



Odgovorno novinarstvo - između slobode medija i prava djeteta?

[Ljupko Mišević](#)

05/10/2016

[izvještavanje o djeci](#)

[etičko izvještavanje](#)

[djeca i mediji](#)

Bez obzira jesu li i kako djeca instruisana, o prikazivanju ili afirmaciji zloupotrebe djece u masovnoj komunikaciji odlučuju samo posrednici te komunikacije - a to su mediji.

foto: pixabay

Kršenje prava djeteta korištenjem u političke i marketinške svrhe u svakoj predizbornoj kampanji doživi svoj novi oblik. Ovoga puta prezentovala ga je televizija “K3”, čija je novinarka Dijana Dujčić, izvještavajući o otvaranju igrališta za djecu u Doboju, emitovala izjave dvoje djece koja vidno zbunjena u [Dnevniku](#) zahvaljuju Obrenu Petroviću i Davoru Saviću što su im izgradili igralište.

Takva marketinška i politička zloupotreba djece nije novina medijske i političke zbilje, ali u kom god se obliku pojavila, njene posljedice trpe i djeca i novinarstvo kao profesija.

Neprofesionalnim, neobjektivnim i neetičnim novinarskim izvještavanjem urušavaju se postulati novinarske profesije, u jednu ruku, ali i kreira iskrivljen pogled na pojedinca, zajednicu, pojavu ili događaj o kojem se izvještava. Stoga potpuna odgovornost za ovu zloupotrebu i kršenje prava djeteta treba biti zahtijevana od novinarke koja je pripremila prilog, i uredništva koje ga je odlučilo emitovati.

Interpretacija ili manipulacija?

Čak i da su Obren Petrović i Davor Savić nagovorili ili instruisali djecu ili roditelje da im „zahvale“, što ne možemo dokazati, bez posredovanja medija (televizije K3) i emitovanja tog sadržaja poruka ne bi postala dio masovne komunikacije. Upravo u tom domenu, novinarka i medij prekršili su [Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija](#) Regulatorne agencije za komunikacije koji kaže da je "zabranjena svaka zloupotreba maloljetnika u sadržajima pružalaca medijskih usluga i... zloupotreba maloljetnika u političke svrhe".

S druge strane, ovaj prilog nije emitovan u zvaničnom terminu za političko oglašavanje, niti u izbornim hronikama. Naprotiv, emitovanjem u centralnoj emisiji informativnog programa, on podliježe samom Kodeksu, a ne [Pravilniku o medijom izvještavanju tokom predizborne kampanje i izbornom oglašavanju](#).

Almir Panjeta, slobodni novinar, smatra da lokalni medij, pri izvještavanju o otvaranju novog igrališta, mora znati da su dužnost i profesionalna obaveza novinara da zaštite djecu od svake zloupotrebe i da štite njihova prava zagarantovana UN Konvencijom, čija je država potpisnica i BiH.

„Odgovornost autora priloga je da se neprimjeren sadržaj ne nađe u prilogu, tako da i pored činjenice da su djeca samostalno ili pod nečijim nagovorom zahvaljivala političkim kandidatima, taj sadržaj se jednostavno nije smio naći u prilogu jer predstavlja tešku zloupotrebu djece u političke svrhe. Kad su već pravili prilog o igralištu, fino je što su i djeci dali priliku da kažu šta za njih novo igralište znači, ali političkom marketingu u jednom takvom prilogu ne treba biti mjesta“, smatra Panjeta.

Institucionalne reakcije ili želje i pozdravi?

Na ovaj prilog reagovao je i Klub novinara Banjaluka, ocjenjujući prilog neprofesionalnim, i ističući da je nedopustivo da se u vrijeme predizbornih kampanja djeca koriste u marketinške svrhe „ma koliko igrališta i zelenih površina dobili“.

„Podsjećamo novinare da je njihova dužnost i profesionalna obaveza da zaštite djecu od svake zloupotrebe i da štite njihova prava zagarantovana Konvencijom Ujedinjenih nacija o pravima djeteta, koju je potpisala i Bosna i Hercegovina“, rekli su [sredinom septembra](#).

Međutim, javno je izostala reakcija Ombudsmanke za djecu Republike Srpske, Nade Grahovac, koja to obrazlaže ostvarivanjem saradnje sa banjalučkom kancelarijom RAK-a na samom početku izborne kampanje koji uvažava i poziva na definisanu zabranu korištenja maloljetnika u

političke svrhe, ali i zabranu svake zloupotrebe maloljetnika u sadržajima pružalaca medijskih usluga, što je zakonski u nadležnosti RAK-a.

„Kada je u pitanju izborna kampanja, Izborni zakon utvrđuje principe koji važe za izbore na svim nivoima vlasti u BiH, pa i pravila ponašanja u izornoj kampanji. Bosna i Hercegovina, nažalost, i ove izbore dočekuje sa izbornim pravilima koja nisu prepoznala ni potrebu ni važnost zaštite djece i njihovih interesa u političkoj kampanji, pa su djeca i u uzrastu u kojem ne razumiju značaj tih događaja, niti imaju kritičan odnos prema njima, dio predizborne kampanje - prisustvom na skupovima, tribinama, spotovima, aktivnostima političkih stranaka“, stoji u odgovoru Nade Grahovac, Ombudsmanke za djecu RS.

Regulatorna agencija za komunikacije, međutim, nije se zvanično oglasila sa stavom i tumačenjem (ne)kršenja Kodeksa o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija.

Odnos medija prema djeci

Ovaj fenomen, međutim, ima mnogo ozbiljnije posljedice od kršenja Kodeksa. On utiče i na medijsku sliku djece i na dječije viđenje medija, ali i na stav djece o sebi i svojim vršnjacima.

“Svaki prikaz djece u medijima utiče i na odrasle i na djecu, na stav društva o djeci, ali i stav same djece, kako o samima sebi, tako i o svojim vršnjacima. Kada govorimo o izvještavanju o djeci ne smijemo zaboraviti na ogromnu odgovornost koju novinar ima - najprije prema djetetu koje je izloženo medijima i sudjeluje u medijskom prikazu, a zatim i o djetetu koje će biti izloženo medijskom sadržaju u kojem je prikazan njegov vršnjak/vršnjakinja”, smatra Leali Osmančević, magistrica komunikologije iz Zagreba, učesnica projekta „[Djeca medija](#)“.

Najveći broj novinarskih propusta, smatra Osmančević, događa se zbog manjka odgovornosti, profesionalnosti i nedovoljne kritičnosti medija, te nepoštivanja osnovnih dječijih prava, a osnov problema je tretiranje djece kao “odraslih u malom”.

„Dominantan stav društva o djeci kao nježnim, finim i neznajućim bićima ostavlja mogućnost da se na sliku djeteta apsolutno emocionalno reaguje“, smatra Ana Kotur, novinarka i pravnica iz Banjaluke.

Takvu sliku djeteta, smatra Kotur, političke partije obilato koriste, pa imamo raspon zloupotrebe od oblačenja djece u partijske dresove, slikanja sa plakatima, slikanja kandidata sa djecom uz poruke u kojima je dijete objekat nečijeg dobročinstva do izjava koje je neko pripremio i naučio djecu da kao takvu treba da je izgovore u medijima. Kotur smatra da problem takvog medijskog izvještaja je i element nepoštovanja djetetovog prava na mišljenje, svojevolumno izražavanje i objektivne procjene da li dijete može razumjeti ono što mu se „servira“.

„Dijete ne treba i nema razloga da zna ko je i kad napravio igralište na kojem se igra, ko je uredio školu u koju ide, i slično, a pritom mu se uglavnom servira pogrešna slika procesa. Isto tako, dijete ima apsolutno pravo da bude zaštićeno svako njegovo pravo, uključujući i pravo da ne bude zloupotrebjeno u medijima. Ono što izostaje je reakcija kreatora stavova u medijima, te

reakcija nadležnih institucija koje na svaku prijavu ili uočenu zloupotebu djece u medijskom prostoru moraju reagovati”, ističe Kotur.

Šta zna dijete šta je igralište

Iako je vrijedno pitanje može li dijete obraditi programe stranaka i kandidata, najvažnija je činjenica da je, umjesto njihovog mišljenja o igralištu (uz saglasnost roditelja) emitovana njihova „zahvalnost“.

To otvara i novo pitanje vjerodostojnosti medijskog sadržaja i izbora sagovornika, koje se takođe može sagledati kroz UN Konvenciju o pravima djeteta gdje se kaže da će „države potpisnice osigurati djetetu koje je u stanju da oblikuje svoje vlastite stavove pravo da slobodno izražava takve stavove po svim pitanjima koja se tiču djeteta, a stavovima će se pridavati odgovarajuća važnost u skladu s uzrastom i zrelošću djeteta“. U duhu Konvencije, poštovanje ovih odredbi odnosilo bi se na pitanja o korisnosti, važnosti, prednostima i nedostacima igrališta, a ne inicijatorima, investitorima ili izvođačima radova.

Takav pristup nalažu i četiri temeljna principa Konvencije, prema kojima se medijsko izvještavanje o pravima djeteta i djeci mora oblikovati da bude u najboljem interesu djeteta, poštuje pravo djeteta da ne bude diskriminirano, pravo na opstanak i razvoj, ali i pravo svakog djeteta da se njegovo/njezino mišljenje čuje u vezi sa pitanjima koja ih se tiču.

Osim slike sebe u medijima, djeca razvijaju i sliku medija, kao ključ medijske pismenosti. Kroz novinarski angažman i edukativne radionice o medijskoj pismenosti djece, novinar Boris Čović susreo se, kaže, s djecom koja na novinarstvo gledaju idealistično. Djeca, smatra Čović, vrlo često ne razumiju koncepte senzacije i manipulacije jer, neiskvarena kakva jesu, u njihovom pogledu na novinarstvo toga ne bi smjelo biti.

“Kada oni dobiju priliku biti novinari i izvještavati, ponosni su što rade u službi istine i izuzetno odgovorno pristupaju novinarstvu. Žao mi je što im ovakvim primjerima sve više kvarimo taj idealistički pogled u kojem se novinarom ne može zvati netko ko zloupotrebljava svoju profesiju. U nekoliko navrata djeci smo kroz različite aktivnosti pokušali približiti etički kodeks novinarstva. Iako je početna misao bila kako je etika tema koja je možda djeci još daleka, oni je iznenađujuće lako prihvataju i usvajaju, jer razumiju”, ističe Čović.

Prema njegovom mišljenju, to se može posmatrati kao jedan od pokazatelja da su etički standardi novinarstva utemeljeni na vrijednostima koje svi imamo kao djeca.

„Te vrijednosti se negdje usput kod nekih ljudi izgube. Kao kod novinara koji si dopuste da u svrhu promoviranja politike, koristeći manipulativne metode, krše osnovna ljudska prava. Počevši od prava djeteta, pa do svačijeg prava na istinitu i nepristranu informaciju”, zaključuje Čović.

<http://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/odgovorno-novinarstvo-između-slobode-medija-i-prava-djeteta>