



Izvještavanje i djelovanje medija u kriznim situacijama

Decembar 2024. godine

SADRŽAJ

- Metodologija
- Ključni nalazi
- Šta su krize i kako ih definišemo?
- Koja je uloga medija u vrijeme kriza?
- Koji su izvori informacija u vrijeme kriza?
- Koji su kriterijumi za procjenu kredibilitnosti izvora?
- Koji su principi navođenja izvora i citiranja?
- Kako prepoznati lažne vijesti?
- Kakav je stav novinara o upotrebi društvenih mreža u izvještavanju?
- Etika izvještavanja u kriznim situacijama: Brzina ili preciznost?
- Kako izvještavati u kriznim situacijama?
- Šta kaže Savjet Evrope?

METODOLOGIJA

Za potrebe izvještaja, korišćena je relevantna literatura kredibilnih autora i organizacija. Tip odabrane literature su primarno vodiči za novinare prepoznatih medijskih organizacija, dizajnirani da pruže konkretne smjernice i najbolje prakse direktno primjenjive u stvarnom svijetu.

Pored pregleda literature, izvještaj sadrži i analizu stavova novinara crnogorskih elektronskih medija, koji su prikupljeni kroz **šesnaest polustrukturiranih intervjua**. Intervjuisani novinari su izrazili potrebu za **definisanjem opšteg plana** (utemeljenog u stvarnim okolnostima i mogućnostima crnogorskog novinarstva) za **krizno izvještavanje** koji bi bio primjenjiv u svim redakcijama, bez obzira na različite uredničke politike i načine izvještavanja. Od tematskih jedinica koje bi uključili u plan, istakli su: **način informisanja i izvještavanja o kriznim situacijama, postupak kreiranja plana za izvještavanje u slučaju krize i njegove tehničke i logističke elemente, kao i zaštitu novinarskih ekipa na terenu.**

KLJUČNI NALAZI

- Postoji jasan problem u **definisanju terminologije** relevantne za krize čije rješavanje zahtijeva upotrebu različitih izvora i, ukoliko je to moguće, pomoć stručnih lica.
- Novinari insistiraju na tome da državne institucije budu brže i agilnije u komunikaciji sa medijima. U cilju postizanja efikasne saradnje državnih institucija i novinara, neophodno je **uporno podsjećati na značaj** koji novinari imaju u procesu savladavanja krize.
- Radi sveobuhvatne kontekstualizacije izvještavanja, pored tradicionalnih, preporučuje se saradnja i sa **netradicionalnim izvorima**, pri čemu su od ključne važnosti pažljiv odabir i **procjena kredibiliteta izvora**.
- Intervjui sa novinarima pokazali su da crnogorskom novinarstvu nedostaje **obuka u verifikaciji online podataka**. Iako, međutim, trenutno nije neophodna ekstenzivna obuka novinara, postoji bojazan da će se izvještavanje u Crnoj Gori suočiti sa tehnološki naprednim dezinformacijama.
- Novinari apeluju na organizacije da, bar na godišnjem nivou, omoguće ili podrže organizovanje treninga za rad u opasnom/neprijateljskom okruženju (**HET - Hostile Environment Training**). Na taj način bi, kroz 5-6 godina, svi crnogorski novinari koji se bave kriznim izvještavanjem imali priliku da prođu odgovarajuću obuku.
- Novinari prepoznaju nužnost obuka, te traže **podršku u tehničkom i materijalnom smislu**. Ukazuju na problem nedostatka adekvatne opreme za rad (npr. savremeni pametni telefoni sa kamerom visoke rezolucije). Novinari takođe insistiraju na sprovođenju ne samo stručnih, već i **psiholoških obuka**.
- Novinari, takođe, ukazuju na problem **nedovoljnog iskustva u praksi**. S tim u vezi, predlažu omogućavanje novinarske prakse i van teritorije Crne Gore, kako bi novinari bili u prilici da stiču iskustva u izvještavanju i o situacijama koje nijesu uobičajene u našoj zemlji. Dodatno, novinari naglašavaju da danas gotovo da ne postoji redakcija koja ima neku vrstu sekcije za **unapređenje kapaciteta mladih novinara**.
- Konačno, novinari apeluju na izmjene **Zakona o autorskim pravima** u dijelu zaštite novinarskih tekstova od plagiranja.

ŠTA SU KRIZE I KAKO IH DEFINIŠEMO?

- Kriza je jedinstveno i neočekivano stanje koje nastupa onda kada sistem, u odsustvu neophodnih kapaciteta institucionalnog okvira, nije u mogućnosti da pruži adekvatne odgovore koji su u skladu sa aktuelnim internim i eksternim izazovima.
- U Crnoj Gori još nije adekvatno definisan termin „kriza“.

Postoji konsenzus oko situacija o kojima su intervjuisani novinari izvještavali, a kojima bi oni pripisali krizni karakter. To su: **protesti protiv crnogorskog priznavanja nezavisnosti Kosova 2008. godine, protesti Demokratskog fronta 2015, pandemija Covid-19 2020, ustoličenje mitropolita Joanikija na Cetinju 2021. i masovno ubistvo na Cetinju 2022. godine.** Osim toga, neki novinari su kao krize prepoznali i **vremenske nepogode** (kao npr. nepogoda izazvana neuobičajeno velikim sniježnim padavinama 2012. godine), **požare, migrantsku krizu, političke izbore i obračune organizovanih kriminalnih grupa.**

ŠTA SU KRIZE I KAKO IH DEFINIŠEMO?

“

Krizna situacija u društvu je otprilike svaka situacija koja, 'ajde da ne kažem tektonski, ali u velikoj mjeri mijenja, utiče na način života i mijenja pravila igre u društvu. Sad, ono može biti na političkom, na verbalnom nivou, može biti na fizičkom, ukoliko su u pitanju neke nesreće, ali u principu svaka situacija nakon koje nećemo živjeti isto kao i do tad.

(Intervjui sa novinarima/kama)

To su te neke situacije ili izbor novog vladike ili izbor nove garniture skupštinske većine. Tako da su to situacije koje kod nas prerastaju u kriznu, a možda su trebale da budu samo jedan običan dnevni događaj.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

ŠTA SU KRIZE I KAKO IH DEFINIŠEMO?

KATASTROFA: potkategorija šireg koncepta krize – *kriza sa lošim ishodom.*

VANREDNA SITUACIJA: izazovi sa kojima se sistem susrijeće u vanrednim situacijama koji su takve prirode da uspostavljeni mehanizmi djelovanja i odbrane mogu izaći na kraj sa njima *bez značajnog narušavanja sistema.*



KOJA JE ULOGA MEDIJA U VRIJEME KRIZA?

Komiteet Savjeta Evrope za kulturu, nauku, obrazovanje i medije u svom izvještaju *“Uloga medija u vrijeme kriza”*, izdvaja ključne funkcije medija u kriznim situacijama:

1. INFORMISANJE JAVNOSTI

- Informisanje javnosti o **mjerama koje je preduzela vlast**.
- **Naučno novinarstvo** koje ima zadatak da široj javnosti objasni nove mjere – predstavi rezultate istraživanja, brojke i relevantne statistike.
- **„Kvalitetne informacije** su lijek za dezinformacije.“
- Javni servis treba da služi kao **platforma za zdrav i odgovoran diskurs** o aktuelnim dešavanjima.
- **Nadgledanje percepcije** krize koju ima javno mnjenje, u saradnji sa državnim institucijama.



KOJA JE ULOGA MEDIJA U VRIJEME KRIZA?

2. UKLJUČIVANJE JAVNOG MNJENJA

- Ne postoji garancija da su naučni nalazi potpuno tačni. Novinari pri predstavljanju naučnih podataka moraju da **kreiraju prostor za sumnje** i pitanja javnog mnjenja, trudeći se da ne naruše kredibilitet pruženih informacija.
- Podržavanje i uključivanje eksperata u javne rasprave o krizama i promjenama može da stimuliše **konstruktivnu i produktivnu diskusiju**.
- Emitovanjem zabavnih programa i pažljivim izvještavanjem, mediji mogu postati **podrška mentalnom zdravlju** građana.

3. SARADNJA MEDIJA I EKSPERATA, VLASTI, JAVNOG MNJENJA I SERVISA

- Doprinos jačanju legitimiteta odluka koje donose politički lideri i državne institucije.
- **Mobilisanje većeg stepena podrške** javnim službama u kriznim situacijama.
- Predstavljanje **eventualnih budućih poteškoća** u kontekstu razvoja naučnih ispitivanja, za koje se vlasti moraju pripremiti.

KOJI SU IZVORI INFORMACIJA U VRIJEME KRIZA?

1. TRADICIONALNI IZVORI INFORMACIJA

Vlada, državne institucije i organi jedinica lokalne samouprave, te nadležni organi za prikupljanje podataka, hitne službe, zdravstvene ustanove, međuvladine organizacije i specijalizovane agencije

Intervjuisani novinari/ke uopšte nijesu zadovoljni/e saradnjom medija sa tradicionalnim nacionalnim izvorima u Crnoj Gori. Glavna kritika je da institucije nedovoljno brzo dijele informacije sa novinarima:

“

(...) njihov odnos u kriznim situacijama se uopšte ne razlikuje od odnosa mimo kriznih situacija. Ukoliko je njihov interes, samo se vode svojim interesom. Ukoliko oni ocijene da je njihov interes da brzo reaguju, reagovaće brzo. Ukoliko je njihov interes da čute, čutaće i nećeš dobiti informaciju. I to ti je moje iskustvo sa njima. To vjeruj mi da se to dešava unazad deset, pet (godina) i sad se to dešava. Kad je eksplodirala bomba kod Osnovnog suda za pola sata smo imali informaciju i poslije sat u stvari vremena nam se obratio čovjek iz policije i rekao nam prve informacije. To se nikad nije desilo, evo moje iskustvo je nikad se nije desilo da je bila neka krizna situacija i da je tako brzo reagovala policija.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KOJI SU IZVORI INFORMACIJA U VRIJEME KRIZA?

1. TRADICIONALNI IZVORI INFORMACIJA

“

Mislim ono što bi trebali svi da insistiramo jeste da bi državne institucije trebale da budu mnogo agilnije u toj komunikaciji sa medijima. Ovo što se sada dešava da na primjer policija, da tužilaštvo, da onaj ko je nadređeni izađe odmah poslije toga kad se desi i saopšti informacije da je poginulo 2-3 ljudi, ne bismo ni mi dolazili u situaciju da idemo sa neprovjernim informacijama. To se kod nas dešavalo da čekate po 5-6 sati, to je nepristojno. To je nepristojno od jedne državne institucije da ne izađe i da vam saopšti, ne zbog vas kao vas medija, nego zbog javnosti. E mislim da bi tu trebalo vršiti pritisak na državne institucije da bi morale da imaju bolju komunikaciju i sa medijima i sa građanima.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

Novinari su izjavili da su nekad prisiljeni na to da koriste privatne relacije, kako bi saznali šta se dogodilo u adekvatnom vremenskom okviru:

“

Bio je u vrlo neprijatnoj situaciji nije mogao ništa da sazna, morali smo da koristimo baš privatne veze, potpuno privatne, da saznamo što se desilo. Imam tu problem, to je standardan problem ja mislim većine novinara, nemamo neku saradnju baš sa državnim organima. Često su policija i tužilaštvo zatvoreni, ne jave se na telefon ili ako se jave kasno se jave.

(Intervjui sa novinarima/kama)

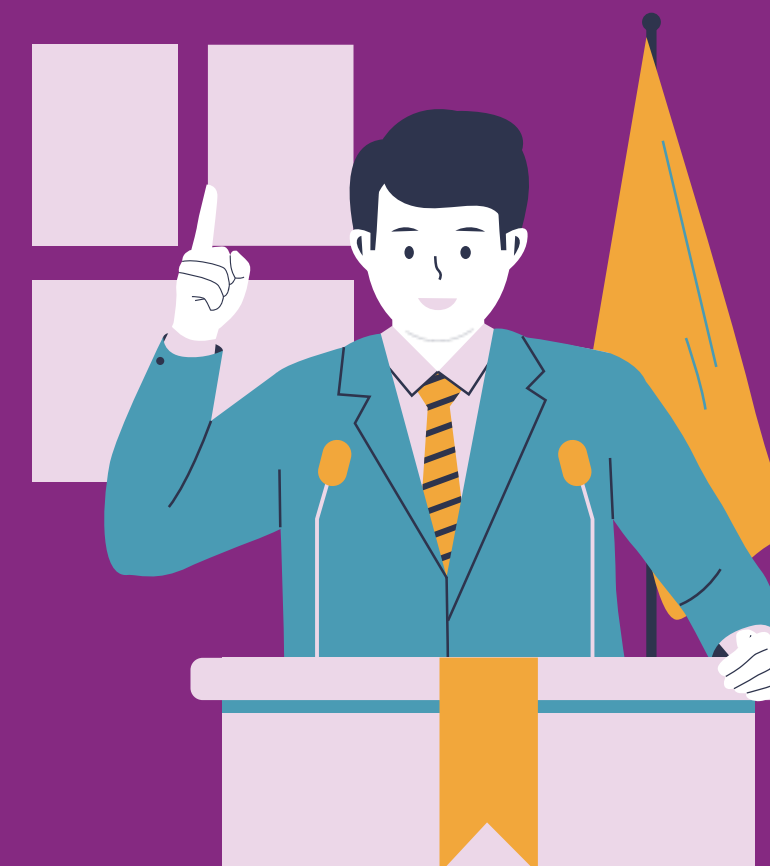
”

KOJI SU IZVORI INFORMACIJA U VRIJEME KRIZA?

2. NETRADICIONALNI IZVORI INFORMACIJA

Akadska zajednica, think tank organizacije, političari, nevladine organizacije, humanitarne organizacije, advokati za ljudska prava, građani koji se oglašavaju putem glasina, kao i open source informisanje

- **Akadska zajednica:** Veza sa uglednim institucijama u društvu koja daje dodatni kredibilitet novinarskim pričama. Nije u mogućnosti da samostalno vrši istraživanja i ponudi znanje o širokim temama. Često je pristrasna i nerijetko pruža tehnički složene odgovore, koji nijesu lako razumljivi široj publici.
- **Think tank:** Istraživačka tijela koja se bave analizom društvenih i političkih pitanja. Obično imaju određene ideološke ciljeve, te samim tim nijesu politički nepristrasna.
- **Nevladine organizacije (NVO):** Odlični izvori za izvještavanje o krizama zato što rade direktno sa pogođenom populacijom. Mogu, međutim, imati određenu političku agendu.
- **Političari:** Svojim djelovanjem mogu uticati na objektivnost izvještavanja – radi obezbjeđivanja tačnosti, neophodno je da novinari provjere njihove tvrdnje kod drugih stručnjaka.
- **Advokati za ljudska prava:** Za izvještavanje koje zahtijeva detaljan uvid u zakonodavni sistem.
- **Domaće i međunarodne humanitarne organizacije:** Novinari imaju mogućnost da upute građane na pomoć i podršku ovih organizacija, uz obavezan oprez zbog mogućih manipulacija informacijama u svrhu promocije ili prikupljanja donacija.



KOJI SU IZVORI INFORMACIJA U VRIJEME KRIZA?

2. NETRADICIONALNI IZVORI INFORMACIJA

- **Glasine:** Kvalitativna informacija dokumentovana iz prve ruke unutar zajednice, na jeziku koji se koristi unutar zajednice, koja sadrži što je moguće više relevantnih detalja. Mogu biti ključni trag za sveobuhvatno, kontekstualno izvještavanje, ali povlače odgovornost da se na istražene glasine da neka vrsta odgovora kako bi se spriječilo širenje konfuzije i panike koja nastaje kao proizvod loših informacija. U ovom kontekstu, zajednica je prvi i najvažniji izvor informacija, potom predstavnici vlade, humanitarni partneri i organizacije civilnog društva.

Iz intervjua sa novinarima/kama izdvojen je primjer korišćenja glasina pronađenih na društvenim mrežama tokom izvještavanja o pandemiji Covid-19:

“
Uglavnom bio je jedan komentar na tom profilu, u vrijeme kovida, čovjeka koji za sebe tvrdi da je u toj priči, da ima iskustva, da ima znanje i da nama prikazuju potpuno pogrešne podatke, odnosno da Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji naš Institut za javno zdravlje daje pogrešne podatke i čovjek u tom svom komentaru postavi linkove kao mjesto gdje vi možete da provjerite to o čemu on govori. (...) Našla sam link, ali od toga linka onda morate dalje da idete, pa da tražite, ali oću da vam kažem koliko su korisni nekad takvi komentari jer vam daju negdje putokaz za neku priču.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

- **Open source informisanje:** Istraživanje, analiza i upotreba informacija otvorenog tipa (informacije su dostupne svima putem Interneta: Google, Facebook, Youtube, Reddit itd.).

KOJI SU KRITERIJUMI ZA PROCJENU KREDIBILNOSTI IZVORA?

„Ako ti majka kaže da te voli, provjeri to.”

Proces verifikacije oslanja se na **četiri faktora**:

- Snalažljivost, upornost, skepticizam i vještinu osobe koja verifikuje;
- Znanje, pouzdanost i iskrenost izvora;
- Raznovrsnost izvora koje novinar može pronaći i ubijediti ih da podijele informacije;
- Dokumentaciju.

Osnovna pitanja koja bi novinari trebalo da postavе o izvoru, kako bi donijeli sud o njegovoj pouzdanosti:

- Ko je objavio informaciju? Idealno bi bilo pronaći primarni izvor, odnosno onaj koji stoji iza sadržaja.
- Provjeriti aktivnost izvora na društvenoj mreži na kojoj je sadržaj podijeljen (odnosno koga prate, ko su njihovi pratioci).
- Da li postoji mogućnost da je sadržaj objavljen, ali da ga nije proizveo izvor?
- Da li postoji mogućnost da je osoba iza profila mogla biti na lokaciji na kojoj se događaj odvijao?
- Kada su u pitanju fotografije i video snimci: Da li je osoba koja je napravila sadržaj slučajni svjedok?
- Da li je moguće pronaći bilo kakve kontakt informacije?
- Zašto je sadržaj objavljen?

KOJI SU KRITERIJUMI ZA PROCJENU KREDIBILNOSTI IZVORA?

U praksi crnogorskih novinara ne postoje ni definisana procedura, nerijetko ni praksa, koje se odnose na dublju verifikaciju online sadržaja. Novinari navode da je to velikim dijelom zato što ne postoji osoblje koje bi moglo ispratiti takvu vrstu provjere svih nadolazećih informacija.

“

Postoji nešto što se zove provjera vjerodostojnosti informacija, to je jedna disciplina koja je danas od presudne važnosti u novinarstvu. Nažalost u Crnoj Gori je malo koja redakcija koristi opet zbog nedostatka ljudi koji bi mogli time da se bave. To što ja vidim na Fejsbuku ili pronađem na internetu ima puno problema. Prvo ona mora da prođe kompletan jedan sistem, kako mi to zovemo koji smo se, je li, obrazovali po tom pitanju, sistem semafora prije nego što bi ta informacija mogla da bude plasirana čitaocima kao vjerodostojna. To što je neko nešto snimio ili neko nešto slikao prije svega zavisi od autora jer šta je bila namjera, zbog čega si ti to slikao.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

Radimo na tome, radimo na tome. Još recimo nemamo specijalizovane timove koji bi provjeravali da li je nešto AI, da li je vještačka inteligencija, da li su te fotografije prave ili ne, ali naši ljudi vrlo u posljednje vrijeme sve češće idu na takve obuke i onda znamo. Koristimo i neke sajtove koji se koriste za čekiranje takvih informacija. Aploudujete fotografiju recimo i onda vam taj sajt pokaže da li je to AI ili ne.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KOJI SU KRITERIJUMI ZA PROCJENU KREDIBILNOSTI IZVORA?

**„Mediji su prestali da budu kreatori informacija. Mediji su postali selektori informacija.“
(Intervjui sa novinarima/kama)**

Intervjuisani novinari/ke ističu da se procjena kredibiliteta izvora koji se nalaze izvan društvenih mreža oslanja na iskustvo i medijsku pismenost. Neki od njih ukazuju na uobičajene procedure redakcija koje podrazumijevaju da se uvijek čekaju zvanične potvrde.

“

Tu koristiš više vještina i sposobnosti koje počivaju na iskustvu, na poznavanju situacije šta bi moglo biti, šta jeste i onda se u skladu sa tim ponašaš, radiš trijažu informacija, mada treba sve provjeriti i ona koja izgleda nevjerovatno, dešavalo se da se pokaže tačnom.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Veza sa zvaničnim institucijama, da li je to Policija, da li je to Hitna, da li je to Vlada, da li je to, ne znam, ko god od zvaničnih institucija, to nam je prvo.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KOJI SU KRITERIJUMI ZA PROCJENU KREDIBILNOSTI IZVORA?

Kada govore o izvorima na društvenim mrežama, novinari se služe samo informacijama koje dijele političari i javni funkcioneri na njihovim nalogima. Oni predstavljaju javni interes i samim tim su njihovi stavovi javni.

“

(...) pomaže kada su to objave sa zvaničnih profila crnogorskih institucija ili javnih funkcionera. Ako su oni podijelili vodimo se logikom da ne bi to trebalo da bude lažna informacija. Imamo puno profila na primjer tviter sa kojih se šeruju informacije koje su nam povod za istraživanje, a ne za objavu. Gdje ne čekamo zvanične potvrde, to su objave javnih institucija i javnih funkcionera, jer oni predstavljaju javni interes.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Sa društvenih mreža treba koristiti, i mi koristimo, samo stavove lične važnih društveno političkih činilaca, jer ako su oni to objavili, oni stoje iza toga i smatramo da je važno obavijestiti gledaoce i građane o tome šta oni misle. Sa društvenih mreža se takođe ponekad mogu iskoristiti video snimci ili fotografije, ako ukazuju na neku stvar koja nije zabilježena, koju nijesu mediji zabilježili sami na nekom događaju. Sve ostalo, a to su pojedinačni i lični komentari ili navodne informacije koje korisnici ostavljaju o nekom događaju, ne treba koristiti i mi ih ne koristimo jer sve te informacije su po mom mišljenju subjektivne, sadrže njihove subjektivne stavove i to nije posao medija da se na taj način oslanjaju na izvore.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KOJI SU KRITERIJUMI ZA PROCJENU KREDIBILNOSTI IZVORA?

Iz intervjua sa novinarima/kama jasno se vidi da je utemeljena praksa upotrebe dva ili više izvora pri ocjenjivanju kredibiliteta istog:

““

Negdje se oslanjamo na izvore koje imamo, provjerimo ih jer uvijek to nije jedan izvor, kad je u pitanju politika to su 3-4 izvora pa kad vam se poklope kockice shvatite da je to to. Tako da na taj način pokušavamo dok ne dobijemo potvrdu barem od dva izvora, trudimo se da ne idemo sa informacijom.

(Intervjui sa novinarima/kama)

””

““

Više izvora, negdje najmanje tri bi bilo idealno da imate.

(Intervjui sa novinarima/kama)

““

Trudimo se da provjerimo na više izvora. To je ono što bi negdje trebala da bude medijska pismenost. Ja kad danas isto radim informaciju običnu, a ne u tim varijantama, pročitam sve medije, pogledam sve medije. I one za koje možda nikad ga u životu nisam prenijela i neću ga prenijeti ili jesam, ali razumijete pogledate i saberete činjenice i vidite o čemu se radi.

(Intervjui sa novinarima/kama)

””

KOJI SU PRINCIPI NAVOĐENJA IZVORA I CITIRANJA?

„Izvori su temelj vaše priče. Ako su vam izvori dobro organizovani, priča će se sama napisati.“

- **Pravilo dva izvora:** Svaku vijest bi trebalo da potvrde najmanje dva pouzdana i nezavisna izvora, što podrazumijeva da jedan izvor nije saznao informacije od drugog, odnosno da ta dva izvora nijesu dobila informaciju od identičnog trećeg izvora.
- Mora biti **jasno naznačeno** ukoliko izvor pripada nekoj interesnoj grupi ili joj je na bilo koji način blizak. Ukoliko se radi o izvoru svjedoku koji je lično učestvovao u događaju, **samim tim što je učesnik** ne može se predstaviti kao svjedok u tekstu.
- Navođenje izvora nije neophodno u situacijama kada se govori o nekoj opštepoznatoj činjenici, koja nije sporna – poziva se ipak na **oprez** prilikom odabira ovih činjenica, posebno ako su istorijskog karaktera.
- Izbjegavati lijenu praksu upotrebljavanja **pasivnih izvora:** „smatra se“, „vjeruje se“ itd.
- Ukoliko izvor ne želi da bude identifikovan u tekstu, potrebno je jasno objasniti **razloge za anonimnost**.
- **Tačna lokacija izvora u tekstu zavisi od prirode informacije.** Ukoliko je informacija visoko kontroverzna, izvor mora biti naveden odmah na početku. U svakom drugom slučaju, nije neophodno da izvor bude istaknut u prvom pasusu. Uz navođenje izvora, kako bi se obezbijedio pun kontekst, trebalo bi pružiti i informacije o tome kako i gdje su informacije pronađene ili dobijene.

KOJI SU PRINCIPI NAVOĐENJA IZVORA I CITIRANJA?

„Citati su poput začina u hrani: obogaćuju ukus i daju osećaj prisustva. Ali, postoji i opasnost. Previše citata može učiniti vašu priču zbrkom nejasnih glasova.“

- **Direktni citati:** ostavljaju na čitaoce veći utisak, ali i jasno prenose stavove i izjave. Idealni su za izvještavanje o dramatičnim i neobičnim slučajevima. Direktne citate moraju biti **u potpunosti tačni** – svaka njihova izmjena predstavlja kršenje novinarske etike.
- **Indirektni citati:** dozvoljavaju određeni stepen **fleksibilnosti** i omogućavaju sažimanje i preuređivanje informacija, što može doprinijeti čitljivosti i preglednosti teksta. Od izuzetne je važnosti, međutim, da značenje koje indirektni citati prenose, ne bude iskrivljeno. Kako bi citati zadržali kredibilnost, novinarima se preporučuje da objasne svoju metodologiju provjere citata izvorima. Ukoliko citat ne može biti precizno uklopljen bez promjene značenja, treba koristiti indirektni govor.

Za duža, ili svakodnevna izvještavanja, preporučuje se kombinacija direktnih i indirektnih citata.



KAKO PREPOZNATI LAŽNE VIJESTI?



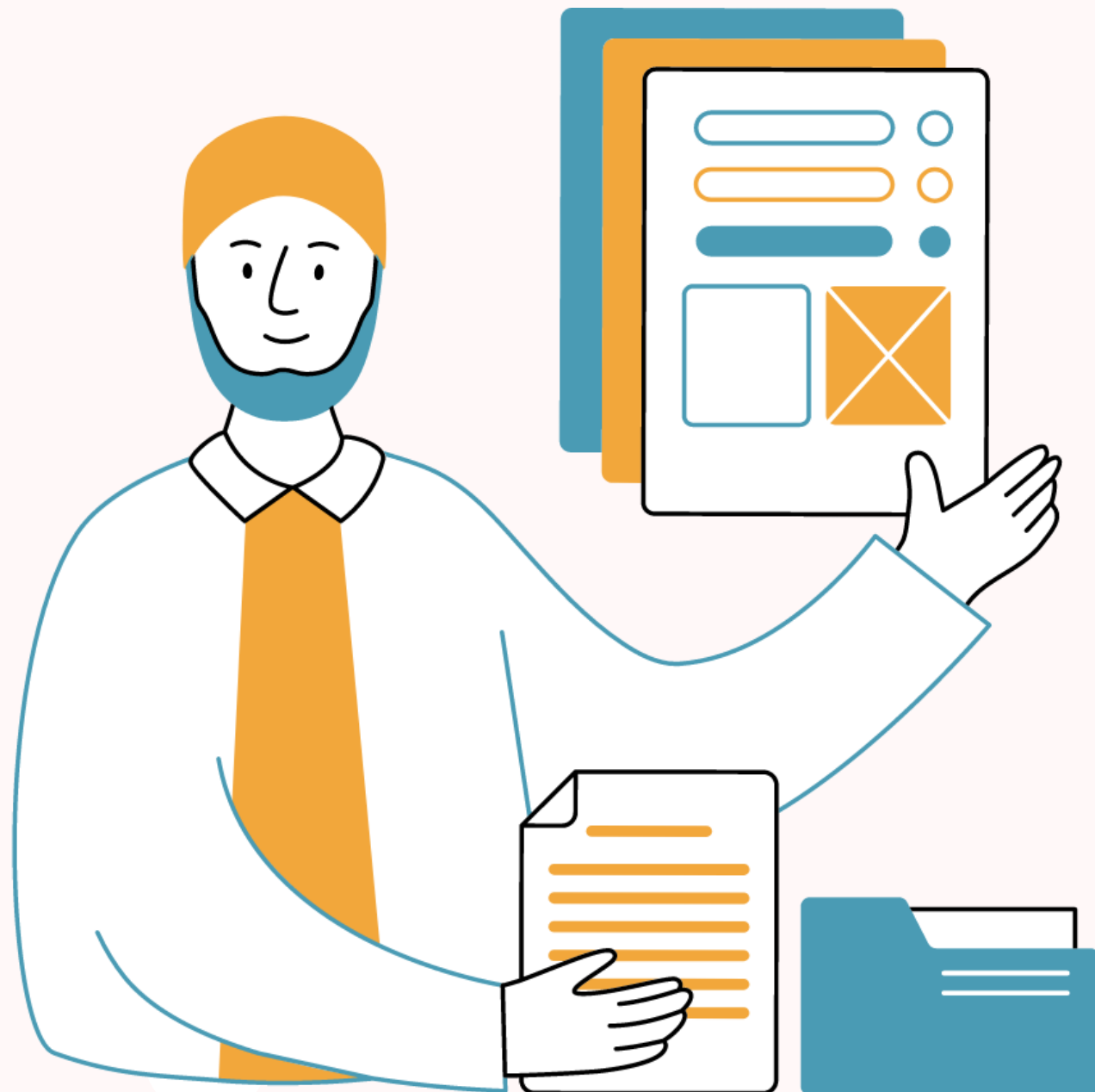
Misinformacije:

Informacije koje su netačne, ali nijesu kreirane sa namjerom da naude osobi, društvenoj grupi, organizaciji ili državi.

Dezinformacije:

Informacije koje su netačne i namjerno su kreirane s ciljem da naude osobi, društvenoj grupi, organizaciji ili zemlji.

KAKO PREPOZNATI LAŽNE VIJESTI?



- **Satira i parodija:** Oslonjene na humor i pretjerivanje ove informacije obično ne mogu prouzrokovati značajnu štetu. Najveći problem može nastati ukoliko se satirični sadržaj prikaže van konteksta kao provjerena i istinita informacija.
- **Obmanjujući sadržaj:** Primjenjivanjem tehnika kao što su djelimično citiranje i manipulacija statistikama, informacije mogu biti plasirane tako da oblikuju određene stavove ili percepcije čitalaca, te na taj način stvoriti specifične narative i lažnu predstavu o stvarnosti.
- **Imitatorski sadržaj:** U ovoj vrsti sadržaja se autentični izvor ili prepoznatljivi format, logo poznatih brendova ili organizacija, koriste uz lažan sadržaj kako bi se povećala njihova vjerodostojnost.
- **Fabrikovani sadržaj:** potpuno lažni sadržaji, izmišljene priče, lažni nalozi na društvenim mrežama i duboki falsifikati (deep fakes) koji mogu prouzrokovati značajnu štetu.
- **Lažna povezanost:** Senzacionalne slike ili naslovi koji ne odgovaraju stvarnom sadržaju članka, često koristeći klikbejt pristup za privlačenje pažnje.
- **Lažni kontekst:** Korišćenje autentičnog sadržaja uz lažne kontekstualne informacije.
- **Manipulisani sadržaj:** Uključuje manipulaciju informacijama, kao što su slike ili video zapisi.

KAKO PREPOZNATI LAŽNE VIJESTI?

PET ELEMENATA VERIFIKACIJE:

PORIJEKLO: Da li gledate u originalni nalog ili članak?

IZVOR: Ko je napravio fotografiju ili video snimak?

DATUM: Kada je sadržaj kreiran?

LOKACIJA: Gdje je sadržaj kreiran?

MOTIVACIJA: Zbog čega je sadržaj kreiran?

- Uspostavljanje plana i procedure za verifikaciju mora biti odrađeno prije nastupanja kriznih situacija;
- Proces verifikacije zavisi od informacija i prilagođava im se;
- **„Kutija za alat“:** Novinarima se savjetuje uspostavljanje sistematizovanog pristupa za obilježavanje korisnih alata i sajtova - jedan od najvećih izazova može biti samo pamćenje svih alata koje imaju na raspolaganju.



KAKO PREPOZNATI LAŽNE VIJESTI?

VERIFIKACIJA FOTOGRAFIJE:

Kako bi sintetički mediji bili efikasno identifikovani i analizirani, novinari i istraživači prvenstveno moraju obratiti pažnju na **vidljive greške** u sintetičkim medijskim formatima, kao što su distorzije lica, nedostatak detalja ili neprirodni pokreti. Besplatni alati koji mogu pomoći u tome su:

1. **FotoForensics**: analiza grešaka na fotografijama;
2. **Forensically**: otkrivanje kloniranja i analiza metapodataka;
3. **InVID**: analiza video zapisa i fotografija;
4. **Reveal Image Verification Assistant**: otkrivanje manipulacija na fotografijama i analiza metapodataka;
5. **Ghiro**: open-source alat za digitalnu forenziku;
6. **JPEGSnoop**: besplatna aplikacija za *Windows* koja može otkriti da li je slika bila uređivana.

KAKAV JE STAV NOVINARA O UPOTREBI DRUŠTVENIH MREŽA U IZVJEŠTAVANJU?

U intervjuima sa novinarima primjetan je otklon ka upotrebi društvenih mreža u izvještavanju. Većina novinara oslanja se strogo na tradicionalne medije. Problemi koje su istakli u upotrebi društvenih mreža su sljedeći:

- **Nepouzdanost informacija:**

“
Novine, televizija i radio su i dalje jedina tri kredibilna oblika bavljenjem novinarstvom. Portali, društvene mreže i ovo i ono to je sve jako lijepo, ali to je sadržaj koji je promjenjiv. Znači vi možete u ovome momentu nešto da pročitate na nekom internet mediju, za tri minuta to više ne mora da znači da će da bude tamo.
(Intervjui sa novinarima/kama)

“
Ali ja nemam vremena za društvene mreže u privatnom životu, a u poslovnom sve mogu da završim bez društvenih mreža, odmah da ti kažem. Tako da meni je milo što ljudi i dalje gledaju da su osnovni izvori informacija mediji. Pravi mediji, znači ljudi profesionalci koji se bave tim.
(Intervjui sa novinarima/kama)

KAKAV JE STAV NOVINARA O UPOTREBI DRUŠTVENIH MREŽA U IZVJEŠTAVANJU?

• Zloupotreba anonimnosti:

“
Pa probleme vidimo u društvenim mrežama najviše. Ne toliko u medijima koliko u društvenim mrežama, u komentarima, u toj dostupnosti ljudi da komentarišu sve i svakoga, a da sa druge strane sačuvaju svoj identitet tako što imaju neke lažne profile. Bar ima ljudi koji se ne kriju iza lažnih profila, ali prosto šire govor mržnje i to je možda najveći problem u Crnoj Gori što se tiče medija.
(Intervjui sa novinarima/kama)

• Nametanje tema za izvještavanje:

“
Ne želim da me neko pogrešno shvati, ali društvene mreže su užas za medijsko izvještavanje. Zato što ljudi se informišu preko medija, a onda i mi na neki način... Što mene recimo posebno nervira, posebno boli negdje vam nameću teme sa kojima trebate da se bavite. Razumijete, ako se desio neki nacionalni ili tako neki problem, jer ljudi ovdje vole da pričaju tu vrstu tema, govor mržnje i ako ga vi kao medij niste obradili zato što ne znam petnaest ljudi na društvenim mrežama misli da to treba, ona je to katastrofa, onda uzmu drvlje i kamenje po vama. To je recimo problem što nas društvene mreže oblikuju i govore nam kako treba da radimo i šta treba da radimo. Dosta novinara je krenulo u tom pravcu.
(Intervjui sa novinarima/kama)

KAKAV JE STAV NOVINARA O UPOTREBI DRUŠTVENIH MREŽA U IZVJEŠTAVANJU?

- Neadekvatna praksa javnih funkcionera, političkih partija i državnih institucija:

“

Ja imam problem ovo tvitovanje, ja još kažem Tviter, mislim X mreža, ovo što političari rade za mene je užasno. (...) političarima to odgovara iako nisu svjesni da nemaju svi tviter, pa ako si tu nešto tviitnuo, pa su ga pročitali svi.
(Intervjui sa novinarima/kama)

Ali mi smo mediji krivi jer ne postoji solidarnost. Negdje smo pokušavali kada bismo mi bili solidarni i rekli: – Nećemo da ti objavimo informaciju koju si tviitnuo jer to zaslužuje pres konferenciju ili izjavu – onda bi taj političar razmislio da li bi to radio. Razumijete? Ne čitaju svi Tviter, ali mediji idu linijom manjeg otpora.
(Intervjui sa novinarima/kama)

Ono što je recimo meni isto katastrofa kad su u pitanju portali, saopštenja koja vam šalju političke partije i institucije. To vam bukvalno ide copy and paste. Maltene, pošto oni sad daju i naslov kad vam pošalju, maltene određeni mediji i naslov koji ti je dala ta institucija ili politička partija kopiraju. E to recimo ubija novinarstvo, to baš ubija novinarstvo.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KAKAV JE STAV NOVINARA O UPOTREBI DRUŠTVENIH MREŽA U IZVJEŠTAVANJU?

Neki od novinara prepoznaju potrebu da se novinarske prakse moraju mijenjati u skladu sa okruženjem, potrebama i tehnološkim napretkom. Neki od njih, društvene mreže koriste kao trag za potencijalnu vijest:

“

Moramo koristiti društvene mreže, to je neminovno. Vrijeme ide naprijed i prosto društvene mreže su stvarnost koju ne možemo da ignorišemo i trudimo se da se prilagodimo tome i u smislu našeg izvještavanja i da sami plasiramo sadržaj na društvenim mrežama koji će biti prijemčiv građanima i doprijeti do te neke populacije koja najviše koristi društvene mreže.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

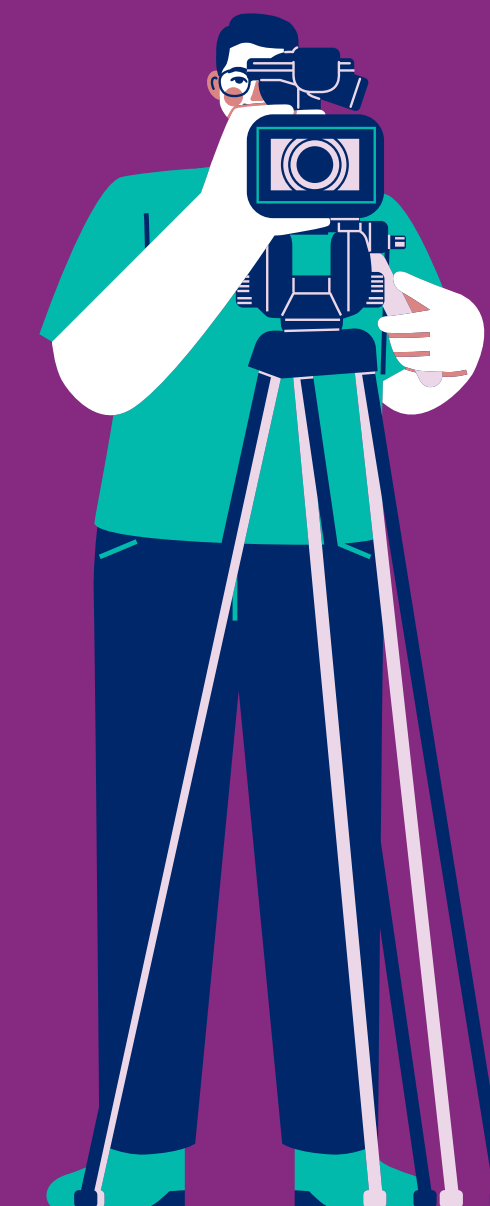
Kod nas je pravilo da su sadržaji sa društvenih mreža potencijalan trag, ako nešto vidim i procijenimo da je važno tragom toga krenemo, provjerimo, ako nema razloga za sumnju, mi ćemo to prenijeti, to je rijetko, uvijek uz dozvolu autora i ako bude tekst koji je vrijedan prenijeti. Slike i videa smo znali da koristimo, možeš da prepoznaješ mjesto, uzmemo, nerado, ali smo prinuđeni kao redakcija ne možemo da pokrijemo sve. (...) ima čitaoce koji znaju da smo deficitarni sa reporterima pa se onda čitaoci pretvore u reportere (...), ali to nam bude od koristi, neupitni su kao izvori, ali nekada nijesu u stanju da prepoznaju stvar, suštinu jer nijesu novinari.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

ETIKA IZVJEŠTAVANJA U KRIZNIM SITUACIJAMA: BRZINA ILI PRECIZNOST?

- Prilikom suočavanja sa greškama, novinari i organizacije bi trebalo da budu transparentni i otvoreni. Na primjer, BBC praktikuje da tvitove koji su se pokazali kao netačni ne briše sa mreže, već ih ispravlja dodatnim objašnjenjima, kako bi publika vidjela kada i kako su greške ispravljene.
- U hitnim slučajevima, gdje potpuna verifikacija nije moguća, novinari moraju donijeti brze odluke, tako što će razmotriti prioritete u izvještavanju i **napraviti procjenu** o tome šta oni smatraju najvažnijim u datoj situaciji. *Nemoguće je definisati jasne smjernice koje bi mogle predvidjeti sve moguće scenarije sa kojima se novinar susrijeće pri izvještavanju o krizama.*
- Ukoliko se podaci ne mogu potpuno verifikovati, potrebno je jasno označiti koje informacije su **nepotvrđene** i kada se može očekivati dodatno pojašnjenje za iste.
- Novinari bi trebalo da budu **odgovorni** i dosljedni u primjeni etičkih principa i biti stalno spremni na refleksiju o etici i profesionalnim vrijednostima izvještavanja.



ETIKA IZVJEŠTAVANJA U KRIZNIM SITUACIJAMA: BRZINA ILI PRECIZNOST?

Intervjuisani novinari dijele mišljenje da kvalitet, tačnost i preciznost informacija moraju imati prioritet nad brzinom objavljivanja. Informacija može biti objavljena onda kada je potvrde 2-3 relevantna izvora.

“

Definitivno kad su u pitanju krizne situacije moje mišljenje je da i novinari i svi mediji ne bi trebalo da trče da prvi objavljuju za brzinom, nego da je tu najvažnije da informacija bude tačna. Mislim da mnogi mediji to ne rade, nego da se utrkuju ko će prvi objaviti i onda se često desi da te neke informacije nijesu potpuno tačne ili možda da su djelimično tačne, ali ne u potpunosti. Dakle najvažnije kod izvještavanja je ne biti prvi, nego prvi biti tačan i objektivan.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Po pravilu bi trebalo tri, ali ako imate dva onda idete sa takvom informacijom upravo da biste bili ako ne najbrži, ali makar među najbržima.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Znači prvo činjenice, pa onda sve ostalo. A jako je teško u takvim momentima zbog brzine izvještavanja, hoće svi da izvijeste prvi, što smatram da nije suština Javnog servisa, već da izvijesti kvalitetno. Ako možemo prvi – odlično, ako ne – nećemo to na uštrb informacije, posebno u takvim situacijama kada može doći i do panike u društvu.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

INFORMISANJE I POUZDANOST INFORMACIJA

- *Informišite što je potpunije moguće:* Pored izvještavanja o poznatim informacijama, neophodno je istaći postojeće „**rupe u znanju**“.
- *Izbjegavajte spekulacije:* Pripisujte sve informacije **imenovanim ili kredibilnim** izvorima. Greške mogu imati dugotrajne posljedice.
- *Koristite više izvora:* Priče koje se oslanjaju isključivo na vladine izvore mogu djelovati manje kredibilne. **Uključite nezavisne stručnjake i druge izvore.**
- *Pružite kontekst:* Nemojte previše **pojednostavljivati** događaje. Ponudite informacije koje pomažu publici da razumije širi kontekst.

PROFESIONALNOST I PRISTUP

- *Ostanite profesionalni:* Uspostavite kontakt sa licima **odgovornim za komunikaciju**. Budite ljubazni, profesionalni i efikasni.
- *Zatražite vremenski okvir:* Pitajte kada možete očekivati sljedeću medijsku konferenciju i koje informacije će biti dostupne.
- *Dobro formulišite pitanja:* **Jasna pitanja** povećavaju šanse za dobijanje korisnih odgovora.

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

PRAĆENJE I ANALIZA

- *Pratite razvoj:* U prvih nekoliko sati izvještavajte o događajima, ali počnite odmah sa **istraživanjem** uzroka i posljedica.
- *Tražite dokumenta:* Pretražujte **javne registre i arhive** za relevantne informacije o krizi.
- *Konsultujte stručnjake:* **Nezavisni stručnjaci** mogu pomoći u istraživanju i razumijevanju tehničkih pitanja.

KORIŠĆENJE VIZUALA I TEHNOLOGIJE

- *Prikažite mape:* Pomozite publici da vizualizuje opseg katastrofe prikazivanjem **ažuriranih** mapa.
- *Nabavite vizuelne materijale:* Slike i video materijali približavaju događaje publici. Koristite snimke iz **različitih perspektiva**, uključujući one koji prikazuju stanje prije i poslije krize.
- *Koristite sve medije:* Distribuirajte ažuriranja putem **društvenih mreža, e-mailova, tekstualnih poruka i online platformi**.

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

KONTINUITET IZVJEŠTAVANJA

- *Ostanite na priči:* **Pratite** dugoročne posljedice, napore za obnovu i zvanične istrage.
- *Iskoristite stručnost:* Dodijelite **specijalizovane teme** novinarima kako bi obuhvatili aspekte koje drugi možda propuštaju.

ARHIVIRANJE, DUGOROČNA ISTRAŽIVANJA I PREVENCIJA

- *Arhivirajte izvještaje:* Kreirajte **online arhivu** sa pričama, video materijalima, mapama i bazama podataka o krizi.
- *Sprovedite dublje istraživanje:* Obuhvatite **pripremljenost i prevenciju** kriza, istražite dugoročne ekološke i infrastrukturne posljedice.
- *Istražite obrasce:* Preispitajte razloge **zašto** su neka područja pretrpjela **manje štete** od drugih.
- *Gledajte unaprijed:* Pružite informacije koje mogu pomoći ljudima da ostanu sigurni u **budućim** krizama.

U skladu sa krizom, novinar mora imati na umu i *plan bjekstva*, ali i opremu koja će mu biti potrebna na terenu.

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

“

Pa u tim momentima vi se ne možete pripremati, treba se pripremiti ranije jer u tim momentima vi reagujete, morate ići na teren i reagovati.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Moram da se informišem, da znam vrlo jasno i precizno šta će tamo da se događa, da imam pretpostavku u kojem pravcu može da eskalira ili hoće li da eskalira. Znači da se informišem, da obavezno dosta prije nego nešto počne da se dešava zavisno već od toga šta očekujem da se dešava da budem tamo, da ono što se kaže apsolviram vrijeme i prostor, da napravim contingency plan za slučaj da budem morao da se mičem brzo, da budem morao da se krećem brzo ako se dešava na više različitih punktova koji je najbolji i najbrži prolaz.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

Jedan od novinara je u svom intervjuu jasno definisao šta smatra **glavnim problemima medija u Crnoj Gori:**

“

Prvi problem je iskustvo. Nažalost u crnogorskim medijima ima jako maloiskusnih ljudi. Druga stvar je obrazovanje. U Crnoj Gori maltene ne postoji nikakav sistem naobrazbe medijskih radnika na koji način treba funkcionisati u kriznim situacijama. I treća stvar je ono hronični nedostatak produkcijskih kapaciteta tj. para nema.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

Intervjuisani novinari prepoznali su **nedovoljnu pripremljenost redakcija** i istakli potrebu za **organizovanjem obuka novinara Crne Gore**, te dali svoje prijedloge:

“

U Crnoj Gori imate pet ili šest medijskih poslenika koji su sticajem okolnosti što rade za inostrane, ozbiljne kuće završili tkz. HET treninge. HET treninge, što bi ono HET tačno... Hostile Environment Training – rad u kriznoj situaciji, rad u opasnoj situaciji. To nisu male finansije. AEM bi mogao da organizuje sa vodećim svjetskim agencijama koje se bave tom vrstom obuke jedan HET trening od pet do sedam dana na kojem bi ove po godine poslao jednu ekipu, sljedeće po godine drugu ekipu, one tamo po godine treću ekipu, pa bi kroz 5–6 godina postalo uobičajno da svaki novinar je u nekakvom periodu od 3 do 4 godine završio HET trening.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

“

Nemojte da nam dovodite ljude koji će da nam pričaju o etičkim i moralnim standardima, dovedite nam ljude sa iskustvom da nam kažu kako ćemo da radimo. Ne šta ćemo da radimo, nego kako ćemo da radimo.

(Intervjui sa novinarima/kama)

”

KAKO IZVJEŠTAVATI U KRIZNIM SITUACIJAMA?

“

Ja mislim generalno da nam svima treba više treninga za izvještavanje u kriznim situacijama. Na Zapadu je i praksa da recimo postoje redakcije koje izvještavaju samo u kriznim situacijama. Mi nemamo, nažalost, taj luksuz. Znači definitivno nam treba više treninga svima ne samo o načinu na koji će izvještavati, već i to, što Vi kažete, kako će sebe sačuvati i kako će nekako... nije ni to psihološki lako za novinare koji su na terenu.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

Novinari su se osvrnuli i na aktuelne tehničke nedostatke:

“

Pa ovako mislim da kod nas postoje brojna tehnička ograničenja, nijesmo mi baš ni opremljeni ni na kraju obučeni za neke stvari. Malo je novinara koji mogu da koriste baš ono recimo onaj sistem koji radi RTCG 3 u 1 – i novinar i snimatelj i montažer, da s telefonom snimi. Sad su telefoni toliko dobri da mogu da se koriste kao kamere. To recimo ja nijesam u prilici da ni kao direktor sad to mogu svojim novinarima da omogućim da imaju svi taj dobar službeni telefon koji će moći da s lica mjesta neke stvari urade, a mislim da bi to bilo korisno. Al to je čisto materijalna stvar, to su skupi uređaji, nije to baš uređaj od 100–200 eura nego od 500 do 1000. Mislim da bi to moglo da se unaprijedi. I ne samo to materijalno, nego i da nauče novinari. Ima dosta novinara koji to i ne znaju, neće, kažu: – nije to moj posao.
(Intervjui sa novinarima/kama)

”

ŠTA KAŽE SAVJET EVROPE?

KOMITET MINISTARA SAVJETA EVROPE JE 2007. GODINE DEFINISAO **SMJERNICE O ZAŠTITI SLOBODE IZRAŽAVANJA I INFORMISANJA U KRIZAMA (CM/DEL/DEC(2007)1005/5.3-APPENDIXII)** – ONE SU USVOJENE 26. SEPTEMBRA 2007. NA 1005. SASTANKU ZAMJENIKA MINISTARA.

1. Uslovi rada medijskih aktera u kriznim situacijama:

Lična bezbjednost

- Države članice treba da osiguraju bezbjednost medijskih aktera (ne ograničavajući bespotrebno njihova prava i slobode), ali i da obezbijede sprovođenje **temeljnih istraga ubistava** i drugih napada na novinare od strane nadležnih organa.
- Škole novinarstva, profesionalna udruženja i mediji treba da obezbijede **opštu i specijalizovanu obuku** o bezbjednosti novinara.
- Poslodavci bi, sa druge strane, trebalo da obezbijede najbolju moguću **zaštitu medijskog osoblja na rizičnim zadacima**, pružajući im obuku, bezbjednosnu opremu, praktične savjete i adekvatno osiguranje.

Sloboda kretanja i pristupa informacijama

- Države članice treba da **garantuju** slobodu kretanja i pristup informacijama novinarima u kriznim situacijama, istovremeno omogućavajući akreditovanim medijskim profesionalcima **pristup kriznim područjima**.
- Vojne i civilne vlasti zadužene za upravljanje krizama treba **redovno** da obavještavaju novinare putem konferencija za štampu, obilazaka ili na drugi prikladan način.
- Vlasti treba da uspostave siguran **informativni centar** sa odgovarajućom opremom za novinare.

ŠTA KAŽE SAVJET EVROPE?

2. Zaštita novinarskih izvora informacija i novinarskog materijala:

- Organi za sprovođenje zakona ne bi trebalo da zahtijevaju od medijskih aktera da **predaju informacije ili materijal** (npr. fotografije, video zapise ili bilješke) prikupljene u kontekstu izvještavanja o krizama, niti bi takav materijal trebalo da bude podložan zaplijeni radi korišćenja u pravnim postupcima.

3. Garancije protiv neopravdanih ograničenja slobode izražavanja i informisanja i manipulacije javnim mnjenjem:

- Ograničenja slobode izražavanja i informisanja mogu biti sprovedena samo u skladu **sa članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima i tumačenjima prakse Evropskog suda za ljudska prava**. Međunarodni i nacionalni sudovi, u kriznim situacijama, moraju u kontinuitetu odmjeravati legitimnu potrebu javnosti za informacijama sa potrebom zaštite integriteta sudskih postupaka.
- U cilju održavanja povoljnog okruženja za funkcionisanje nezavisnih i profesionalnih medija, države članice bi trebalo da ulože posebne napore kako bi se **utemeljila uloga javnih medija** kao pouzdanog izvora informacija.
- Države članice treba da razmotre **krivičnu ili administrativnu** odgovornost za javne službenike koji, iskorišćavajući ranjivost javnog mnjenja u vremenima krize, pokušavaju da manipulišu njime putem medija.

ŠTA KAŽE SAVJET EVROPE?

4. Odgovornosti medijskih profesionalaca:

- Medijski profesionalci bi, posebno u vrijeme kriza, trebalo da se pridržavaju **najviših profesionalnih i etičkih standarda**, obezbjeđujući pravovremene, tačne i sveobuhvatne informacije, uz poštovanje prava i unapređenje senzibiliteta pri izvještavanju o drugim ljudima;
- Preporučuje se da novinari u svom radu primjenjuju smernice iz Preporuke **br. R (97) 21 o medijima i kulturi tolerancije**.

5. Dijalog i saradnja:

- Nacionalne vlade, medijske organizacije i nevladine organizacije treba kroz dijalog i saradnju da osiguraju **zaštitu slobode izražavanja i informisanja** tokom kriza.
- Medijski profesionalci se ohrabruju da saraduju s vlastima, samostalno ili preko svojih organizacija, dok su nevladine organizacije (posebno one koje prate slobodu medija) pozvane da pomognu uspostavljanjem **linija za prijavu uznemiravanja novinara, pružanjem besplatne pravne pomoći i saradnjom sa međunarodnim organizacijama radi praćenja kršenja prava novinara**.
- Donatorske institucije se podstiču da medijsku podršku **uključe u svoje strategije** za prevenciju i rješavanje sukoba.



Hvala na pažnji!