značaja za postizanje ravnopravnosti između žena i muškaraca i zato je važno unutar organizacije podsticati eliminaciju stereotipa i prepreka na kojima se temelje nejednakosti u pogledu statusa žena i nejednako vrednovanje uloge žena i muškaraca u društvu.”⁴⁰

Međunarodni mediji na srpskom

Značajan broj svetskih medija koji emituju sadržaj u više zemalja i na više jezika radi i u Srbiji. Među njima su ruski mediji *Sputnjik* i *Russia Today*, koji se nisu odazvali ispitivanju za ovaj rad, kao i *Forbes* i *Radio Slobodna Evropa* koji, međutim, imaju javno objavljene interne kodekse na svojim matičnim sajtovima.

Radio Slobodna Evropa (RSE) ima dokument koji je ažuriran 2023. godine. Osim generalnih pravilnosti, specifično je za ovu medijsku kuću što reguliše i prvoaprilске šale, te navode u smernicama da „RSE ne stvara lažne priče

³⁷ „Priručnik za novinare – praćenje izbora”, *Glas Šumadije*, Kragujevac, 2023.

³⁸ „Uloga i odgovornost lokalnih medija u borbi protiv netačnih informacija i lažnih vesti”, *Glas Šumadije*, Kragujevac, 2023.

³⁹ „Kodeks novinara”, *Radio Sto plus*, Novi Pazar, 2013.

⁴⁰ „Etički kod profesionalnog ponašanja”, *Bujanovačke*, Bujanovac, 2023.

koje bi se koristile kao prvoaprilске šale. Takođe, ne emitujemo lažne priče koje stvaraju drugi mediji kao prvoaprilске šale.”⁴¹

Karakteristično za ovaj medij je i to što internim propisima regulišu i „slike smrti”, za koje shvataju da su „sastavni deo prenošenja činjenica i emocija neke vesti”. Kako bi zaštitili dostojanstvo i privatnost žrtava i njihovih porodica, ali i osetljivost publike, pridržavaju se konkretnih smernica:

- „Možemo pokazati leševe. Međutim, ako se lica lako prepoznaju, maskiraćemo ih ili zamagliti dovoljno da prikriju crte.
- Nećemo prikazivati krupne planove lica mrtve osobe.
- Nećemo prikazati trenutak smrti.
- Nećemo prikazivati jezive slike tela i delova tela.”⁴²

Za razliku od Kodeksa novinara Srbije, koji izričito zabranjuje otkrivanje identiteta osumnjičenih čak i kada to saopšte nadležni organi, u RSE se ističe da se oni mogu imenovati i prikazati njihove fotografije ako policija ili sud to zvanično saopšte.

RSE u ovom dokumentu navodi i da ne izveštavaju o samoubistvima osim ako osoba nije javna ličnost, vest ima uticaj na javnost ili je samoubistvo deo obrasca ponašanja kao odgovor na društvene ili ekonomske pritiske.

RSE je jedan od retkih medija koji je dosad u kodeks uvrstio i upotrebu alata veštačke inteligencije. Napominje se da ne koriste veštačku inteligenciju za pisanje bilo koje vrste sadržaja koji se objavljuju, uključujući sve forme tekstualnog sadržaja, naslove, društvene mreže, fotografije, video-sadržaje. „Koristimo veštačku inteligenciju samo za istraživanje, razmišljanje, pronalaženje inspiracije ili za pojednostavljenje planiranje zadataka.”⁴³

Interne smernice *Forbsa*⁴⁴ koje su javno objavljene odnose se na opšte principe kao što su nezavisnost i integritet, pošteno i etičko novinarstvo, sloboda od pristrasnosti i sukoba interesa, činjenično i autoritativno izveštavanje i analiza i raznovrsni glasovi. Dodaje se i da poštuju etički kodeks Društva profesionalnih novinara, a posebno se naglašava kao uputstvo novinarima da se u svakoj priči navede kontekst.

⁴¹ *Standards of Ethical Journalism*, RFE/RL. Dostupno preko: <https://about.rferl.org/wp-content/uploads/2024/01/Editorial-Standards-EN.pdf> (pristupljeno 10. marta 2024).

⁴² Isto.

⁴³ Isto.

⁴⁴ *Forbes Editorial Values and Standards*, Forbes. Dostupno preko: <https://www.forbes.com/sites/forbesstaff/article/forbes-editorial-values-and-standards/?sh=3f0983ec33ea> (pristupljeno 12. marta 2024).

Javno objavljene smernice⁴⁵ postoje i na matičnom sajtu BBC, kojih se pridržava i BBC na srpskom. Oni imaju više internih dokumenata, kao što su *Uredničke smernice o nepristrasnosti*, *BBC urednički standardi* i *Smernice za uklanjanje sadržaja sa onlajn platforme*. Većina se oslanja na univerzalne vrednosti kao što su izveštavanje u javnom interesu, pošteno i tačno izveštavanje, zaštita ranjivih grupa, poštovanje privatnosti ljudi.

„Uredničke standarde” čini 18 sekcija – preciznost, nepristrasnost, šteta i uvreda, pravednost prema saradnicima, privatnost, izveštavanje o kriminalu i antidruštvenom ponašanju, deca i mladi kao saradnici, politika, javne politike i javno mnjenje, rat, terorizam i vanredni događaji, religiozni sadržaj, nezavisnost od spoljnih interesa, sukob interesa, spoljni odnosi i finansiranje i zakoni.

I *Al Džazira* ima svojih deset opštevažećih pravilnosti kojih se pridržavaju zaposleni u svim delovima sveta gde deluju kao mediji, a koji su javno objavljeni. Od tih deset smernica većina predstavlja univerzalne vrednosti koje se ponavljaju u drugim kodeksima, ali ima i onih konkretnijih. Jedna od njih fokusirana je na pozdravljanje medijske konkurencije, koja ne bi smela negativno da utiče na njihove standarde, dok se druga odnosi na greške, i zaposleni se pozivaju da ih priznaju kada se dogode, odmah ih isprave i osiguraju da se ne ponove.

Interni kodeks *Dojče velea* (DW) bazira se takođe na osnovnim načelima medijske etičnosti i profesionalnosti. Što se sankcija za nepridržavanje pravila tiče, oni preciziraju da one podrazumevaju najpre razgovor sa zaposlenim, potom određene mere, a u krajnjem slučaju pominje se i vanredni raskid ugovora o radu.⁴⁶

Glas Amerike je ažurirao svoje smernice 2022. i, osim podrazumevajućih načela, ovaj medij dodatno reguliše i izveštavanje o terorizmu, kriminalu, masovnim pucnjavama, osumnjičenima, samoubistvima... Poseban odeljak odnosi se na izveštavanje o ratovima, u kome se ističe da nijednu stranu u sukobu ne treba nazivati „neprijateljem”, a jedini izuzetak je prilikom citiranja nekoga. Kada se izveštava o protestima, u Glasu Amerike zabranjeno je koristiti termin „pobuna”, osim ukoliko se to ne pripisuje nekome.

U njihovom kodeksu iznose se i preporuke za ponašanje zaposlenih na društvenim mrežama, u kojima se navodi da sve što se objavi na mreži može ili će postati javno u nekom trenutku: „Možete biti novinar, ili možete biti advokat – ali nikada oboje. Tehnologija se radikalno promenila u poslednjih 20 godina, ali osnovni principi novinarstva nisu. Ako ste novinar, nikada ne

⁴⁵ *Learn how the BBC is working to strenghten trust and transparency in online news*, BBC. Dostupno preko: <https://www.bbc.com/news/help-41670342> (pristupljeno 12. marta 2024).

⁴⁶ „Code of Conduct”, DW, Bonn.

bi trebalo da objavljujete na internetu ništa što bi navelo ljude da poveruju da podržavate bilo koju politiku, političku partiju ili ideologiju.”⁴⁷

U *Bloomberg Adria* takođe kažu da se vode kodeksom matične kuće *Bloomberg*, ali da dokument nije javno dostupan, dok u *Euronewsu* kažu da nemaju interna pravila.

Novinske agencije

Nije poznato da li novinske agencije Tanjug i Fonet imaju sopstvena pravila rada, ali zato agencija Beta ima priručnik usaglašen 2023. godine. Na početku se navodi da je osnovni zadatak novinske agencije da „brzo, tačno i nepristrasno prikupi i stavi svojim korisnicima na raspolaganje sve relevantne i značajne informacije u toku jednog dana sa područja koje pokriva”⁴⁸. Posebno se naglašava da agencija treba da obezbedi kompletnu informaciju o nekom događaju, ali ne i komentar toga.

„Da bi nešto uopšte postalo vest, mora da zadovolji principe kao što su važnost, aktuelnost i javni interes (tema mora da bude poznata i zanimljiva potencijalnim korisnicima) i/ili neobičnost (čak i ako je tema nepoznata, biće zanimljiva pošto je neobična)”, navodi se u priručniku Bete.

Zaposlenima se dodaje i da svaka vest mora da sadrži izvor ili se u suptnom ne sme emitovati. Takođe, izričito se zabranjuje da tekst bude organizovan hronološki, već da najvažnije činjenice moraju biti na početku, a manje važne i dodatna objašnjenja u ostatku vesti. „To omogućava korisnicima da mogu, prema potrebi, skraćivati tekst, a da ipak ostane u potpunosti razumljiv.”⁴⁹

U Betinom dokumentu su propisana i pojedina tehnička uputstva, napomene o stilu i pravopisu i naslovima.

DISKUSIJA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja pokazali su da veliki broj medija u Srbiji nema praksu da donosi i usvaja interne uredničke smernice, čime su potvrđena prethodna istraživanja o ovoj temi. Međutim, nalazi ovog rada ukazuju da većina domaćih medija sopstvene kodekse drže nedostupnim za javnost, odnosno čitaoce, za razliku od velikih svetskih medija. Ukupno 21 medij koji funkcioniše na srpskom medijskom tržištu ima sopstvena pravila izveštavanja, od kojih ih je

⁴⁷ “News Standards & Best Practices”, *Voice of America*, Washington, 2022.

⁴⁸ „Priručnik novinske agencije Beta”, *Beta*, Beograd, 2023.

⁴⁹ Isto.

devet javno i objavilo, dok deset njih nema slične dokumente i pozivaju se isključivo na poštovanje Kodeksa novinara Srbije.

Interna pravila češća su među inostranim medijima koji posluju i izveštavaju na srpskom tržištu, kao što su BBC na srpskom, *Forbes*, *Al Džazira Balkans*, Radio Slobodna Evropa, *Dojče vele*, Glas Amerike, ali ovakvu vrstu dokumentata imaju i *Blic*, *Novi magazin*, CINS, BIRN, *Glas Šumadije*, *Radio sto plus*, *Bujanovačke*, *IN media* i agencija Beta. Mediji koji uredničke smernice drže tajnim jesu *Kurir*, *Danas*, N1, KRIK, *021* i *Bloomberg*.

Da se vode samo nacionalnim kodeksom i zakonima, ali da nemaju sopstvena pisana pravila, odgovorili su mediji RTS, *Alo*, *Večernje novosti*, *NIN*, *Vreme*, *Pištaljka*, *Magločistač*, *Podrinjske*, *Glas Zaječara* i *Euronews*. Istraživanju za potrebe ovog rada nije se odazvalo 18 medija, niti je bilo moguće doći do informacija o postojanju internih uredničkih smernica, te nemamo podatke za *Telegraf*, *Novu*, *Mondo*, *Espresso*, *24sedam*, *B92*, *Republiku*, *Srbijadanas*, *Informer*, RTV, *Nedeljnik*, *Pečat*, *Južne vesti*, *Ozon Pres*, *Sputnjik*, *Russia Today*, *Tanjug* i *Fonet*.

Procentualno, interne kodekse najviše imaju istraživački novinarski centri, potom međunarodni mediji koji imaju svoje medije na srpskom jeziku i lokalni mediji, dok je najmanji procenat sopstvenih pravila, barem prema raspoloživim podacima, među najposećenijim dnevnoinformativnim portalima u Srbiji.

Većina dostupnih internih kodeksa oslanja se na univerzalne vrednosti novinarstva i etike u medijima, odnosno na Kodeks novinara Srbije i resorne zakone. Međutim, pojedini mediji regulišu posebnim dokumentima i situacije koje nisu propisane drugim zvaničnim ili nezvaničnim propisima. Međutim, rezultati istraživanja ovog rada nisu mogli biti sistematizovani u odnosu na specifičnosti sadržaja njihovih internih kodeksa, jer osim opštih vrednosti, ne postoji mnogo iskoraka koji su zajednički u više redakcijskih dokumenata.

Neka glasila uređuju pitanja objavljivanja komentara na svojim portalima, pojedini, kao što su RTS, *021* i Glas Amerike, pravila ponašanja zaposlenih na ličnim nalozima na društvenim mrežama, dok BIRN ima preporuke o načinima predstavljanja u telefonskim razgovorima sa sagovornicima, ali i načinima čuvanja beleški u različitim formama.

Mediji koju deluju u više država karakteristični su i po pravilima u vezi sa izveštavanjem o terorizmu, ratovima, protestima, izbornom procesu... Po specifičnostima se ističe interni dokument Radija Slobodna Evropa, koji zabranjuje sadržaje koji bi predstavljali prvoaprilске šale, uređuje pravila za upotrebu fotografija mrtvih, ali se jedini bavi i korišćenjem veštačke inteligencije u kreiranju medijskog sadržaja, odnosno izričito ih zabranjuje.

ZAKLJUČAK

Nove tehnologije i promjenjene navike publike u 21. veku dovode medije u situaciju da pod pritiskom brzine kao jednog od glavnih postulata modernog novinarstva često u praksi zaborave na profesionalne i etičke standarde koji su propisani brojnim dokumentima. Etički kodeksi novinara nisu povezani sa samim počecima novinarstva, već su se na osnovu iskustva i prakse usvajali dosta kasnije, početkom 20. veka, da bi se s vremenom do danas konstantno dopunjavali u skladu s novim izazovima i tendencijama u novinarstvu, ali i na osnovu određenih negativnih posledica koje su bile uočene zbog medijskog izveštavanja. Etika u novinarstvu može se smatrati po mnogim pitanjima fleksibilnom i podložnom različitim tumačenjima, zato nacionalni novinarski kodeksi propisuju univerzalne i opštevažeće vrednosti kojih se urednici i novinari moraju pridržavati u svakodnevnom radu.

U skladu sa tim, mnogi svetski ozbiljni mediji usvojili su još davno sopstvene kodekse koji važe za njihove zaposlene, a koji se oslanjaju i detaljnije preciziraju odredbe opštevažećih kodeksa. Takođe, takvi interni dokumenti s vremenom se proširuju kako se trendovi i konzumacija medijskog sadržaja menjaju. Teoretičari medija ocenjuju da ovi interni dokumenti imaju više efekata jer su svi zaposleni obavezni da ih poštuju, za razliku od nacionalnih kodeksa, ili u suprotnom snose sankcije. Međutim, ne postoje precizni podaci o tome da li je uočena pravilnost na osnovu toga da li je neki mediji profesionalniji u svom radu ukoliko ima sopstvena pravila od onih koji ih nemaju.

U Srbiji je na snazi Kodeks novinara Srbije, oko kojeg su se usaglasila dva najveća novinarska udruženja – Udruženje novinara Srbije i Nezavisno udruženje novinara Srbije. Asocijacija onlajn medija, oslanjajući se na taj dokument, izradila je konkretnije smernice za poštovanje Kodeksa u onlajn medijima, koji se suočavaju sa mnogo većim brojem profesionalnih izazova od tradicionalnih medija.

Ipak, istraživanja poslednjih godina ukazuju na to da veliki broj medija u Srbiji svakodnevno i masovno krši etičke i profesionalne standarde novinarstva, koji su propisani ne samo nacionalnim kodeksom već i Ustavom Srbije, zakonima i brojnim međunarodnim dokumentima. Imajući u vidu veliki uticaj koji mediji imaju u modernom društvu, veći nego ranije s obzirom na masovnu dostupnost informacija i sadržaja, javlja se sve veća potreba i za postojanjem internih pravila i uredničkih smernica u medijskim redakcijama, kako bi se regulisalo izveštavanje novinara i izbegle greške koje su se javljale u prethodnoj praksi.

Mediji u Srbiji, sudeći prema rezultatima istraživanja u ovom radu, ne prepoznaju u dovoljnoj meri važnost usvajanja uredničkih smernica i njihove transparentnosti prema publici. Nedostupnost takvih dokumenata, proglašavajući ih u nekim redakcijama za poslovnu tajnu, kao i nespremnost medija za saradnju, predstavljaju veliko ograničenje za medijska istraživanja poput ovog.

Većina medija u Srbiji koji imaju interne kodekse ili su barem odgovorili da ih imaju, izuzev *Blica* i *Kurira*, u odnosu na rezultate ranijih istraživanja imaju najmanje prekršaja Kodeksa novinara Srbije. Imajući vidu podatke Saveta za štampu, ipak, ne može se izvući zaključak da mediji koji poseduju sopstvene uredničke smernice i interne kodekse po pravilu više poštuju etičke i profesionalne standarde novinarstva od onih koji nisu razvili svoja pravila. Svakako je preporuka zvanične Medijske strategije u Srbiji, Saveta za štampu i Asocijacije onlajn medija da bi svaka redakcija trebalo da ima sopstvene uredničke smernice za izveštavanje.

BIBLIOGRAFIJA

- [1] "Code of Conduct", *DW*, Bonn.
- [2] "News Standards & Best Practices", *Voice of America*, Washington, 2022.
- [3] „Aneksi ugovora o radu”, *NUNS*, Beograd, 2013.
- [4] "Editorial Policy and Guidelines", *BIRN*, Beograd.
- [5] „Etički kod profesionalnog ponašanja”, *Bujanovačke*, Bujanovac, 2023.
- [6] „Etički kodeks”, *Upravni odbor Radio televizije Srbije*, Beograd, 2022.
- [7] „Kodeks Asocijacije onlajn medija – interni priručnik”, *AOM*, Niš, 2017.
- [8] „Kodeks novinara Jugoslavije”, *dokument / fizička arhiva Udruženja novinara Srbije*, Beograd, 1988.
- [9] „Kodeks novinara”, *Radio Sto plus*, Novi Pazar, 2013.
- [10] „Priručnik novinske agencije Beta”, *Beta*, Beograd, 2023.
- [11] „Priručnik za novinare – praćenje izbora”, *Glas Šumadije*, Kragujevac, 2023.
- [12] „Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020–2025. godine”, *Ministarstvo kulture*, Beograd, 2020.
- [13] „Uloga i odgovornost lokalnih medija u borbi protiv netačnih informacija i lažnih vesti”, *Glas Šumadije*, Kragujevac, 2023.
- [13] Boeyink David, and Borden Sandra, *Making Hard Choices in Journalism Ethics*, Routledge, New York, London, 2010.
- [15] *Code of Conduct*, Ringier, Zurich, 2020. Dostupno preko: https://www.ringier.com/wp-content/uploads/2022/12/Ringier_Code-of-Conduct-2020_v04_EN.pdf (pristupljeno 15. marta 2024).
- [16] *Code of Ethics*, Al Jazeera. Dostupno preko: <https://www.aljazeera.com/code-of-ethics/> (pristupljeno 13. marta 2024).
- [17] Cvejić Bojan, *Kodeksi novinara u Srbiji od 1965. do 2025. godine*, Savet za štampu, Beograd, 2025.

- [18] Cvejić Bojan, *Kršenje etičkog kodeksa u dnevnoj štampi u Srbiji: analiza dnevnih listova* Politika, Danas, Blic, Večernje novosti, Alo i Kurir u periodu od 10. do 16. oktobra 2011. godine, master teza, Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, 2012.
- [19] *Da li su mediji spremni za interne etičke kodekse*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2022/01/najnovije.pdf> (pristupljeno 20. marta 2024).
- [20] Dej Alvin, Luis, *Etika u medijima – primeri i kontraverze*, Medija centar, Beograd, 2004.
- [21] Donev Dejan i Vojinović Maja, „O nespornom značaju etičkih kodeksa u novinarstvu”, *CM*, vol. XVII, br. 2, str. 273–286.
- [22] *Dokumenti Upravnog odbora*, RTS. Dostupno preko: <https://www.rts.rs/lat/rts/javni-servis/pravni-akti/1395700/dokumenta-upravnog-odbora.html> (pristupljeno 22. novembra 2024).
- [23] Fengler Susanne, Eberwein Tobias, Lönnendonker Julia, and Schneider-Mombaur Laura, “Journalists, Journalism Ethics, and Media Accountability: A Comparative Survey of 14 European and Arab Countries”, in: Wyatt Wendy N. (ed.), *The Ethics of Journalism – Individual, Institutional and Cultural Influences*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, London, 2014, pp. 85–106.
- [24] *Forbes Editorial Values and Standards*, Forbes. Dostupno preko: <https://www.forbes.com/sites/forbestaff/article/forbes-editorial-values-and-standards/?sh=3f0983ec33ea> (pristupljeno 12. marta 2024).
- [25] Forst Chris, *Journalism, ethics and regulation*, Routledge, New York, USA, 2011.
- [26] *Izveštaj o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama u periodu od 1. jula 2023. do 31. decembra 2023. godine*, Savet za štampu. Dostupno preko: <https://savetzastampu.rs/wp-content/uploads/2024/02/Izvestaj-monitoring-2023.pdf> (pristupljeno 1. marta 2024).
- [27] Johannesen Richard, “What should we teach about formal codes of communication ethics?”, *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, Vol. 3, No. 1, pp. 59–64.
- [28] Krstić Aleksandra i Milojević Ana, „Etički i profesionalni aspekti izveštavanja dnevne štampe u Srbiji”, u: Veljanovski Rade (ur.), *Indikatori profesionalnog/neprofesionalnog ponašanja novinara i medija – mogućnosti za poboljšanje stanja*, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2015, str. 11–37.
- [29] *Learn how the BBC is working to strengthen trust and transparency in online news*, BBC. Dostupno preko: <https://www.bbc.com/news/help-41670342> (pristupljeno 12. marta 2024).
- [30] Limor Yehiel, and Himelboim Itai, “Journalism and Moonlighting: An International Comparison of 242 Codes of Ethics”, *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, Vol. 21, No. 4, pp. 265–285.
- [31] Nikolić Mirjana, „Uvođenje etičkih kodeksa u javne radiodifuzne servise: iskustva Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Hrvatske, Makedonije i Slovenije”, *CM*, Vol. XII, Br. 40, str. 119–144.

- [32] Nikšić Stevan i Davičo Ana, *Etika novinarstva – priručnik za profesionalne novinare*, Centar za profesionalizaciju medija, Beograd, 2005.
- [33] *Rankings*, Gemius. Dostupno preko: <https://e.gemius.com/rs/rankings/12730> (pristupljeno 2. marta 2024).
- [34] *Standards of Ethical Journalism*, RFE/RL. Dostupno preko: <https://about.rferl.org/wp-content/uploads/2024/01/Editorial-Standards-EN.pdf> (pristupljeno 10. marta 2024).
- [35] *Statut*, Savet za štampu, Beograd. Dostupno preko: <http://www.savetzastampu.rs/cirilica/dokumenti/statut/> (pristupljeno 10. marta 2024).
- [36] *Uređivačke smernice*, CINS. Dostupno preko: <https://www.cins.rs/wp-content/uploads/2021/11/Uredjivacke-smernice-CINS.pdf> (pristupljeno 13. marta 2024).
- [37] Vodinečić Vladimir, „Novinarski kodeksi i pravo medija u Srbiji: nedovoljno samodefinisanje”, *Pravni zapisi*, Vol. III, Br. 1, str. 73–89.
- [38] Ward Stephen J. A., “Conclusion: The next step”, in: Ward Stephen J. A. (ed.), *Ethics for the New Investigative Newsroom*, The Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin, Madison, 2011.
- [39] Ward Stephen J. A., *Digital Media Ethics*, Center for Journalism Ethics, School of Journalism and Mass Communication, Madison. Dostupno preko: <http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> (pristupljeno 15. marta 2024).

Bojan Cvejić

INTERNAL CODES AND EDITORIAL GUIDELINES IN THE MEDIA IN SERBIA

Abstract

Speed and conciseness have become some of the fundamental principles of modern journalism, which can easily lead to crossing boundaries of respecting professional and ethical standards. Media ethics, therefore, prove to be a more important aspect than ever in the history of journalism. In addition to international documents, laws, and national journalistic codes, many global media outlets have long established internal codes or editorial guidelines, which are supplemented and refined based on practical experiences to clarify rules in relation to generally applicable documents. These codes or editorial guidelines (depending on how they are named in different media outlets) are usually signed by journalists upon employment. Leading media theorists and researchers believe that they are more effective

in enhancing media professionalism, as they include specific sanctions for non-compliance. This study, however, shows that a large number of media outlets in Serbia do not have their own editorial guidelines; those that do generally do not make them publicly available, and they regulate various aspects of journalistic practice.

Keywords:

media, code of conduct, journalism, editing, ethics, press council