

ПРИРУЧНИК

ИЗВЕШТАВАЊЕ О ДЕЦИ И МЛАДИМА У МЕДИЈИМА



САДРЖАЈ

1. Уводна разматрања	2
1.1. Значај медија у конструкцији друштвене стварности	2
1.2. Утицај медија на децу.....	3
2. Заштита права детета у медијима – правни оквир	6
2.1. Права детета и медији	6
2.2. Законодавство Републике Србије	7
2.3. Новинарска етика	9
3. Актуелна слика деце у медијима	12
3.1. Тематске области	12
3.2. Интерпретативни оквир и стереотипи у медијском приказу деце	12
3.3. Извори информација о деци и идентификација деце	13
3.4. Приступ извештавању о деци и вредносно одређење	14
4. Пожељна пракса у медијском представљању деце	15
4.1. Интервјуисање деце	15
4.2. Снимање ментално оболелих особа.....	17
4.3. Заштита идентитета	17
4.4. Сексуално злостављање и искоришћавање деце	18
4.5. Деца и криминал.....	19
4.6. Деца у систему социјалне заштите	20
4.7. Здравље и добробит деце	20
4.8. Деца и оружани сукоб.....	21
4.9. Мишљење и слободно изражавање деце	21
4.10. Деца и дискриминација	22
4.11. Деца са сметњама у развоју и инвалидитетом.....	22
4.12. Деца у медијима	23
5. Закључна разматрања – одговорност медијских професионалаца.....	24
Литература	26

1. Уводна разматрања

1.1. Значај медија у конструкцији друштвене стварности

„Свака држава има своје експлицитне и имплицитне законе и правила о медијима и њиховом садржају. Са друге стране медији имају своја правила и политику рада и зато државе понекад интервенишу законима или уредбама, а понекад и финансијском подршком у прављењу одређених пројеката. Међутим, нигде не постоји КЊИГА у којој бисмо нашли сва правила и могућности у вези са медијима и садржајима за децу.”

Драгана Абрамовић¹

Медији су извршили револуцију у развоју човековог начина живота, култури, навикама и понашању, те су постали незаобилазна чињеница његовог друштвеног, културног и интелектуалног живота. О њима се сасвим поуздано може говорити и као моћној економској институцији, мноштву естетичких форми, детерминисаном параметру савремене политике, својеврсном ритуалу симбола и знакова.²

Медији садрже филозофске, антрополошке, социолошке, психолошке, естетичке, политичке и еколошке импликације и конотације. Упрошћено речено, **медији су највећа социјална сила данашњице**, онај део стварности који ту исту стварност мења на радикалан начин, мењајући уједно и људско искуство, начин сазнавања и разумевања сазнатог. Нови медији, у односу на традиционалне, који су спорији и лимитирани сопственим техничким и технолошким карактеристикама, све наведено обављају брже и свеобухватније, задирући у дубинске матрице појмова човек и стварност.

„То је систем у којем је сама стварност (то јест људско материјално/симболично постојање) у потпуности обухваћена, сасвим уроњена у виртуелну поставу слика, у измишљен свет, у коме појаве не постоје само на екрану, помоћу којег искуство комуницира, већ саме постају искуство. У медиј су укључене све врсте порука, јер је медиј постао тако обухватан, разноврстан и прилагодљив да исти мултимедијски текст апсорбира читаво прошло, садашње и будуће искуство” (Castells 1996).

Неоспорно је да су медији одувек имали пресудно место у конструкцији друштвене стварности, а у модерном добу у садејству са модерним информационим технологијама све већих капацитета и могућности, та је улога наглашена и умножена. Феноменални карактер „покретних слика” (у коме год медију да се оне „крећу”), уводи нас у „други свет” (не без наше воље) и чини да тај „други свет” признамо као стваран. „Знакови на екрану нису стварност у којој живимо већ програмиране апстракције или одабране копије стварности” (Bleuel 1984).

Улогу медија у формирању јавног мњења и значај њиховог утицаја на постављање друштвених приоритета деце и младих, уочавају бројни истраживачи у овој области.

¹ Абрамовић, Драгана. „Општа и локална правила”, *ЛИНК—часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 3.

² Детаљније видети: Божовић, Драгана. „Новинарска етика и секундарна виктимизација у штампаним медијима у Србији”, *ЦИМ Комуникација и медији*, 12.40 (2017): 37–65.

Канкл и Смит истичу: „начин на који се у једној држави схвата детињство, како се опажа или стереотипизира понашање младих, како се третирају деца – у погледу закона који треба да их штите и политике која треба да им иде у корист – зависе од тога како децу виде њени грађани. Све је ово свакако под утицајем сазнања које људи имају о деци, а један од основних извора тих сазнања чине управо медији” (Kunkel & Smith 1999: 79). Дакле, основни задатак медија је да информишу масе, услед чега имају велику снагу и моћ да утичу на јавно мњење, па и да формирају мишљења људи о деци, али и схватања деце о себи и утолико је одговорност медија већа (Торлак 2016: 223).

1.2. Утицај медија на децу

У Члану 1. *Конвенције о правима детета*³, усвојеном на Заседању Генералне Асамблеје Уједињених Нација, 20. новембра 1989., наводи се: „дететом се сматра особа испод 18 година, уколико се законом дате земље пунолетство не стиче раније” (УН 1989). Питање како медији утичу на децу, њихов когнитивни развој и социјалне способности укључује комплексан интерактивни однос деце и медија, односно разматрање неколико поља утицаја и последица:

1. релација медији – деца;
2. релација деца – медији;
3. специфични ефекти обе наведене релације.

Наиме, иако постоји начелно слагање да медији директно утичу на децу, она нису пасивни конзументи, већ напротив, као и одрасли, у интеракцију са медијима уносе сопствено искуство, стварају значења и реагују на садржај медија у зависности од жеља и склоности. Дечије когнитивне, емоционалне и социјалне способности развијају се током времена, па се тако и њихово схватање света мења са искуством које стичу у интеракцији са укупним друштвеним окружењем. Значење медијског садржаја није, дакле, нешто што искључиво припада самом садржају, нити произилази из самосталног размишљања детета, већ представља резултат интеракције детета и медијског садржаја, односно начина на које дете види и доживљава тај садржај.

Др Весна Анђелковић, психолог и професор у Департману за психологију Филозофског факултета у Нишу наглашава: „веома је важно, најпре, да знамо да негде у предшколском узрасту, когнитивни апарат, мишљење деце, памћење, итд., има специфичне развојне токове. Деца баш због тих специфичности другачије разумеју медијске садржаје. О томе мора увек да се води рачуна, приликом избора медијског садржаја када су деца у питању. Конкретно, деца не праве јасну разлику између онога што је реалност и симбола који означава реалност. Поента је да не праве јасну границу између тога шта је стварност, а шта представа стварности” (Анђелковић 2014).⁴

³Конвенција о правима детета, Скупштина Уједињених нација, 20. новембар, 1989. године, доступна преко: <https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf>. (Датум приступа: 15.09.2019. године).

⁴Анђелковић, Весна. „Какав је заиста утицај медија на децу”, Супер Радио, март, 2014., доступно преко: <http://www.superradio.rs/info/kakav-je-zaista-uticaj-medija-na-decu/>. (Датум приступа: 20.10.2019. године).

У процесу развоја когнитивног апарата, односно почев од предшколског периода па до пубертета, веома је важна улога одраслих у избору медијског садржаја које ће деца пратити као и спремност одраслих, пре свега родитеља, потом васпитача у предшколским установама, затим учитеља, наставника и професора у школама, да на квалитетан начин, а у дететовом најбољем интересу, учествују у процесу интеракције деца – медији. Од велике важности је, дакле, њихова спремност да одвоје време и разговарају са децом и одговарају на одређене дилеме и конфузије које могу евентуално настати у праћењу неких медијских садржаја.

Данас деца паралелно упознају свет око себе и свет медија, те због тога, уз кључну улогу родитеља и васпитача, улога и одговорност медијских професионалаца добија све већи, а у одређеним случајевима и одлучујући значај.

У новије време, телевизија је у начину провођења слободног времена деце, добила јаку конкуренцију у различитим видео и рачунарским игрицама. Мада захтевају одређене техничке услове, односно поседовање рачунара одређене конфигурације да би се игрице покренуле и да би текле оном брзином и квалитетом којом је њихов творац претпоставио, рачунарске игрице су у далеко већој мери прилагођене циљној групи (Тубић и Тубић 2005). Настале, значи, за одређену популацију која има (углавном) испрофилисана интересовања, склоности, ставове и вредности (и поглед на стварност?), рачунарске игрице лако проналазе пут до крајњег корисника, најчешће, деце. Морамо рећи да је телевизија створила добру основу, односно предуслове за добар пријем рачунарских игрица, стварајући од детета пасивног примаоца информација, посматрача. Дете не мора и не треба да размишља, његов задатак је само да усвоји правила игре.⁵

У стручној литератури се наводи да је најзаступљенији облик кршења права деце у домаћим медијима приказивање неприкладних садржаја, не само у ноћним сатима, већ и у дневним терминима. Последице одрастања уз такве медијске садржаје више су него очигледне, јер дете почиње да прихвата насиље као модел понашања, навикава се на патње других, смањује осећај емпатије. У Републици Србији телевизије имају обавезу да, према својој процени, означавају програм са „12“, „16“ (не смеју да се емитују пре 22:00) или „18“ (не смеју да се емитују пре 23:00), како би гледаоци знали за који је узраст примерен. Ознака „12“ говори да програм није прикладан за децу млађу од 12. година, али Закон дозвољава да се такви програми емитују током читавог дана, што уједно представља и највеће одступање од праксе европских земаља.⁶

Абрамовић наводи да у неким земљама постоји и договор између власти и медија да се садржаји штетни за децу сведу на минимум, уз загарантовану слободу изражавања. Дечија медијска права могу да буду регулисана кроз локалне уредбе које се односе на медије, подржане различитим високим садржајем медијских програма, повећањем литературе о медијским садржајим, а намењене родитељима, наставницима, медијским радницима, политичарима, али и самој деци. Наравно у све то мора да буде укључено велико и свеобухватно знање о односу деце и медија. (Абрамовић 2012: 3).

⁵Постоје, наравно, игрице које захтевају развијање одговарајућих стратегија да би се надмудрио противник, али те игрице имају далеко ужу циљну групу.

⁶Детаљније видети: Миливојевић, Снежана. „Деца у медијском огледалу“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 41–60. Милановић, Јадранка. „Међународни новинарски кодекси и дечија права“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 87–105.

Кукић, Сандра. „Мали људи у дрштву информација. Представљање дјече у дневној штампи у Србији“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 61–86.

Улога медија има, свакако, и своју позитивну страну. Медији у великој мери доприносе подизању нивоа свести о важности заштите права детета. Новинари, све чешће, упозоравају на случајеве кршења права деце у многим областима и критикују недостатке у заштити истих. Они дају важне и значајне информације, образују, едукују, промовишу здраве стилове живота и сл. Медији утичу на формирање укуса и представљају најбржи начин пласирања неке информације. Нарочито је значајно афирмисање деце, промовисање њихових резултата, талената и успеха, јер се на тај начин подстиче свако од њих да буде боље и успешније како би се и о њима говорило. Неспоран је утицај медија на образовање и културно обогаћивање. Бројне садржаје који су нам недоступни управо добијамо путем медија. Интернет, као врста медија, има и те како велику улогу у животу свих нас. Захваљујући Интернету, на пример, веома брзо добијамо информације, упознајемо различите културе, сликом и речју директно пратимо значајна дешавања, едукујемо се и обогаћујемо своје знање.

У Србији је новинарство, као огледало друштва, крајем 20. и почетком 21. века претрпело дубоке трансформације и промене (како у позитивном, тако и у негативном смислу) услед година санкција, рецесије, ратова, сецесионизма. То је свакако морало да се одрази и на писање о деци (Торлак 2016: 214). Са друге стране видљивост деце у медијима у Србији веома је мала у односу на укупан број деце, док је структура програмских садржаја намењених деци садржајно и жанровски сиромашна, тако да не одговара потребама деце нити потреби друштва да медији активно учествују у процесу образовања деце и њиховог адекватног развоја, као и у процесу стварања услова за конструктивно учешће деце и младих у друштву. Променом односа медија према деци и њихово лично и социјално окружење би се мењало, а укљученост деце у активности везане за њих, значе и бољу заштиту, али и представљеност у медијским садржајима.

2. Заштита права детета у медијима – правни оквир

2.1. Права детета и медији

Члан 17. *Конвенције о правима детета* детаљније разматра однос права деце и медија, те га, због основне теме овог приручника, износимо у целини. „Стране уговорнице уважавају значајну улогу средстава информисања и обезбедиће да дете има приступ информацијама и материјалима из значајних националних и међународних извора, посебно оних који су усмерени на развој његовог социјалног, духовног и материјалног добра, као и физичког и менталног здравља. У том циљу стране уговорнице ће:

- подстицати средства јавног информисања да шире информације и материјале од друштвеног и културног интереса за дете [...];
- подстицати међународну сарадњу у изради, размени и ширењу таквих информација и материјала из различитих културних, националних и међународних извора;
- подстицати издавање и дистрибуцију дечјих књига;
- подстицати средства јавног информисања да посвете посебну пажњу језичким потребама детета које припада мањинској групи или је домородац;
- подстицати развој одговарајућих смерница за заштиту детета од материјала и информација штетних по његово добро, имајући у виду члан бр. 13. [...].”

Чланови бр. 12., 13. и 16. *Конвенције* фокусирају се на комуникациона права детета, па тако Члан бр. 12 афирмише „право на слободно формирање и изражавање мишљења о свим питањима која се тичу детета”, док у Члану бр. 13. пише да „дете има право на слободу изражавања: право обухвата слободу да тражи, прима и даје информације и идеје свих врста без обзира на границе, било усмено, писмено или штампано, у уметничкој форми или преко било ког другог средства информисања по избору детета.”

Члан бр. 16. *Конвенције* о правима детета шири сферу заштите дечјих права регулисањем „права на приватност и заштиту од напада на породицу, дом, преписку или част и углед детета.”

Деца доспевају у жижу интересовања, појављују се на насловним странама и у ударним информативним емисијама када су жртве насиља или када су сама починиоци кажњивих дела. Притом се истичу негативни аспекти њиховог понашања, породичне прилике, подаци о здравственом стању или се дају нестручне процене понашања и карактера, што може штетити развоју детета. У тим случајевима, често, бивају откривени њихови идентитети кроз објављивање имена, презимена и фотографије деце или пак кроз објављивање пуног имена и презимена њихових родитеља, браће, сестара. Непримерено извештавање медија може додатно трауматизовати децу и утицати на њихов развој, изазвати нежељене реакције и осуду околине, учинити њихову интиму доступном. а можда чак и угрозити њихову сигурност. Забрињавајуће је што поверљиве

информације којима могу располагати само полиција, здравствени и социјални радници, а који су дужни да их чувају као службену тајну, доспевају до новинара и бивају објављене.

„Најбољи интерес детета”, један од четири принципа *Конвенција о правима детета*, који се односи и на саме медије, извештавање о деци и заштиту приватности. Овај принцип медији треба да поштују сваки пут када извештавају о деци. Да се запитају да ли је у реду да објаве име детета, његову фотографију или адресу на којој станује. Да се запитају како ће таква информација да се одрази на само дете, и да ли је то у најбољем интересу детета. Важно је да се свакој причи приступи посебно, јер није довољно да родитељи дају свој пристанак да се о њиховом детету извештава. Постоји велики број различитих правила, постоје кодекси и закони, али је веома битно да медији схвате да је сваки појединачни случај специфичан, и да га тако треба и третирати (ЦЕПРОМ 2018: 10).

2.2. Законодавство Републике Србије

Закон о јавном информисању и медијима Републике Србије⁷ који је усвојен 2014. године, садржи низ одредби чији је циљ заштита права детета у медијима. Тако Члан бр. 77. овог *Закон* прописује да се у јавним гласилима мора посебно водити рачуна да садржај јавног гласила и начин дистрибуције не нашкоде моралном, интелектуалном, емотивном или социјалном развоју малолетника. Затим, Члан бр. 78. забрањује јавно излагање порнографије на начин доступан малолетницима, као и постављање порнографских садржаја на прву и последњу страну порнографске штампе, док свака порнографска публикација мора садржати јасно упозорење да није намењен малолетним лицима. Члан бр. 80., став бр. 3., прописује да се малолетник не сме учинити препознатљивим у информацији која вређа његово право или интерес.

Закон о радиодифузији⁸, донет 2002. године, прописује обавезу емитера да доприносе подизању општег културног и сазнајног нивоа грађана (Члан бр. 68). Међутим, овај *Закон* не садржи посебну одредбу којом се прописује обавеза емитера да доприносе подизању општег културног и сазнајног нивоа деце као и подизању свести и знања о правима детета. Само посредно, а на основу појединих законских одредби, може се закључити да је законодавац препознао важност емитовања програма за децу. Тако се у Члану бр. 66., у делу који се односи на плаћање накнаде емитера за емитовање програма, прописује – као један од критеријума који одређује висину накнаде – удео образовно-научних; културно-уметничких; дечијих или сопствених информативних програма у укупном програму који се емитује, те се тако и емитери стимулишу да у програмску концепцију укључе програме од значаја за децу.

Такође, у Члановима бр. 77. и бр. 78., којима се регулишу питања која се односе на јавни радиодифузни сервис, а чији су носиоци републичке и покрајинске радиодифузне установе, прописују се посебне обавезе тих установа у остваривању општег интереса у

⁷Закон о јавном информисању и медијима, „Службени гласник РС“, бр. 83/2014, 58/2015, 12/2016 (Аутентично тумачење), доступно преко: <http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20javnom%20informisanju%20i%20medijima.pdf>, (Датум приступа: 01.09.2019. године).

⁸Закон о радиодифузији, „Службеном гласник РС“, бр. 42/2002, 97/2004, 76/2005, 62/2006, 85/2006, 86/2006 и 41/2009., доступно преко: <http://static.rtv.rs/files/20091024/Zakon-o-radiodifuziji.pdf>, (Датум приступа: 01.09.2019. године).

области јавног радиодифузног сервиса. Једна од обавеза јавног сервиса јесте да производе и емитују програме намењене свим сегментима друштва, без дискриминација и да нарочито воде рачуна о специфичним друштвеним групама као што су деца и омладина, мањинске и етничке групе, социјално и здравствено угрожени, глувонеми и др., али без дефинисања који проценат програма мора бити намењен деци и омладини. Члан 19. овог Закона утврђује обавезе Републичке радиодифузне агенције (РРА) у заштити права малолетних лица: „Агенција се стара о заштити малолетника и поштовању достојанства личности у програмима који се приказују посредством рада и телевизије, о чему доноси опште обавезујуће упутство. Агенција се нарочито стара да програми који могу да нашkode физичком, менталном или моралном развоју малолетника не буду доступни путем радија или телевизије, изузев када је временом емитовања или техничким поступком обезбеђено да малолетници, по правилу, нису у прилици да их виде или слушају. Приказивање програма који тешко угрожавају физички, ментални или морални развој малолетника, забрањено је.”

Закон о оглашавању,⁹ донет 2016. године, садржи неколико значајних одредби којима се штите права малолетних лица приликом оглашавања. Наиме, овим Законом се прописују начела оглашавања, која, иако не садрже посебне ставове који се односе на децу, представљају начела чије је поштовање од великог значаја за заштиту малолетних лица, као што су: начело слободе оглашавања, начело истинитости, потпуности и одређености поруке, начело препознатљивости огласне поруке, начело забране дискриминације и начело забране повреде морала.

Закон такође прописује и начело забране злоупотребе поверења у смислу забране коришћења огласне поруке у циљу злоупотребе поверења малолетних лица према ауторитету. Тако се у Члану бр. 6. прописује да се поштом огласном поруком не може злоупотребљавати поверење, однос зависности или привржености, лаковерност, недостатак искуства или знања и сујеверје прималаца огласне поруке. Такође, огласна порука не може да садржи елементе којима се отворено или прикривено прети, изазива, подржава, односно потпомаже насиље или неоправдан страх или којима се примаоцима поруке обраћа са становишта ауторитета: подређенима, малолетним лицима, економски или на други начин зависним особама. Члан бр. 31. регулише питања злоупотребе сексуалности малолетних лица и наводи: „1) дечаци и девојчице млађи од 16 година не смеју се у огласној поруци доводити у везу са сексуалношћу; 2) мушкарци и жене не смеју у огласној поруци бити приказани као дечаци или девојчице са сексуалним одликама одраслих.”

У смислу забране злоупотребе утицаја на малолетна лица, Закон о оглашавању у Члану бр. 48. прописује да се лично добро (име, лични запис, видео и дигитални запис, изговорене речи и сл.) јавних личности, као што су музичари, глумци, спортисти, политичари и други, не може употребљавати у оглашавању производа намењених малолетним лицима, нити се у огласним порукама могу појављивати водитељи и спикери радио и телевизијских емисија за децу.

У посебном делу Закона о оглашавању којим се уређује оглашавање намењено малолетним лицима, прописују се неколико група забрана. Прва група забрана (Чланови бр. 130–132) односи се на злоупотребу искуства, незнања и лаковерности малолетних

⁹Закон о оглашавању, „Службени гласник РС“, бр. 6/2016, доступно преко: <http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20oglasavanju.pdf>, (Датум приступа: 01.09.2019. године).

лица, па се прописује да огласна порука намењеном малолетним лицима не може садржати неистините податке о оглашавањем производу и услузи, нити да, уз податак о цени, може да садржи и вредности суд о цени, посебно речи: „бесплатно“, „два за један“, „само“, „ситница“, „у бесцење“, „повољно“ и слично. Такође, огласном поруком која је намењена малолетним лицима не може се рекламирати производ који није њима намењен, нити могу да се препоручују лекови и медицинска средства. „Огласна порука намењена деци не сме на непосредан начин да подстиче децу на куповину или да их подстиче да куповину захтевају од својих родитеља“, пише у Члану бр. 132. овог Закона.

Друга група забрана (Чланови бр. 133.–135.), обухвата забране чији је циљ заштита здравља, развоја и интегритета малолетних лица. Наводи се да огласна порука намењена деци не сме да садржи ништа што би навело дете на понашање којим би могло да повреди свој физички, душевни, емоционални или други интегритет. Такође, огласна порука намењена деци не сме да садржи приказ детета у опасној ситуацији, као што је пењање на необезбеђене објекте, улазак у непознате просторије, разговор са непознатим људима и слично, или детета које је без надзора родитеља у поседу или у близини опасних материја или опреме, као што су шибице, упаљач, бензин, лекови, електрични уређаји у домаћинству и слично, осим ако се огласном поруком непосредно промовише сигурност деце и заштита њиховог интегритета. Огласна порука намењена деци не сме да садржи приказ насиља, укључујући и сцене насиља између анимираних ликова, лутака и слично.

У трећој групи (Члан бр. 136.), јесу забране огласних порука које сугеришу да се коришћењем одређених производа и услуга стичу физичке, интелектуалне или друштвене предности у односу на остала малолетна лица.

Четврта група забрана регулисана овим законом (Члан бр. 137.–139.), тиче се заштите ауторитета породице и школе, па се тако забрањују огласне поруке којима се код малолетних лица нарушава ауторитет родитеља, браће, сестара и других чланова породице, предшколских и школских другова, наставника, лекара. Оглашавање у школи, обданишту или другој установи намењеној малолетницима није дозвољено, осим ако огласна порука служи заштити општег интереса и интереса малолетника (друштвена кампања), и ако не препоручује појединачно одређеног произвођача робе или даваоца услуге.¹⁰

2.3. Новинарска етика

Професионализација и легитимизација новинарства као професије, подразумева и изградњу кодекса као саморегулаторне норме, која ће бити општеприхваћена међу припадницима професије. Професионализам у новинарству представља важну димензију свих медијских система, морални идеал и етичку вредност у новинарској заједници. Функција усвајања етичких кодекса је успостављање општих стандарда и вредности, чиме се отвара и могућност успостављање поверења између новинара и јавности. Дефинисање

¹⁰ О надлежностима Републичке радиодифузне агенције и Закона о оглашавању детаљније видети тумачење маркетиншког стручњака Владимира Чех-а, члана Радне групе која је припремала Закон о оглашавању доступно преко: <http://www.20oktobar.edu.rs/wp-content/uploads/2017/09/Deca-i-mediji.pdf>. (Датум приступа: 22.10.2019.), стр. 7–8.

нормативне етике одређује права и дужности, професионална правила и обезбеђује регулисање медијске праксе (Малешевић 2018: 28).

„Друштвено установљене норме и вредности имају значај само уколико су прихваћене и поштоване од припадника друштва. Тако је и са професионалним медијским стандардима и етичким принципима, који утемељење налазе у медијском извештавању које је у складу са дефинисаним и широкоприхваћеним кодексом. Придржавање смерница дефинисаних кодексом новинарске професије захтева се од новинара и уредника и целокупних медијских организација које стоје иза јавно изговорене речи. Одговорност новинара за јавну реч од почетка је био један од основних захтева етичких кодекса, која је временом добијала на значају” (Малешевић 2018: 31).

Гордана Новаковић, генерална секретарка Савета за штампу у Извештају Центра за професионализацију медија и медијску писменост – ЦЕПРОМ „Медијска слика деце у Србији 2018”, наводи да постоји **извештавање о деци без деце**, јер анализом тема о којима медији доминантно извештавају, а то су социјална брига, помоћ, подршка и здравље деце, односно злостављања, несреће и насиље, лако се може закључити да су то углавном прилози у којима „одрасли говоре о томе како брину или не брину о деци, како им помажу (или одмажу), како их штите или повређују. То су **прилози у којима најчешће нема деце, она су тема, али ни о чему не говоре. Њих нико не пита шта они мисле о било чему и шта је њима важно.** То је проблем који често занемарујемо, а од суштинског је значаја за децу” (ЦЕПРОМ 2018: 16).

Савет за штампу је примио релативно **мали број жалби због прекршаја Кодекса новинара Србије у текстовима који су се односили на децу**. Мали број жалби је, највећим делом, последица тога да право на жалбу имају само родитељи деце на коју се текстови односе, или невладине организације, уколико су текстом повређена права групе деце, што се ретко дешава. Посебан проблем је и то што родитељи у најтежим ситуацијама, рецимо кад им погине дете, у стању шока не могу рационално да расуђују, а новинари то, зарад сензационализма, знају да злоупотребе. Веома је, међутим, важна и едукација публике, јер грађани имају право да не буду само пасивни конзументи медијских садржаја (ЦЕПРОМ 2018: 16–17).

Деца се врло често злоупотребљавају зарад сензационализма, јер је сензационалистичко извештавање „мамац” за публику. У сваком десетом тексту у штампи крше се етички принципи и **Кодекс новинара Србије**,¹¹ приликом извештавања о деци, што је посебно алармантан налаз. Недозвољено откривање идентитета, угрожавање права и достојанства деце и коришћење непримерених и узнемиравајућих садржаја најчешћи су прекршаји Кодекса новинара Србије приликом извештавања о деци. Секундарна виктимизација детета честа је појава у домаћим медијима, посебно у дневној штампи, јер начином извештавања медији често наносе додатну штету детету које је већ претрпело одређено насиље, злостављање или несрећу. Медији занемарују оно што се назива „најбољи интерес детета” као један од принципа Конвенција о правима детета. Налази истраживања које је УНИЦЕФ протеклих година спроводио са Удружењем новинара Србије и са регулаторним телом, показали су да је много више прекршаја Кодекса новинара Србије у штампаним медијима, као последица чињенице да су етички кодекси саморегулативна акта, а не законска регулатива, што значи да не подразумевају

¹¹Кодекс новинара Србије, доступно преко: http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinar_Srbije.pdf, (Датум приступа: 10.09.2019. године).

изричите санкције, кривичне пријаве и плаћање казни, као што је случај са електронским медијима (ЦЕПРОМ 2018: 10–19).

Све претходно наведено доводи до стварања „нездраве” медијске климе која негативно утиче и на саму децу и на перцепцију деце у јавности. Однос закона и других регулаторних облика битно се мења у савременим друштвима, па донекле и код нас, али увек остаје да је закон суштина, а да је све остало необавезујуће. Саморегулација, међутим, постаје битна, јер се они који су професионалци обавезују да ће нешто радити, односно да нешто неће, па је питање њиховог кредибилитета, па и опстанка, везано за то колико се држе своје речи и потписа. Медији су увек позвани да подижу ниво информисаности и „видљивости” неког проблема, свест грађана, опште, стручне и пословне јавности о томе како би ваљало да се ради са децом и за децу. Ако деца то не заслужују, онда можемо очекивати да ћемо сутра живети у друштву које нам се не би допало (Трбојевић 2012: 5).

3. Актуелна слика деце у медијима

3.1. Тематске области

Нема значајне разлике поводом тематских области, интерпретативних оквира, стереотипа у медијском приказу деце, идентификацији деце, нити приступу извештавању о деци између медија са националном покривеношћу и локалних и регионалних медија. Нешто већа разлика примећује се у степену видљивости деце у локалним и регионалним медијима, мерено критеријумом дужине штампаних текстова и минутажом у телевизијским и радијским програмима.

Појединачно најзаступљенија тема је насиље над децом и кршење права деце (злостављање или занемаривање у породици, дискриминација са физичким и вербалним насиљем, сексуална и економска експлоатација деце). Затим, на другом месту, по обиму видљивости, јесте област анти-социјалног понашања деце, малолетничке деликвенције, сукоба са законом (наркоманија и алкохолизам, криминалне радње, физичко и психичко насиље над другом децом). Несреће, сиромаштво, драматични догађаји у животу деце је тематска област која по обиму видљивости у националним медијима заузима треће место. Јавна политика, социјалне мере, закони и прописи су следећа тематска област која има одређени степен видљивости (четврти) у медијима са националном покривеношћу. Следи затим, тематска област хуманитарних акција и активности локалних и регионалних заједница, као и друштва у целини на пољу помоћи угроженој деци и породицама. Мању видљивост имају афирмативни текстови о деци (успеси у школи, на такмичењима, у спорту, у култури и сл.), јавна афирмација деце (акције, концерти, представе).

Образовање и васпитање деце и односи у породици су тематска област са најмањом видљивошћу, док права детета имају изузетно лош третман, и осим у спорадичним случајевима, готово да се и не помињу у медијима.

3.2. Интерпретативни оквир и стереотипи у медијском приказу деце

Интерпретативни оквир (по редоследу учесталости):

- ✓ пасивно дете;
- ✓ нема жртва (предмет заштите);
- ✓ дете насилник;
- ✓ дете зависник, деликвент;
- ✓ невидљиво дете (занемарено мишљење и угао гледања детета на ствари и догађаје);
- ✓ дете у промоцији одраслих;
- ✓ успешно дете;

- ✓ проактивно дете.

Стереотипи у медијском приказу деце (по редоследу учесталости):

- ✓ „слатко, мало дете”;
- ✓ „мали ђаволи”;
- ✓ „људи у настајању”;
- ✓ немоћне особе;
- ✓ дете као илустрација;
- ✓ дете у промоцији одраслих;
- ✓ дете као жртва;
- ✓ лоша деца;
- ✓ неодговорни тинејџери;
- ✓ проблематична деца;
- ✓ напуштена и запуштена деца;
- ✓ добра деца;
- ✓ сјајна, успешна деца;
- ✓ неуспешна деца;
- ✓ проактивна деца (деца која примерено свом развоју и индивидуалним способностима иницирају акције, успешно их спроводе, доносе одлуке).

3.3. Извори информација о деци и идентификација деце

Извори информација о деци (по редоследу учесталости):

- ✓ неименовани извори;
- ✓ званични државни органи и институције;
- ✓ социјалне институције, школе;
- ✓ родитељи, старатељи, сродници, пријатељи;
- ✓ експерти, стручњаци;
- ✓ сведоци, случајни учесници;
- ✓ анонимни извори;
- ✓ међународне организације и институције;
- ✓ невладине организације (НВО);
- ✓ болничке и друге здравствене установе;
- ✓ црква;
- ✓ деца (која нису актери догађаја, али су питана за мишљење);
- ✓ политичари.

Идентификација деце (по редоследу учесталости):

- ✓ недиференцирана, имперсонална гупа („деца уопште”);
- ✓ пасивни – активни учесници догађаја.

3.4. Приступи извештавању о деци и вредносно одређење

Приступи извештавању о деци:

- ✓ Приказивање деце у претежно негативним контекстима, било као рањиве и беспомоћне, било као проблематичне и опасне;
- ✓ површан и сензационалистички приступ;
- ✓ одуство социо-културног контекста;
- ✓ коришћење детета као средства за привлачење пажње на друге теме, или за придавање значаја другим темама;
- ✓ имплицитно или експлицитно вредновање деце, искључиво на основу мерила одраслих;
- ✓ стереотипизовано, често црно-бело приказивање (анђели или ђаволи); укључујући и предрасуде о „данашњој деци” услед незнања и страха од новог;
- ✓ неосетљивост за развојне, индивидуалне и друге особености и потребе деце.

Вредносно одређење у медијским приказима о деци (по редоследу учесталости):

- ✓ негативно;
- ✓ позитивно;
- ✓ неутрално.

Деца у медијима у Србији имају третман мањине, и то запостављене, па самим тим и дискриминисане мањине. Декларативно, деца имају велики значај за друштво и његов развој, уживају неподељену симпатију јавности, али у тој јавности се појављују спорадично, док је слика о њима упрошћена и сведена највећим делом на слику пасивних, урожених, немоћних или деликвентних особа. Медији веома мало доприносе томе да одрасли упознају и разумеју свет деце, нити да деца буду препозната као личности и као значајна друштвена и културна снага. Насупрот томе, медији своју улогу ограничавају на повремено пружање помоћи, „гашење пожара” или, што је учесталија појава, на сензационалистички приказ „актуелног момента”, „данашњег стила живљења”, „данашње деце”, „модерних родитеља”.

4. Пожељна пракса у медијском представљању деце

4.1. Интервјуисање деце

Интервјуу треба прићи са јасним, унапред утврђеним ставом о ономе што желите да чујете од детета. Обратити пажњу на следећа питања:¹²

- не наносити штету нити једном детету;
- избегавати питања, ставове или коментаре који: осуђују и не уважавају културне вредности детета, излажу га опасности или понижењу или оживљавају његову бол и тугу изазвану неким трауматичним догађајима;
- не дискриминисати децу при избору за интервју с обзиром на пол, расу, доб, веру, статус, образовање или физичке способности;
- не тражити да деца испричају причу или учине нешто што није део њихове сопствене приче;
- детету или старатељу јасно дати до знања да разговарају с новинаром;
- објасните сврху интервјуа и како ће бити употребљен;
- дететову причу или слику увек стављати у тачан контекст;
- увек променити име и замутити лик сваког детета за које је утврђено да је:
 - жртва сексуалног злостављања или искориштавања;
 - починитељ физичког или сексуалног злостављања;
 - ХИВ позитивно, или дете оболело од АИДС-а, осим ако дете, родитељ или старатељ потпуно свесно дају сагласност;
 - оптужено или осуђено за злочин.¹³

Важан аспект поштовања дечјих права у медијима јесте и начин на који новинари/ке интервјуишу децу. У издању *Дечја права и медији – Омогућавање деци да уживају своја права, смернице за запослене у медијима*, Међународне федерације новинара, дате су препоруке како ефикасно и правилно интервјуисати децу:

- ✓ интервјуи са децом треба, осим у изузетним случајевима, увек да се обављају уз присуство некога ко ће деловати у најбољем интересу детета, ко ће штитити дете и прекинути интервју ако је то неопходно;
- ✓ лице које интервјуише дете треба да седи или стоји на истој висини на којој је дете, и не сме да „гледа с висине“, ни буквално ни метафорички;
- ✓ у случају радијског или телевизијског интервјуа, неопходно је да дете буде опуштено, а не напето нити уплашено камером или технологијом. Ово може да

¹²УНИЦЕФ-ове смернице за извештавање о деци: *Медији и права детета*, практична упутва за запослене у медијима, за УНИЦЕФ припремила организација MediaWise, друго издање 2005., доступно преко: <https://www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org.serbia/files/2018-06/Mediji-i-prava-deteta.pdf>, (Датум приступа: 15.09.2019.).

¹³Ауторка је такође користила за дефинисање критеријума интервјуисање деце као извор: *Деца у медијском огледалу*, представе о деци у информативним медијима у Србији, Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука, Универзитета у Београду, УНИЦЕФ, новембар 2010., Београд, доступно преко: <https://www.unicef.org/serbia/media/6181/file/Deca%20u%20medijskom%20ogledalu.pdf>, (Датум приступа: 20.10.2019.).

значи и да сниматељи треба да са дететом проведу неко време пре него што укључе камеру и на дете упере светло;

- ✓ питања треба да буду упућена детету а не одраслом, а одрасли пратилац треба да посматра и интервенише – јер ћете у противном добити причу одрасле особе, а не дететову;
- ✓ лице које интервјуише треба да има смирен, пријатељски и неутралан глас, и да не реагује са запрепашћењем и згранутошћу;
- ✓ питања треба да буду јасна и недвосмислена, и не треба да наводе. Прво постављамо отворено питање (тако да дете не осећа притисак да одговори на било који специфичан начин), а онда користимо затворена питања да се усредсредимо на чињенице које треба да проверимо;
- ✓ питања треба понављати на различите начине да би се проверило да ли је дете разумело смисао и да ли се изразило јасно;
- ✓ боље је постављати питања у вези са чињеницама о томе шта је неко рекао или урадио, него да питате како се дете осећало. Треба тражити сваки могући вид сарадње (што представља добру праксу за све врсте интервјуа);
- ✓ ако се интервју обавља уз помоћ преводиоца, водите рачуна да преводилац преводи тачно оно што дете каже, а не да тумачи или резимира одговоре.¹⁴

Да ли тражити дозволу од родитеља или старатеља за интервјуисање детета? Зависи од теме о којој се жели разговарати са дететом. Уколико тема не може да узнемири дете или изазове непријатна осећања у детету (као на пример разговор о томе шта воли ради у слободно време, шта воли да једе и сл.), нема преке потребе за тражењем дозволе. Међутим, у ситуацијама када новинар жели да разговара са дететом о темама које могу да га узнемире, ражалосте, заплаше, обавезна је дозвола родитеља или старатеља. Када је могуће и прикладно, то допуштење треба да буде у писменом облику. Допуштење се мора добити у околностима у којима се гарантује да ни дете нити старатељ нису ни на који начин присиљени, те да разумеју да су део приче која може бити објављена у њиховој земљи и свету. Ово се обично гарантује само онда када је допуштење добијено на дететовом матерњем језику и одлука донета у договору с одраслом особом којој дете верује.

У каквом амбијенту интервјуисати децу? У пријатном и пријатељском амбијенту за дете у којем ће се осећати опуштено и задовољно. Ограничити број особа које постављају питања, као и број фотографа/камермана. Покушати да се омогући да се деца осећају мирно и слободно и да могу да испричају своју причу без спољњег притиска, укључујући и притисак од особе која поставља питања. У видео и тонским интервјуима, имати на уму да избор визуелне или звучне позадине може дати назнаке о детету и његовом животу и причи. Осигурати да дете није угрожено или изложено непријатностима због приказивања неговог дома, заједнице или окружења у којем живи.

Да ли интервјуисати дете увек и само у присуству родитеља или старатеља? Зависи од теме о којој се разговара.

¹⁴Преузето из: Дурман, Растислав. „Уместо знака узвика”, *ЛИНК – часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 21.

Да ли детету треба објаснити своје намере? Да, веома је пожељно и важно.

Да ли тражити од деце дозволу да се објаве њихова имена и фотографије?

Да.

Да ли тражити дозволу од родитеља и старатеља да се објаве имена и фотографије деце? Да. Треба утврдити могуће последице објављивања имена и фотографије деце, о томе разговарати са родитељима, старатељима и уредником.

Да ли проверавати исказе деце онако како се то чини са исказима одраслих?

Да, било у разговору с другом децом или неком одраслом особом, а најбоље и с једнима и с другима

Да ли дати детету, родитељима и старатељима објављени интервју на увид? Да, то је обавеза новинара, а право детета.

Осигурање да се деца не експлоатишу у комерцијалне сврхе?¹⁵ Интервјуисање детета у комерцијалне сврхе је забрањено, те се треба осигурати да видео или тонски снимак, као и фотографије, не буду употребљене у комерцијалне сврхе.

4.2. Снимање ментално оболелих особа

Снимање ментално оболелих особа је забрањено етичким кодексима, јер је њихова одговорност за сопствене речи и поступке умањена, или је нема. Исто тако, замагљивање лика оваквих особа можда не извргава понижењу конкретну особу, али то чини свим особама у њеном или сличном стању, као групи.

4.3. Заштита идентитета

Један од највећих изазова у Републици Србији је поштовање новинарске обавезе да се уважава најбољи интерес детета и то већ у области заштите његовог идентитета.

Заштита идентитета се постиже се на следеће начине:

- графички замагљеним ликом;
- снимањем саговорника с леђа;
- снимањем саговорника *en face*, где се у контрасту светла добија тамна силуета;
- компјутерском изменом боје гласа;
- навођењем иницијала уместо личног имена и презимена.

¹⁵Ауторка препоручује да се погледају и смернице које је објавио Центар за професионализацију медија и медијску писменост – ЦЕПРОМ, резултати истраживања „Медијска слика деце у Србији 2018.“, Министарство културе и информисања, БЕОГРАД, 2018., посебно стране 14–15, где Милорад Ивановић, координатор за западни Балкан Дарт центра за новинарство и трауме при Колумбија универзитету у Њујорку износи смернице „Како интервјуисати децу која су жртве злочина или актери инцидента?“.

Питање идентитета детета је комплексно и укључује и следеће елементе: националну припадност, расу, пол, матерњи језик, вероисповест, чињеницу да је дете усвојено, расељено, у хранитељској породици или систему социјалне заштите. Услед наведеног, заштита идентитета детета у медијима мора укључити и ове елементе како би заштита била потпуна и делотворна. Заштита идентитета детета¹⁶ је за новинаре у ствари **тест спремности да се пише из угла права детета**, спремности да се уваже права и добробит сваког појединачног детета.

Трака преко очију: скривање идентитета као имплицитна криминализација. Црни повез преко очију је вишеструко непримерен метод „заштите“ идентитета деце, а црни повез има и контекстуално негативни смисао, јер се обично користи за приказивање оптужених за разна криминална дела, па његово коришћење индиректно криминализују све који се тако приказују (УНИЦЕФ 2010: 56).

Разни видови индиректне идентификације указују првенствено на небригу заштите идентитета детета и на непостојање свести о последицама његовог откривања у различитим ситуацијама. У малим местима откривање детаља о другим учесницима или месту догађаја равно је директној идентификацији. Исто тако, сликовити детаљи о догађају, фотографије са места несреће, злочина или болнице у многим случајевима откривају и новинарску непажњу и, индиректно, идентитет детета (УНИЦЕФ 2010: 57–59).

У неким случајевима објављивање идентитета деце – имена и/или препознатљиве слике – може бити у најбољем интересу детета. Међутим, и када се објављује идентитет детета, то дете мора бити заштићено од повређивања и мора добити подршку у случају било какве стигматизације или освете. Неки примери посебних случајева:

- ✓ када дете иницира контакт са новинаром у жељи да искористи своје право на слободу изражавања и право да се чује и његово мишљење;
- ✓ када је дете ангажовано и учествује у програмима који имају друштвену подршку и жели да буде идентификовано као такво;
- ✓ када дете учествује у неком психосоцијалном програму, па је навођење имена и идентитета детета пожељно за његов здрав развој.¹⁷

4.4. Сексуално злостављање и искоришћавање деце

Једно од **најделикатнијих питања за новинаре јесте начин представљања жртава насиља**. Одсуством саосећања или потпуно непрофесионалним поступцима, извештавање лако води у **секундарну виктимизацију**.

Потребно је јасно разлучити да ли су вест, чланак или емисија о сексуалном злостављању или сексуалном искоришћавању деце у комерцијалне сврхе потпуно тачни до последњег детаља. Избегавати у потпуности сензационализам, без обзира на

¹⁶Детаљније о овоме видети: *Деца у медијском огледалу: представе о деци у информативним медијима у Србији*, Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука, Универзитета у Београду, УНИЦЕФ у Србији, новембар 2010., Београд.

¹⁷Ибид.

могућност да вест, чланак или емисија разоткривају криминалну активност, немар родитеља, старатеља или власти. **Злостављању децу приказивати као особе, људска бића која имају своја права и достојанство.** Омогућити деци да сама говоре о себи када је то потребно и када то она желе. Обратити пажњу да текст, фотографије или снимци не откривају идентитет детета. Тражити пристанак старије, одговорне особе за објављивање фотографија и снимака деце.

Обезбедити присуство старије одговорне особе у току снимања, интервјуисања. Избећи да текст и фотографије сексуализују злостављању децу, односно да стварају утисак да је дете добровољно учествовало у злостављању или искоришћавању. Осигурати се да се фотографије или снимци деце не злоупотребљавају. Обратити пажњу на то да чланак или снимак, емисија, не буду у контексту отвореног сексуалном материјала или материјала који рекламира сексуалне услуге, односно да њима не афирмише порнографија, „секси туризам” и сл.

Пример: Иако Закон у Републици Србији изричито забрањује откривање идентитета деце у медијским садржајима, имамо бројне случајеве кршења овог права: у октобру 2016. године у програму ТВ Прве „Експлозив” у емисији „Педофил” кроз исповест мајке и приказ места боравка индиректно је откривен идентитет детета, а изнети су и подаци из живота девојчице која је доживела силовање.¹⁸

4.5. Деца и криминал

Извештавање о малолетним починиоцима кривичних дела или осумњиченима за кривично дело, не треба да имплицира да они имају мање права него остали људи у истој ситуацији.

Избегавати откривање идентитета малолетне особе (лика, личног имена) јер их то може изложити додатном ризику или смањити могућност њихове рехабилитације. Утврдите да ли су деца која су оптужена за кривично дело имала могућност да одговоре како и због чега су то починила? **Дајте им прилику, без откривања идентитета.**

Случајеве треба пратити и после хапшења или пресуде на суду, да би утврдили да ли су деца безбедна, у којим условима живе, односно спроводе казну, да ли могу да остваре своја права, имају ли правну помоћ.

У потпуности избегавати сензационалистички приступ у извештавању о деци која су починила кривично дело, зато што сензационалистичке тврдње не стварају у јавности коректан став о о помоћи таквој деци.

¹⁸ Адвокатска канцеларија Живковић – Самарцић: „У медијима би требало да се уклоне сви подаци, укључујући чак и имена родитеља, дакле да се дете у потпуности учини непрепознатљивим, како не би трпело последице по своја права.”

4.6. Деца у систему социјалне заштите

Да ли новинарски извештаји, чланци, емисије помажу да се боље објасни систем социјалне заштите деце, права деце и родитеља у том систему?

У извештавању о деци у систему социјалне заштите **не треба уносити непостојеће позитивне аспекте** само зато да се јавност не би суочавала са тешкоћама деце у систему заштите. Исто тако, **не треба ни драматизовати ситуацију** уношењем нетачних, сензационалистичких података.

Децу у систему социјалне заштите не треба идентификовати, нити о њима говорити „с висине”, као ни изазивати антипатију у јавности према њима. Извештавање о деци у систему социјалне заштите захтева увек примену правила која се односе на изношење личних података.

Позитивно извештавање о могућностима деце у систему социјалне заштите да се реинтегришу у главне токове друштва, може допринети да се смање незнање и предрасуде. Омогућити деци у систему социјалне заштите да изнесу у медијима своје ставове. **Идентификација детета није потребна.** Поштовати процедуру за добијање дозволе за разговор са дететом.

4.7. Здравље и добробит деце

Неосновани и „заstraшујући” написи о здрављу деце могу изазвати панику, стварати слику о детету као „опасном” по здравље других, неповерење у здравствени систем и родитељску негу. Због тога је нужно утврдити чињенице и проверити изворе информација, чак и ако овај процес продужује време израде текста или емисије.

Не будити лажну наду, а поготову не извештавати о „чудотворном лечењу” или „могућој опасности” по здравље. Водити рачуна о скривеним интересима. Увек поставити питање: **„Кома ова прича највише одговара?”**

Поштовати приватност особа и особа са инвалидитетом и њихових породица. Водити рачуна о последицама медијског текста и емисија. Увек имати на уму да болесна деца треба да наставе свој живот и пошто медији изгубе интерес за њих.

Не мешати се у туђ бол. Поштовати осећање ожалостљених, посебно у случају катастрофа. Када год је то могуће избегавати видео и фото снимке жртава и њихових породица. **Ако постоји сумња у део текста или емисије боље је изоставити га.**

Јасно утврдити да ли медијски текст или емисија доприносе разумевању дечјих болести, превентивних мера и начина лечења. Навести у тексту или емисији, где и како се могу добити корисне информације и помоћ када је реч о специфичним здравственим стањима. **Инсистирати на тражењу информација од надлежних државних институција и органа и проверавати њихову поузданост.**

Медијски текстови и емисије треба да подстичу стварање разумевања за одређене болести, а не стварање предрасуда о болестима и оболелим особама.

Медијски текстови и емисије посвећени питањима здравља и лечења треба да

буду написани/изговорени јасним, једноставним језиком (без неразумљивих стручних и уско-професионалних назива, израза и језичких конструкција), дакле да буду **разумљиви широкој публици**, пре свега деци, а једнако важно, и родитељима којима те информације могу бити од користи.

4.8. Деца и оружани сукоб

Нужна је максимална објективност и прецизност када се извештава о оружаним сукобима и судбини деце у тим сукобима. Не ширити гласине, панику, страх. Проверити све информације и не доносити одлуке на брзину, без обзира колико је стање драматично.

Избегавати сензационализам у циљу повећања драматичности ситуације или пропагандног деловања у корист неке од страна у сукобу.

Заштити у потпуности идентитет детета које је страдало у сукобима или је заробљено у сукобу да не би било изложено последицама као што су убиство, стигматизација или дискриминација. Заштити идентитет детета које је било сведок неког сукоба јер ће његово сведочење бити од користи на суђењу поводом сукоба.

Када се извештава о деци – војницима увек проверити да ли је читава прича „намештена” због пропагандних разлога. Уколико је прича тачна, заштити идентитет деце. Да ли медијски текст заиста садржи сведочење/искуство детета које је учествовало у сукобу?

Искази деце подстичу емотивне реакције код читаоца/гледаоца, али **безбедност тог детета мора бити на првом месту**, те је заштита идентитета неопходна. Кад год је могуће трудити се да се сачува достојанство оних о којима се извештава. Избегавати претварање деце и „симболе патње.”

4.9. Мишљење и слободно изражавање деце

Медијски текстови и емисије треба да помогну деци да изразе своје ставове, мишљења, повежу се са другима који имају исте или сличне ставове, интересовања, жеље. Не злоупотребљавати у медијским извештајима угроженост деце нити им наметати вредности и ставове које она не разумеју.

Извештавати у медијским програмима о активностима институција, група или појединаца који се залажу за поштовање и доследну практичну примену права деце. Извештавати о деци која су самостално иницирала и спровела, као кључни актери и самостални актери, одређене активности (хуманитарне, уметничке, деље предузетништво, акције у школи или локалној заједници и сл.).

У извештавању о евентуалним протестима деце водити рачуна да се деца не излажу ризику од хапшења, малтретирања, насиља или неког другог облика одмазде. Извештавати о томе какав утицај/утисак имају јавне изјаве деце поводом одређених

питања, о подршци коју су добила/или не, да ли су деца успела нешто да промене/или не и зашто.

4.10. Деца и дискриминација

Избегавати уопштавања за које не постоје чињенични докази. Наводити расу, националност, вероисповест детета само када за то постоје разлози, односно када ови елементи идентитета заиста припадају разлозима неког догађаја, а не контексту.

Навођење расе, националности, пола, вероисповести не сме да подржава стереотипе нити да буде исказано у увредљивом маниру. Не подразумевати у медијским извештајима да је одређено дете припадник одређене националности, вероисповести, културне целине, мањинске групе и сл.

Пре извештавања о мањинским групама, дискриминисаним групама, одређеним националним, верским групама или културним групацијама, проучити све релевантне податке који се тичу тих група, а зарад коректног извештавања о њима, без сензационализма, погрешних тврдњи и стереотипа.

Докази. За сваку тврдњу.

Поштовање достојанства детета је принцип који новинари лако занемарују. Занемаривање је понекад последица стереотипног приказивања, понекад професионалне неосетљивости, а понекад најлошије верзије ексклузивности. Мноштво текстова о тешком социјалном стању или животним трагедијама, за већину новинара нису разлог за повећани опрез када је у њима реч о деци. У овдашњој култури се тешки социјални проблеми не доживљавају као питање достојанства и њихово изношење у медијима се обично види као позив у помоћ. Без обзира на могуће позитивне ефекте писања, неки од текстова недвосмислено показују како сиромаштво може служити као **стигма**. Стигматизација је могућа и на основу других особина (нпр. деца са сметњама у развоју) или групне припадности (нпр. избеглице) (УНИЦЕФ 2010: 59).

4.11. Деца са сметњама у развоју и инвалидитетом

Да ли тема медијског извештаја дете или сметња у развоју или инвалидитет? Да ли је дете у медијском извештају представљено као особа, дакле са именом и презименом? Да ли детету омогућено да прича о себи? Да ли дете питано да ли жели да се разговара о инвалидитету или сметњи коју има?

Када не постоји сигуран став новинара да ли да користи изразе као што су „сметње у развоју” и „инвалидитет”, треба потражити став стручњака и самог детета о којем је реч. Понекад ови изрази могу допринети да публика (читаоци, гледаоци) боље разумеју проблем који дете има, али исто тако употреба ових израза може да оснажи предрасуде и повећа незнање. Постоји разлика између указивања на

друштвену неједнакост која децу са сметњама у развоју или инвалидитетом доводи у неравноправни положај у односу на друге особе, и „емотивног” писања које само изазива сажаљење и продубљује неједнакост.

Деца са тешкоћама у учењу нису ментално оболела деца, нити су сва деца са сметњама хронични болесници, а инвалидитет није заразан, већ последица различитих фактора. Већина деце са сметњама у развоју или инвалидитетом не сматра себе бесмоћним особама, нити особама другог реда, те их на тај начин и не треба представљати у медијима.

4.12. Деца у медијима

Размотрити физичке и психичке ризике којима су деца изложена када раде у медијским пројектима. Утврдити поступке, упутства и начин надзора да би се заштитила деца која партиципирају у производњи медијског садржаја у медијским кућама (пратиоце, здравствене и безбедносне мере и сл.). Децу која партиципирају у производњи садржаја медијских кућа не експлоатисати у комерцијалне сврхе.

Установити квалитетан и ефектан систем обуке деце за учествовање у раду медијских кућа. Јасно објаснити деци шта је уређивачка политика, шта се очекује од њих, на који начин се ради у медијској кући, а све то да би се избегла неоснована очекивања, узнемирења, збрка и разочарања код деце. Утврдити детаљан план рада инструктора.

Дати деци повратну информацију о њиховом раду у медијској кући, односно утврдити афирмативан начина расправе о учињеном и његовом вредновању.

Тражити мишљења деце о њиховом раду. Обавестити децу о реаговању публике на примерен начин.

5. Закључна разматрања – одговорност медијских професионалаца

„ДЕТЕ ЈЕ ПРИПАДНИК РЕТКЕ, БЕСПОМОЋНЕ И ВЕОМА УГРОЖЕНЕ ВРСТЕ. ПРИПАДНИЦИ ТЕ ВРСТЕ УГЛАВНОМ СУ НЕОДРЕЂЕНОГ УЗРАСТА, ПОЛА И СОЦИЈАЛНОГ СТАТУСА. ЈЕДИНО ШТО УМЕЈУ И ВОЛЕ ДА РАДЕ ЈЕСТЕ ДА СЕ ИГРАЈУ И ЗАБАВЉАЈУ. ОСИМ ОВОГА, ДЕЦА МАЛО ШТА УМЕЈУ И РАЗУМЕЈУ, А ЈОШ МАЊЕ ИМАЈУ ДА КАЖУ. МИ ОДРАСЛИ СМО ТУ ДА ИХ ШТИТИМО ОД СВИХ РИЗИКА И ИЗВОРА УГРОЖАВАЊА. ТО И ЧИНИМО, КОЛИКО НАМ ДРУГЕ ОБАВЕЗЕ И МАТЕРИЈАЛНИ УСЛОВИ ДОЗВОЉАВАЈУ, ЗАТО ШТО СМО ДОБРИ, УВИЂАВНИ И ХУМАНИ.”

„Лична карта” детета у медијима Србије¹⁹

Дете је, дакле, у медијима Србије (како локалних, тако и националних) **маргинализовано, једва видљиво**, медији ретко извештавају о деци. Деца ретко доспевају у централне информативне емисије на телевизијама, што указује на то да се темама у вези са децом не придаје довољан значај (ЦЕПРОМ 2018: 19).

А кад се ипак види – преовлађујући модел представљања детета: као ретко успешног или насилног, али је често жртва насиља, а скоро никад аутономно и предузимљиво. Најчешће има текстова или тв слика које дете представљају као угрожено биће и/или жртву различитих неповољних околности: сиромаштва, рата, катастрофа, болести, насиља у породици, експлоатације итд. Утицај медија на формирање ставова код деце није нимало безначајан, и налази се на трећем месту као извор учења насиља, одмах иза породице и друштвеног окружења. Негативни ефекти медијског насиља су следећи: деца постају толерантнија према насиљу и оно им мање смета. Развијају погрешне ставове о насиљу и губе саосећање према онима који трпе насиље. Почињу да гледају на свет као насилан, плашећи се да ће се наћи у ситуацији да трпе насиље. Све више испољавају асоцијално и насилно понашање, страх и деструктивност (Торлак 2016: 222–223).

Домаћи медијски закони и новинарски кодекси истичу обавезе и одредбе којима се налаже поштовање права деце и заштита од садржаја који могу да штете њиховом моралном, интелектуалном, и емотивном развоју. Бројна истраживања су показала да се медији у Србији не продржавају ових одредби и готово свакодневно крше права деце. Да ли заиста то остављамо будућим генерацијама? **Неопходно је да медији постану свесни своје одговорности, а и друштво у целини смогне снаге да достигне стандарде у којима медији у својим програмима поштују права деце.**

Осим правила, етичких кодекса и циљева које подразумевају и пропагирају национална удружења новинара као и међународне новинарске федерације и институције у која су учлањена национална удружења новинара, приликом извештавања о деци и за децу, медијски професионалци треба да имају на уму и следећа питања:

¹⁹Кораћ, Нада и Јелена Врањешевић. „Слика детета у медијима Србије”, сажети приказ резултата студије која је у целини објављена у књизи „Невидљиво дете” (Југословенски центар за права детета, Београд, 2001.), аутора Н. Кораћ и Ј. Врањешевић.

- ✓ да ли медијски извештаји и програми помажу да јавност боље разуме права детета и улогу државе, државних и друштвених институција и медија у промовисању и заштити тих права?
- ✓ медијски професионалци су у идеалном положају да захтевају акцију државе, државних институција, друштвених институција, у испуњавању међународних обавеза и правила домаћег законодавства.
- ✓ да ли ваша медијска кућа покреће или планира да покрене медијску кампању поводом афирмације права детета у друштву и медијима?
- ✓ да ли разговарате са стручњацима, експертима, организацијама и активистима који се залажу за деčја права да би сазнали за проблеме са којима се деца суочавају?
- ✓ да ли од локалних или централних власти тражите објашњења за недостатке или грубе пропусте у процесу практичне реализације права детета?
- ✓ да ли омогућујете да друштво (јавна сфера), и државни органи и институције чују мишљења и ставове деце?
- ✓ да ли разматрате начине да у сарадњи са државним, али и невладиним сектором, ваша медијска кућа понуди информације и упутства за све оне који вам се обрате, а које су ваши медијски извештаји и програми заинтересовали?

Осим информисања и обуке новинара, што би се морало чинити у спрези са осмишљеном политиком медија у овој области, значајан напредак у начину представљања деце у медијима чинила би и њихова сопствена партиципација. Локални медији у том смислу пружају значајне шансе, а то је први корак ка освајању простора/времена и у националним новинама, радио и телевизијским програмима. Поред наведеног, не сме се занемарити ни утицај невладиног сектора. Уколико се већи број организација цивилног друштва уједини око заједничког циља, могуће је понудити другачији, хуманији, медијски садржај намењен деци, ослобођен преовлађујућег комерцијалног ефекта (Николић 2012: 31).

Не треба говорити само о томе шта не сме, већ и како треба. Требало би стално да указујемо и на то како треба да се извештава о деци. Слажемо се са мишљењем Гордане Новаковић, генералне секретарке Савета за штампу која истиче да можемо да дођемо у ситуацију да деца у медијима буде још мање, јер има новинара који се не сналазе у томе, не знају како извештавати и онда избегавају да раде на таквим причама. Зато је битно да немамо само препоруке шта не сме да се ради, већ и препоруке шта и како треба и може да се ради, јер новинари не би смели да одустају од прича које се односе на децу само зато што се плаше да ће направити неку грешку.

Квалитет и даље има вредност. Једино квалитет и професионализам дугорочно дају жељене резултате, а ти резултати се могу постићи путем професионализације као основног циља када извештавамо о деци, едукације медијских радника и сензибилизацијом свих оних који учествују у креирању и уређивању садржаја за децу. Можда тек тада са сигурношћу можемо рећи да су нам **деца најважнија категорија у друштву.**²⁰

²⁰ Интерпретирано са предавања професора Веселина Кљајића, професора новинарства на Факултету политичких наука – Универзитет у Београду

Литература

- Абрамовић, Драгана. „Општа и локална правила“, *ЛИНК – часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 3.
- Анђелковић, Весна. „Какав је заиста утицај медија на децу“, Супер Радио, март, 2014., доступно преко: <http://www.superradio.rs/info/kakav-je-zaista-uticaj-medija-na-decu/>.
- Anderson, D.R., & Bryant, J. “Research on children’s television viewing: The state of the art.” In J. Bryant, & D.R. Anderson (Eds.), *Children’s Understanding of Television*, Academic Press, New York, 1983., p. 331–353;
- Bleuel, Hans Peter. *Die Verkabelte Gesellschaft. Die Bürger im Netz* Technologien, München, Kindler Verlag GmH, 1984.
- Божовић, Драгана. „Новинарска етика и секундарна виктимизација у штампаним медијима у Србији“, *ЦМ Комуникација и медију*, 12.40 (2017): 37–65.
- Brown, J.A. *Media literacy and critical television viewing in education*, In D.G., 2001.
- Gurevitch, Michael, Blumler, G. Jay. *Political communication systems and democratic values in Democracy and the mass media*, edited by Judith Lichtenberg, Cambridge University Press, 1990.
- *Деца у медијском огледалу: представе о деци у информативним медијима у Србији*, Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука, Универзитета у Београду, УНИЦЕФ у Србији, новембар 2010., Београд, доступно преко: <https://www.unicef.org/serbia/media/6181/file/Deca%20u%20medijskom%20ogledalu.pdf>
- Дурман, Растислав. „Уместо знака узвика“, *ЛИНК – часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 21.
- *Закон о јавном информисању и медијима*, „Службени гласник РС“, бр. 83/2014, 58/2015, 12/2016 (Аутентично тумачење), доступно преко: <http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20javnom%20informisanju%20i%20medijima.pdf>.
- *Закон о радиодифузији*, „Службеном гласник РС“, бр. 42/2002, 97/2004, 76/2005, 62/2006, 85/2006, 86/2006 и 41/2009., доступно преко: <http://static.rtv.rs/files/20091024/Zakon-o-radiodifuziji.pdf>.
- *Закон о оглашавању*, „Службени гласник РС“, бр. 6/2016, доступно преко: <http://www.rem.rs/uploads/files/Zakoni/Zakon%20o%20oglasavanju.pdf>.
- Кодекс новинара Србије, доступно преко: http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinara_Srbije.pdf.
- Кораћ, Нада и Јелена Врањешевић. „Слика детета у медијима Србије“, сажети приказ резултата студије која је у целини објављена у књизи „Невидљиво дете“ (Југословенски центар за права детета, Београд, 2001.), аутора Н. Кораћ и Ј. Врањешевић.
- *Конвенција о правима детета*, Скупштина Уједињених нација, 20. новембар, 1989. године, доступна преко:

<https://www.unicef.org/serbia/media/3186/file/Konvencija%20o%20pravima%20deteta.pdf>.

- Кукић, Сандра. „Мали људи у дрштву информација. Представљање дјеце у дневној штампи у Србији“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 61–86.
- Kunkel, Dale & Stacy Smith. *The News Media's Picture of Children in the United States*, in Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlson (Eds.) *Children and Media. Image, Education, Participation*. The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, 1999, pg. 79–86.
- Lazarsfeld, F. Paul, Merton, K. Robert. *Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action*, New York, The Institute for Religious and Social Studies, 1948.
- Lasswell, Harold. *The Structure and Function of Communication in Society*, New York, The Institute for Religious and Social Studies, 1948.
- Lipovetsky, Gilles. *Doba praznine*, Novi Sad, Književna zajednica, 1987.
- Малешевић, Кристина. „(Не)одговорност новинара у извештавању о осетљивим друштвеним групама у штампаним медијима“, *CM Communication and Media* 13.42 (2018): 27–56.
- *Медији и права детета*, практична упутства за запослене у медијима, за УНИЦЕФ припремила организација MediaWise, друго издање 2005., доступно преко: <https://www.unicef.org/serbia/sites/unicef.org.serbia/files/2018-06/Mediji-i-prava-deteta.pdf>.
- Милановић, Јадранка. „Међународни новинарски кодекси и дечија права“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 87–105.
- Миливојевић, Снежана. „Деца у медијском огледалу“, *CM Communication and Media* 5.15 (2010): 41–60.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*, I, New York, McGraw Hill Book Company, 1964, p. 7–23.
- McQuail, Denis: *McQuail's Mass communication Theory*, New York, Sage Publications, 2000.
- Николић, Ненад. „Одговорност цивилног сектора“, *ЛИНК – часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 31.
- Ryan, J., & Wentworth, W.M. *Media and society*, Boston, Allyn and Bacon., 1999.
- Singer, D.G., Singer, J.L., & Zuckerman, D.M. *Use TV to Your Child's Advantage*, Reston, VA: Acropolis Books. 1990.
- Singer, D.G., & Singer, J.L. *Creating critical viewers, a partnership between schools and television professionals*. New York: National Academy of Television Arts and Sciences, Denver, CO: Pacific Mountain Network. 1994.
- Singer, J.L., & Singer, D.G. *Implications of childhood television viewing for cognition, imagination and emotion*. In J. Bryant, & D.R. Anderson (Eds.), *Children's Understanding of Television* (pp. 265–295). New York: Academic Press, New York, 1983., p. 265–295.
- Singer, D.G., & Singer, J.L.: *Handbook of children and the media*, Thousand Oaks, CA: Sage Publishers, 2001.
- Singer, D.G., & Singer, J.L. *Imagination and play in the electronic age*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2005.
- Torlak, Nada. „Figure of juveniles in the media children as victims and observers of violence“, *Komunikacije, mediji, kultura* 8 (2016): 213–224.

- Трбојевић, Милена. „Кодекс пожељан, али недовољан“, *ЛИНК – часопис за професионалце у медијима*, 105.11 (2012): 5.
- Тубић, Т. и Тубић, Н. (2005). *Развијање креативности ученика кроз примену нових медија у настави*, у: *Технологија и информатика у образовању – изазов 21. века*, Зборник резимеа са III Међународног симпозијума (ур. Даниловић, М.), Београд: Институт за педагошка истраживања.
- Huston, A., Donnerstein, E. *Big world, small screen*, Lincoln, University of Nebraska Press, 1992.
- Castells, Manuel. *Uspon umreženog društva*, prvo izdanje 1996., Zagreb, Golden marketing, 2000.
- Castells, Manuel. *The Internet Galaxy*, Oxford University Press, Oxford, 2001.
- Центар за професионализацију медија и медијску писменост – ЦЕПРОМ, „Медијска слика деце у Србији 2018.“, резултати истраживања, Министарство културе и информисања, Београд, 2018.

ИЗДАВАЧ:



Centar za monitoring i aktivizam
Center for Monitoring & Activism

– Центар за мониторинг и активизам – ЦЕМА, Чачак

Ауторка:

Др Гордана Стаменковић

Уредништво:

Светлана Којановић

Мр Марија Недељковић–Правдић

Графички дизајн:

Лука Којановић (Media Team Leader CK d.o.o.)



Република Србија
МИНИСТАРСТВО КУЛТУРЕ
И ИНФОРМИСАЊА

– Приручник је публикован у оквиру пројекта „Извештавање о деци и младима у локалним медијима“, који је суфинансиран из буџета Републике Србије – Министарство културе и информисања. Ставови изнети у подржаном пројекту и овом тексту нужно не изражавају ставове органа који је доделио средства.