

# MEDIJI I NOVE POLITIKE UPRAVLJANJA INTERNETOM INFORMACIONO DRUŠTVO I MEDIJI



Dokument je nastao u okviru projekta *Gde je mesto medija u novim politikama upravljanja internetom?* koji je podržala Fondacija za otvoreno društvo, Srbija i bavi se mapiranjem trendova, praćenjem postojeće domaće zakonske regulative, međunarodnih inicijativa i dobrih praksi, kao i rizika koji ugrožavaju medijske slobode u digitalnom okruženju. Dokument donosi i preporuke regulacije/samoregulacije u oblastima gde se presecaju medijske politike sa politikama upravljanja internetom.

**Autor:** Tanja Maksić

**Urednik:** Dragana Žarković Obradović

**Saradnici:** Lada Vučenović i Milica Milić

**Beograd, 2020**



# SADRŽAJ

I MEDIJSKE POLITIKE U DIGITALNO DOBA.....	4
II INFORMACIONO DRUŠTVO I MEDIJI – KONTEKST.....	7
III DVOSTRUKI REŽIM REGISTRACIJE ONLAJN MEDIJA.....	9
IV KOLIKO SU „ZATVORENI“ OTVORENI PODACI?.....	12
V OBRAZOVANJE ZA 21.VEK: MEDIJSKA PISMENOST I DIGITALNE VEŠTINE.....	15
VI ZAŠTITA PRIVATNOSTI I PODATAKA O LIČNOSTI.....	23



# I MEDIJSKE POLITIKE U DIGITALNO DOBA

Internet je doneo promene koje možemo pratiti na minimum tri nivoa – *infrastrukture, upotrebe i sadržaja*. Svaki od navedenih nivoa ima šire, društvene, implikacije, i jednako utiče na slobodu izražavanja i medijske slobode.

Na nivou *infrastrukture*, **univerzalan pristup internetu (i pristup po pristupačnoj ceni) smatra se delom korpusa ljudskih prava**. Podaci Republičkog zavoda za statistiku iz 2019. godine pokazuju da gotovo 80% domaćinstava u Srbiji ima širokopojasni pristup internetu<sup>1</sup>. Ujedno, internet infrastruktura smatra se i kritičnom infrastrukturom neophodnom za dalji razvoj medija (videti glavu V Strategije razvoja javnog informisanja u Republici Srbiji do 2025. godine).

## UPOTREBA IKT U SRBIJI (2019.):

**77,4%**

POJEDINACA KORISTILO  
INTERNET U POSLEDNJA  
TRI MESECA



**3.810.000**

LICA KORISTE  
INTERNET  
SVAKI DAN

**70,8%**

KORISNIKA INTERNETA  
IMA NALOGE NA  
DRUŠTVENIM MREŽAMA

## STRATEGIJA RAZVOJA DIGITALNIH VEŠTINA:

PODACI O  
KOMPJUTERSKOJ  
PISMENOSTI U  
REPUBLICI SRBIJI

**34,2%**

LICA STAROSTI  
**15 I VIŠE GODINA**  
KOMPJUTERSKI PISMENO

**14,8%**

LICA DELIMIČNO  
KOMPJUTERSKI  
PISMENO



## ISTRAŽIVANJE „INFORMISANJE U DIGITALNOM OKRUŽENJU“:

MEĐU ONIMA KOJI SE INFORMIŠU ONLAJN POSTOJE TRI GLAVNA IZVORA VESTI:

**35%**

SAJTOVI  
TRADICIONALNIH  
MEDIJA

**32%**

DRUŠTVENE  
MREŽE

**30%**

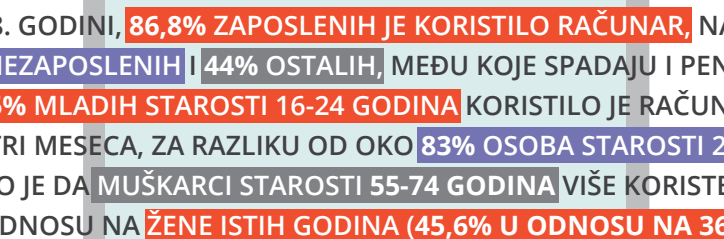
TELEVIZIJA

<sup>1</sup> Videti <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/vesti/20190920-godisnje-istrazivanje-o-ikt/?a=27&s=>



Na nivou *upotrebe* interneta važno je zagovarati **princip neutralnosti mreže**<sup>2</sup> (engl. net neutrality), obezbediti sigurnost i bezbednost, lako dostupne, softvere otvorenog koda, kao i veću transparentnost kompanija i državnih institucija koje prikupljaju podatke o korisnicima.

## IZVEŠTAJ O DIGITALNOJ UKLJUČENOSTI U REPUBLICI SRBIJI OD 2014. DO 2018. GODINE:



U 2018. GODINI, **86,8% ZAPOSLENIH JE KORISTILO RAČUNAR**, NASPRAM **74,6% NEZAPOSLENIH** I **44% OSTALIH**, MEĐU KOJE SPADAJU I PENZIONERI. PREKO **95% MLADIH STAROSTI 16-24 GODINA** KORISTILO JE RAČUNAR BAREM JEDNOM U TRI MESECA, ZA RAZLIKU OD OKO **83% OSOBA STAROSTI 25-54 GODINE**. PRIMETNO JE DA **MUŠKARCI STAROSTI 55-74 GODINA** VIŠE KORISTE RAČUNAR U ODNOSU NA **ŽENE ISTIH GODINA (45,6% U ODNOSU NA 36,6%)**.

Na nivou *sadržaja* važno je **štititi pravo na izražavanje i slobodnu razmenu informacija**, kao i **garantovati raznolik sadržaj**, imajući u vidu specifičnosti digitalnog medijskog okruženja, te ova prava jednako štititi i u oflajn i u onlajn prostoru.

Ovim izveštajem, drugim u nizu, **BIRN nastavlja debatu o transformativnom uticaju internet i digitalnih tehnologija na razvoj medija**. Serijom izveštaja ispitaće se status medijskih sloboda u digitalnom prostoru; otvorenost, inkluzivnost i pristup informacijama; kao i ekonomska održivost medija i novi biznis modeli.

Veliki deo promena koje su uslovljene tehnološkim inovacijama dolaze iz najrazvijenijih zemalja (naročito SAD gde se nalazi sedište najvećih tehnoloških kompanija poput Google-a, Facebook-a, Amazona, Twitter-a i sl.) ali ove promene podjednako utiču na medije u manje razvijenim društvima. Upravo zato je važno da donosioci odluka i medijska industrija manje robusnih sistema shvate promene koje suštinski transformišu medijsko okruženje i da učestvuju u postavljanju novih standarda profesije.

Ovi transformativni procesi treba da se baziraju na principima otvorenog interneta; integriteta i verodostojnosti medija koji su i u novom, digitalnom okruženju čuvari javnosti i otvoreni forumi za društvene debate; neguju pluralitet mišljenja i nesmetan protok informacija; ekonomski održivih medija koji imaju dovoljno znanja i kapaciteta da prate trendove i uvode inovacije.

U praksi, ipak nije tako, jer **internet i digitalni prostor sve više postaju mesto gde se sloboda izražavanja i medijske slobode susreću sa brojnim izazovima i problemima** – algoritamsko i platfornsko usmereno informisanje dovodi do toga da

<sup>2</sup> S obzirom na to da je internet globalna mreža i da podaci između korisnika i medija ili međusobno samih korisnika, putuju kroz različite uređaje i data centre i u matičnoj zemlji i u inostranstvu, važno je zagovarati princip neutralnosti mreže jer se time brani princip da operateri, uključujući ISP-ove i vladine regulatore, treba da sav Internet promet (podatke) tretiraju jednako, bez diskriminacije ili tako da ne naplaćuju saobraćaj u zavisnosti od korisnika, sadržaja, veb stranice, platforme, aplikacije, vrste priloga opreme ili načina komunikacije. Ovo je prvi i temeljni princip koji omogućava razmenu sadržaja, protok informacija, lakši pristup i upotrebu (SHARE Fondacija).



se ljudi informišu u zatvorenim krugovima svojih istomišljenika ili poznanika (tzv. information bubbles), količina i brzina širenja dezinformacija je tolika da ponekad ozbiljno ugrožava društveni dijalog, mediji, a posebno mali, lokalni, teško monetizuju svoj sadržaj i dosadašnji biznis modeli ne obezbeđuju njihovu održivost, a resursima kojima raspolažu, teško mogu da prate trendove.

Pandemija Covid-a koja je izbila ove godine takođe je imala značajan uticaj kako na celo društvo, tako i na medije. Ova društvena kriza pokazala je vrednost tačnog, proverenog i istinitog informisanja za zaštitu zdravlja građana, ali ujedno i ogolila mnoge slabosti medijskog sistema, od finansijske nezavisnosti do raznih mehanizama za pritisak, suzbijanje slobodnog protoka informacija, manipulaciju podacima i sl. U trenucima kada se veliki broj životnih aktivnosti (od informisanja, različitih poslovnih procesa do obrazovanja) odvija isključivo onlajn, važno je da se u ovom prostoru ponašamo odgovorno kao korisnici, ali ujedno i da razumemo prednosti i mane ovog, digitalnog prostora, te adekvatno reagujemo u slučajevima kršenja prava.

Upravo zato, BIRN nudi ovaj i naredne izveštaje kao početnu tačku za dalje razgovore unutar same novinarske profesije, ali i medijskoj industriji i industriji oglašavanja, civilnom društvu i biznis sektoru, kao i donosiocima odluka.

Dodatno, BIRN će kroz ovaj projekat **doprineti novom promišljanju razvoja medijskih politika**, jer će na njih presudno uticati i načini na koje se promišlja i implementira politika regulacije interneta. Iako su debate o pitanjima regulacije interneta globalne i neke od gorućih tema brojnih svetskih javnih foruma, naši izveštaji prevashodno će imati u vidu lokalni kontekst, ograničenja i mogućnosti domaće medijske scene. Izveštajima se mapira trenutno stanje, relevantne politike i zakonodavni okvir, kao i ključni akteri koji aktivno rade na politikama upravljanja internetom.

**Pod politikama upravljanja internetom<sup>3</sup> (engl. Internet governance) podrazumeva se komplementarni set programa, normi, zajedničkih principa, zakona i procedura, koje primenjuju vlada, privatni sektor, civilno društvo i IT zajednica, a koje zajedno oblikuju evoluciju i upotrebu Interneta.**

Razvoj medija i politike upravljanja internetom prepliću se na raskrsnici mnogo važnih pitanja, ali čini se da mediji ne učestvuju u punom kapacitetu u ovim važnim, društvenim debatama. **Nedostatak znanja i kompetencija samo se deo problema, uz koji treba dodati i nedostatak resursa samih medija i novinara**, kao i činjenicu da mnoge politike u vezi sa upravljanjem internetom ostaju na nivou tehničkih, a da se dimenzija ljudskih prava (time i slobodan protok informacija, sloboda izražavanja i sl.) zanemaruje.

**Nedostatak domaćih medijskih politika ogleda se i u tome što su one usmerene na tradicionalne modele regulacije**, te nisu prilagođene digitalnom okruženju.

Izveštajima će se dati predlog za unapređenje tih politika, najpre, u svetlu primene nove medijske strategije (Strategije unapređenja javnog informisanja 2020-2025.) i izmene medijskih zakona koji će neminovno slediti, ali i u svetlu primene drugih, relevantnih strategija i zakona (na primer, strategije primene veštačke inteligencije, unapređenja digitalnih veština, informacione bezbednosti i sl.), kao i dodatne samoregulacije medijske profesije i industrije.

<sup>3</sup> Videti, na primer, definiciju UNESCO <https://en.unesco.org/themes/internet-governance>



# II INFORMACIONO DRUŠTVO I MEDIJI – KONTEKST

Pored brojnih izazova za medijske slobode i slobodu izražavanja (obrađenih detaljnije u prvom BIRN-ovom izveštaju), druga grupa pitanja koju otvara digitalizacija i internet okruženje odnosi se na to **kako korisnici mogu da pristupe internetu i učestvuju u javnoj debati na mreži**. To uključuje mogućnost pristupa internetu, kao i veštine potrebne za odgovorno korišćenje digitalnih medija.

Politike upravljanja internetom i razvoj medija ukrštaju se na polju nekoliko važnih tema: digitalne veštine i medijska pismenost; zaštita privatnosti; pristup infrastrukturi i režim registracije; pristup podacima i koncept otvorene uprave.

U širem društvenom smislu, gore pobrojane teme obuhvaćene su **konceptom informacionog društva**<sup>4</sup>.

U Srbiji, okvir za razvoj informacionog društva daje istoimena strategija<sup>5</sup>, kojom se u fokus stavlja **iskorišćenje potencijala informaciono-komunikacionih tehnologija za povećanje ekonomskog rasta i inovativnosti, kao i za podizanje kvaliteta života svih građana Republike Srbije**.

Ovom strategijom, koja ističe krajem 2020. godine, predviđen je u tački 1.2 i **prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa** u Republici Srbiji koji „treba da omogući građanima bolji kvalitet zvuka i slike, raznovrsniji sadržaj, više radio i televizijskih programa, nove usluge za osobe sa invaliditetom i za starije osobe, unapređene dodatne usluge, portabl i mobilni prijem programa, kao i konvergenciju usluga“.

S obzirom na to da je proces digitalizacije u velikoj meri završen (TV je kompletno digitalizovan, radio još uvek ne), trebalo bi pokrenuti novi ciklus razgovora privatnog, javnog sektora i civilnog društva o daljim, strateškim pravcima razvoja informacionog društva koji omogućavaju i dalji razvoj medijske industrije.

Prateći trendove razvoja u informacionom društvu, ujedno i tražeći odgovarajući regulatorni odgovor na neka od gore pomenutih pitanja, razvijeni su i različiti instrumenti za merenje napretka u ovim oblastima, a neki od njih obuhvataju i Srbiju.

Evropska unija je, na primer, razvila DESI (Digital Economy and Society Index)<sup>6</sup> koji obuhvata set indikatora koji prate ukupne evropske digitalne performanse, kako na nivou EU, tako i na nivou pojedinačnih država, u pogledu njihovih digitalnih kompetencija i konkurentnosti. Specifično, prati se učinak država članica u pogledu digitalne povezanosti, nivoa digitalnih veština, integrisanje digitalnih tehnologija i razvoj digitalnih javnih usluga. U izveštaju I-DESI za 2018. godinu<sup>7</sup>, kojom se evropske države EU porede sa pojedinim državama van Unije,

<sup>4</sup> Postoje različite definicije ovog pojma, ali one uglavnom podrazumevaju društva u kome stvaranje, distribucija i manipulacija informacijama značajna kulturna i ekonomska aktivnost. Centralno mesto u ovim društvima zauzimaju informacione tehnologije koje direktno utiču na proizvodnju i ekonomiju.

<sup>5</sup> Strategija razvoja informacionog društva RS, Službeni glasnik RS br. 51/2010

<sup>6</sup> Više informacija je dostupno ovde <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

<sup>7</sup> Više informacija dostupno je ovde <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/how-digital-europe-compared-other-major-world-economies>



Srbija je dobila ocenu 49,6 (od ukupno 80) i ovim skorom se plasirala bliže državama koje su na evropskom dnu (EU Bottom 4) po merenju ovog indeksa.

Osim toga, Srbija će krajem ove i početkom 2021. godine prvi put učestvovati u istraživanju<sup>8</sup> univerzalnosti na internetu (engl. Internet universality) kroz primenu i testiranje UNESCO ROAM-X<sup>9</sup> indikatora. Kompleksna metodologija obuhvata više od 100 osnovnih indikatora, ali ono što će posebno biti važno medijskoj industriji su specifični indeksi koji se odnose na ostvarivanje prava na izražavanje, sprečavanje cenzure i auto-cenzure, pristup informacijama i sl.



<sup>8</sup> Istraživanje je inicijativa SHARE Fondacije i BIRN Srbija, a biće sprovedeno uz podršku Misije OEBS-a u Srbiji  
<sup>9</sup> Više informacija o samim indikatorima dostupno je ovde <https://en.unesco.org/internet-universality-indicators/roamx-indicators#:~:text=UNESCO's%20Internet%20Universality%20Indicators%20are,Accessibility%2C%20Multi%2Dstakeholder%20participation.>



# III DVOSTRUKI REŽIM REGISTRACIJE ONLAJN MEDIJA

U Srbiji je **relativno lako, uz malo znanja i veština, i sa malom količinom novca, registrovati onlajn mediji**. To je jedan od razloga što je, uz relativno niske troškove proizvodnje sadržaja, upravo ovo jedan od najbrže rastućih medijskih sektora.

Osim na mreži, onlajn mediji imaju mogućnost (ali ne i obavezu) da se registruju u Registru medija koji vodi Agencija za privredne registre<sup>10</sup>

Onlajn medijima su na raspolaganju, pored internacionalnih, i **dva nacionalna internet domena za registraciju koja omogućava identifikaciju ili „adresu“ medija na internetu**.

Srbija ima dva ravnopravna nacionalna internet domena: .RS i .SRB. Prvi domen je ccTLD, a drugi, ćirilčki, je IDN ccTLD.

**Nacionalni internet domen najvišeg nivoa** - ccTLD (country code Top-Level Domain) vezan je za međunarodnu dvoslovnju oznaku države i to je naš .RS domen, koji je nasledio nekadašnji .YU domen<sup>11</sup>.

**Ćirilčki internet domen .SRB** je takođe deo porodice IDN domena, ali on spada u grupu domena čiji nazivi podržavaju lokalno pismo. Posle ruskog .RF, naš .SRB je drugi ćirilčki internet domen na svetu koji je moguće registrovati.

Vlasnici internet sajtova sami odlučuju da li žele da imaju internet adrese na jednom, drugom ili na oba nacionalna domena.

Međunarodna organizacija ICANN je oba domena dodelio na upravljanje RNIDS-u (Registru nacionalnog internet domena Srbije). Poslovi registracije domena obavljaju se preko ovlašćenih registara, a RNIDS je, kao nacionalni registar, zadužen za upravljanje Centralnim registrom, to jest centralnom zbirkom podataka o nazivima internet domena registrovanim u okviru domaćih domenskih prostora.

**Osim internet adrese, onlajn mediji imaju mogućnost da se registruju i u Registru medija APR**, jer su Zakonom o javnom informisanju i medijima<sup>12</sup> prepoznati kao javna glasila. Član 29 ovog zakona navodi da se pod medijem podrazumevaju „dnevne i periodične novine, servis novinske agencije, radio-program i televizijski program i elektronska izdanja tih medija, kao i samostalna elektronska izdanja (uređivački oblikovane internet stranice ili internet portali), a koji su registrovani u Registru medija“.

<sup>10</sup> <https://www.apr.gov.rs/%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%98%D0%B8.1180.html>

<sup>11</sup> Domen .RS je postao vidljiv na Internetu 25. septembra 2007. Registracija naziva .RS domena počela je 10. marta 2008, a od 10. decembra 2018. u okviru .RS domena je omogućena registracija naziva sa proširenim setom latiničkih slova iz pisama srpskog, albanskog, bosanskog, hrvatskog, češkog, nemačkog, mađarskog, crnogorskog, rumunskog, romskog, slovačkog, slovenačkog i vlaškog jezika. Time je .RS domen postao deo porodice domena sa internacionalizovanim nazivima - IDN (Internationalized Domain Name), odnosno domena čiji nazivi nisu napisani engleskim alfabetom. Domen .SRB je postao vidljiv na Internetu 3. maja 2011

<sup>12</sup> Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS, br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016 - autentično tumačenje



Onlajn mediji, međutim, **nemaju i obavezu da se registruju u navedenom registru.**

Zakon o javnom informisanju i medijima u članu 31. navodi da mediji nisu „platforme, poput internet foruma, društvenih mreža i drugih platformi koje omogućavaju slobodnu razmenu informacija, ideja i mišljenja njenih članova, niti bilo koja druga samostalna elektronska publikacija, poput blogova, veb-prezentacija i sličnih elektronskih prezentacija, osim ako nisu registrovane u Registru medija“.

Ukoliko odluče da se registruju, onlajn mediji tada uživaju nekoliko važnih prava, poput zaštite izvora informacije, novinari registrovanog medija su pod povlašćenim režimom strožije krivično pravne zaštite, olakšan je pristup informacijama i akreditacijama, kao i pristup državnim fondovima i mogućnost konkurisanja za projekte u oblasti javnog informisanja radi ostvarivanja javnog interesa.

Registar medija (formiran 2015. godine u skladu sa odredbom člana 141. Zakona o javnom informisanju i medijima), predstavlja jedinstvenu, centralizovanu, elektronsku bazu podataka o medijima. **U Registar se upisuju podaci o mediju koji bi trebalo da javnost upoznaju sa vlasničkom strukturom, uredništvom medija, kao i o novcu koji je medij dobio po osnovu državne pomoći<sup>13</sup>.**

Medijska strategija (Strategija razvoja javnog informisanja 2020 – 2025.)<sup>14</sup> navodi da je u trenutku kreiranja ovog dokumenta u Registar medija APR bilo upisano ukupno 2148 medija, od toga preko 600 internet portala.

Međutim, **podaci u samom Registru su netačni i neažurni**, pa bi sistem registracije, njegovu tačnost i ažurnost trebalo povećati kako bi se povećala i transparentnost podataka o medijima.

Tako Medijska strategija konstatuje da „**nije obezbeđen mehanizam da prikupljeni podaci budu ažurni, da budu umreženi sa podacima koji se vode u drugim registrima i da budu lako dostupni i pretraživi korisnicima. Postojeći pravni okvir ne pruža jasne kriterijume za brisanje medija iz Registra, ne sadrži delotvorne sankcije za nepoštovanje zakonskih odredaba niti utvrđena pravila o odgovornosti za vršenje kontrole tačnosti i ažurnosti podataka**“.

Istraživanje Asocijacije onlajn medija (AOM) iz 2018. godine na osnovu podataka o onlajn medijima upisanim u Registar pokazuje da trideset sedam portala nema impresum ili je impresum nepotpun, što znači da se ne zna ko im je glavni i odgovorni urednik ili ko čini redakciju, da 160 onlajn medija nema upisanu web adresu, kao i da 50 portala ima sličan naziv što, može da dovede čitaoce u zabludu. Istraživanje je takođe pokazalo da je veliki broj onlajn medija registrovan u periodu od 2014. do 2018, pa se sa početnih 215 onlajn medija došlo na cifru od 608.

<sup>13</sup> U Registar se registruju podaci o mediju i to: naziv i registarski broj medija; lično ime odgovornog urednika medija; broj dozvole za pružanje medijske usluge za elektronske medije; podatak o jeziku na kome se medij izdaje; podatak o internet, elektronskim i drugim formama medija; internet adresa; poslovno ime/naziv, sedište i matični broj izdavača; dokument koji sadrži podatke o pravnim i fizičkim licima koja neposredno ili posredno imaju više od 5% udela u osnivačkom kapitalu izdavača; podatak o iznosu novčanih sredstava dodeljenih mediju na ime državne pomoći; podatak o iznosu novčanih sredstava dobijenih od organa javne vlasti; podatak o prosečno prodatom tiražu medija u kalendarskoj godini; druge dokumente na osnovu kojih je izvršena registracija; datum i vreme registracije; promene registrovanih podataka; datum i vreme registracije promene podataka.

<sup>14</sup> Strategija unapređenja javnog informisanja u Republici Srbiji 2020 – 2025. godine, tačka 2.1 strategije



Rešavajući navedene probleme, Medijska strategija predlaže nekoliko mera, među kojima su ažurnost u dostavljanju podataka, pravila za brisanje medija iz registra, bolje tehničko okruženje i bolju kontrolu podataka u Registru, a početna tačka je izmena zakonskog okvira (pre svega, Zakona o javnom informisanju i medijima) koji se očekuje u toku 2021. godine.

#### PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE REGULATORNIH I SAMOREGULATORNIH MEHANIZAMA, POTENCIJALNI PRAVCI DELOVANJA:

- ▶ Za onlajn medije važi dvostruki režim registracije i on treba da ostane takav, i u slučaju najavljene promene medijske regulative, jer to garantuje sigurnost građanskim i netipičnim onlajn medijskim formatima da ostanu van opsega medijskog zakonodavstva.
- ▶ Registar medija dodatno unaprediti kroz tačnije i ažurnije upisivanje podataka, proširen obim podataka, te unapređenjem tehničkog okruženja koji bi korisnicima olakšao pristup podacima i njihovu analizu.



# IV KOLIKO SU „ZATVORENI“ OTVORENI PODACI?

Digitalizacija je omogućila da veliki broj podataka i informacija bude dostupan **onlajn**, te tako stvorila priliku svima da se informišu, istražuju, proveravaju izvore informacija i tako doprinose javnom diskursu.

Kako je postalo lakše doći do informacija i objaviti priče na digitalnim platformama, razvila se i potpuno nova grana novinarstva, tzv. **data - novinarstvo ili novinarstvo zasnovano na podacima**.

Novinarske priče zasnovane na podacima imaju brojne prednosti, između ostalog, pružaju opipljive, merljive dokaze, omogućavaju praćenje trendova i upoređivanje podataka.

„Brojke u sebi kriju i priče. One otkrivaju dobre strane i nedostatke u politici, privredi i društvu. Trezveno i bez emocija - za novinare idealan preduslov za stvaranje zanimljivih priča, jer iza hladnih brojki uvek se kriju ljudi. Uz malo spretnosti i istraživanja na ovaj način od naoko suvoparnih činjenica nastaju živopisni članci“.

**BIRN-ov priručnik za novinarstvo zasnovano na podacima<sup>15</sup>**

U poslednjih nekoliko godina i postao je trend da i same vlade i druge državne institucije objavljuju **veliki broj podataka u otvorenom formatu, tj. u formatima koji su pogodni za mašinsko čitanje ili obradu, koji tako doprinose (stvarnoj ili proklamovanoj) transparentnosti u radu uprave**.

I Srbija se pridružila ovoj inicijativi, najpre kroz Strategiju razvoja elektronske uprave (koja je međutim istekla još 2018. godine), koja je kao neke od svojih ciljeva obuhvatila digitalizaciju usluga javne uprave kroz razvoj e-servisa, unapređenje veb sajtova institucija i unapređenje Informatora o radu. Osim toga, Srbija od 2012. godine učestvuje u međunarodnoj inicijativi Partnerstvo za otvorenu upravu<sup>16</sup> i do sada je u okviru ove inicijative proizvela 3 akciona plana, sa ciljem da unapredi transparentnost i odgovornost institucija kroz korišćenje inovativnih onlajn servisa.



<sup>15</sup> Priručnik je dostupan ovde <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/09/Data-journalism-Manual.pdf>

<sup>16</sup> <https://www.opengovpartnership.org/members/serbia/>

Nacionalni portal otvorenih podataka (data.gov.rs) kreiran je sa ciljem da bude mesto objavljivanja skupova otvorenih podataka koji su u posedu državnih organa Republike Srbije.

Portal je zamišljen tako da bude tačka interakcije sa zajednicom koja dostupne podatke koristi, omogućava sveobuhvatno pretraživanje objavljenih skupova podataka i obezbeđuje svojim korisnicima mogućnost praćenja aktivnosti državnih organa koji objavljuju podatke.

Procesom otvaranja podataka institucije bi trebalo da obezbede ne samo viši nivo javnosti svog rada, već i nove mogućnosti za privredu i građane da od podataka stvore novu vrednost, kao na primer aplikaciju, poslovni model, istraživački projekat, itd.

2018. godine usvojen je [Zakon o elektronskoj upravi](#) koji obavezuje navedene organe da na portalu objavljuju otvorene podatke iz svoje nadležnosti na način koji omogućava lako pretraživanje i upotrebu. Institucionalno procesom upravlja [Kancelarija za informacione tehnologije i elektronsku upravu](#) koja održava portal i prvi je kontakt za sve institucije koje žele da objavljuju podatke.

Kada se podaci objavljuju na veb lokaciji data.gov.rs, oni su često zastareli, nepotpuni ili sa malom informativnom vrednošću. Osim toga, problem sa boljim iskorišćavanjem ovih podataka u novinarske i medijske svrhe je u tome što **institucije ne vide novinare kao krajnje korisnike ovih podataka. Objavljivanje podataka je neujednačeno i sporo i ne zadovoljava potrebe novinara.** U velikom broju slučajeva, novinari i dalje moraju da se služe zahtevima za pristup informacijama od javnog značaja kao bi došli do zvaničnih podataka i dokumenata.

„Na portalu za otvorene podatke trenutno ima 287 setova objavljenih podataka, a prema Akcionom planu, do kraja ove godine treba da bude objavljeno 2400 ovakvih setova. Trenutno se objavljuju podaci koji su manje društveno osetljivi i čije baze su dobro koncipirane. Za objavljivanje otvorenih podataka veće vrednosti potrebno je istražiti potrebe korisnika i na osnovu njih srediti baze i objaviti podatke u otvorenom formatu. To bi značilo da posebne konsultacije u vezi sa otvaranjem podataka treba sprovesti i sa medijima“.

**Ivan Grujić, pravnik**

Dodatni problem bolje iskorišćenosti podataka predstavlja i činjenica da za obradu podataka novinari moraju da steknu nova znanja iz oblasti informatike i statistike, nabave potrebnu opremu i softvere, što je za mnoge medijske kuće investicija koju ne mogu da priušte. Zato se u velikom broju slučajeva dešava da se podaci koriste rutinski, samo za produkciju grafika i/ili infografika.



Primer kako se postavljaju nadležne institucije kada je u pitanju transparentnost rada i podataka koje objavljuju, izbio je u prvi plan tokom upravljanja krizom izazvanom pandemijom virusa Covid – 19. Nakon [BIRN-ovog otkrića](#) da se broj umrlih od virusa ne poklapa za informacijama iznetim na konferencijama kriznog štaba (praktično jedinim izvorom informacija tokom vanrednog stanja) i podacima koji se nalaze u [Informacionom sistemu COVID – 19](#), nadležne institucije, pored deklarativne otvorenosti, nisu dostavile nijedan traženi podatak koji bi dao objašnjenje za nastalu situaciju. Novinari, a posledično i javnost, bili su konfrontirani sa apsolutnom tišinom institucija. Čak i obaveza države da dostavi informacije po FOI upitima bila je restriktivna zbog vanrednog stanja. Novinarsku analizu redom su osporavali premijerka, predsednik države, članovi kriznog štaba nudeći pojašnjenja koja nisu izdržala proveru, da bi se nekoliko meseci kasnije ispostavilo, [po svedočenju predstavnika kriznog štaba](#), dr Predraga Kona, da diskrepancija brojki zaista postoji.

#### PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE REGULATORNIH I SAMOREGULATORNIH MEHANIZAMA, POTENCIJALNI PRAVCI DELOVANJA:

- ▶ Institucije na svim nivoima vlasti treba da budu mnogo aktivnije u otvaranju podataka i objavljivanju na portalu, te da tako osiguraju pristup ažurnim, sistematizovanim i relevantnim podacima.
- ▶ Potrebno je inicirati konsultativni proces sa medijskom zajednicom u kom bi se definisale teme i podaci od značaja za medijsko izveštavanje.
- ▶ Potpunije korišćenje podataka zahteva i dodatna usavršavanja, proširenje znanja i kompetencija medija i novinara, kao i intenzivniju saradnju sa IT zajednicom.



# V OBRAZOVANJE ZA 21.VEK: MEDIJSKA PISMENOST I DIGITALNE VEŠTINE

Pod pojmom medijske i informacione pismenosti obično se smatra **spособnost kritičkog mišljenja i razumevanja medijskih sadržaja**.

„Građani i građanke koji su medijski pismeni i kritički poimaju poruke i informacije, više cene profesionalno novinarstvo i rad nezavisnih novinara koji izveštavaju u službi ostvarivanja javnog interesa. Podizanjem nivoa medijske pismenosti građana, profesionalni mediji dobijaju publiku koja će znati da vrednuje analitičke, istraživačke i profesionalne novinarske priče, podrži rad ovakvih medija i aktivira se kroz građansko novinarstvo“.

**Marina Grnja Klaić, Novosadska novinarska škola**

**Medijska pismenost deo je formalnog obrazovanja još od 2005.** i sastoji se iz tri lekcije u okviru izbornog predmeta Građansko vaspitanje i Maternji jezik.

Medijska strategija<sup>17</sup> prepoznaje njen značaj i uvodi je kao jedan od dugoročnih ciljeva koje treba ostvariti. Tokom proteklih godina civilni sektor, mediji i izdavači su takođe učestvovali u širenju medijske pismenosti (kroz organizovanje informativnih kampanja, sprovođenje programa neformalnog obrazovanja, kreiranju priručnika i drugih edukativnih materijala). Ove aktivnosti su za ciljne grupe imale nastavnike i srednjoškolce.

Neke od posledica nedovoljno razvijene medijske pismenosti su i **opšte nepoverenje u medije, oslanjanje na algoritamski krojene sadržaje u informisanju, kao i oslanjanje na neformalne grupe poznanika, prijatelja**.

Istraživanje „Informisanje u digitalnom okruženju u Srbiji“ među glavnim nalazima navodi da su najnepoverljiviji prema medijima mladi, a najpoverljiviji stari (samo 13% mlađih od 24 godine misli da se u većini slučajeva može verovati vestima, dok taj isti stav ima 25% starijih od 55 godina); ispitanici više vole algoritamsku selekciju vesti na osnovu informacija o tome šta su oni lično u prethodnom periodu gledali nego da taj izbor prave mediji; razgovor uživo o vestima i takozvane one-click aktivnosti su dva najzastupljenija vida reakcija na vest; postoji i visoka zabrinutost za tačnost informacija na internetu, više od polovine ispitanika (51%) najveću zabrinutost pokazuje za netačne ili obmanjujuće informacije koje dobija putem veb sajtova i aplikacija.

**Unapređivanje medijske pismenosti treba da ide paralelno sa porastom stepena digitalnih kompetencija. To su komplementarni ciljevi** koji bi trebalo zajedno da podignu kapacitet novinara i medija, medijskih korisnika i kreatora javnih politika.

Malobrojna istraživanja koja su se bavila specifično medijima i novinarima u onlajn prostoru pokazuju da **novinari poseduju veoma skromne medijske kompetencije i da često nemaju dovoljno veština i znanja da se prilagode digitalnim okolnostima**.

<sup>17</sup> [https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska\\_strategija210\\_cyr.pdf](https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf)



## Mera 5.2. Medijske strategije

*Unapređene digitalne medijske kompetencije novinara, medijskih radnika i zaposlenih u javnoj upravi* podrazumeva aktivnosti:

- 1) sprovođenje rodno osetljive analize početnog stanja digitalnih medijskih kompetencija novinara i medijskih radnika, sa preporukama za dalje aktivnosti;
- 2) podrška uvođenju novih predmeta, koje u fokusu imaju digitalne medijske kompetencije, u okviru formalnog obrazovanja novinara;
- 3) kreiranje i realizacija kontinuiranih programa neformalne obuke za medije i novinare u vezi sa digitalnim medijskim kompetencijama i informacionom pismenošću (na primer, programiranje, pretraga kompleksnih baza podataka, kreiranje vizuelizacija i sl.);
- 4) unapređenje znanja o čitanju i pretraživanju digitalnih podataka vezanih za fotografije;
- 5) edukacija o jednostavnim i efikasnim načinima kreiranja arhiva digitalnih fotografija koje na standardizovan način olakšavaju upotrebu, pretraživanje, proveru i kontrolu upotrebe digitalnih fotografija;
- 6) održavanje obuka za predstavnike državnih organa i javne uprave u vezi sa e-upravom, objavljivanjem podataka u open data formatu, odnosa sa javnošću i sl.;
- 7) kreiranje vebinara, baza podataka i aplikacija za mobilne telefone koji bi bili besplatni za korišćenje a služili podsticanju/razumevanju medijske i informacione pismenosti u medijskom okruženju;
- 8) organizacija tematskih seminara, konferencija i debata;
- 9) kroz konkurse za unapređivanje profesionalnih i etičkih standarda u oblasti javnog informisanja na republičkom i pokrajinskom nivou unapređivati digitalnu tranziciju tradicionalnih medija.

Unapređene digitalne kompetencije medija i novinara potrebne su i zbog unapređenja profesionalnih i etičkih standarda. Na primer, *Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*<sup>18</sup> Saveta za štampu, između ostalog navode posebne obaveze novinara u postupanju sa izvorima koji dolaze sa društvenih mreža, verifikaciju podataka, zaštitu komunikacije, moderaciju komentara i sl.

Nacionalni strateški programa Vlade, [Strategija razvoja digitalnih veština](#) na celovit način uređuje razvoj digitalnih veština građana sa ciljem korišćenja potencijala IKT tehnologija kako bi se podigao kvalitet života, ostvarila veća zaposlenost, efikasnost rada, i ekonomski rasta društva. Dokument se naslanja na Digitalnu agendu za Srbiju<sup>19</sup> i treba da doprinese povećanju pristupa građana i privrede informacionim i komunikacionim tehnologijama, otvorenosti i dostupnosti interneta, stvaranju

<sup>18</sup> Smernice su dostupne ovde <https://savetzastampu.rs/lat/dokumenta/smernice-za-primenu-kodeksa-novinarar-srbije-u-onlajn-okruzenju-2/>

<sup>19</sup> Digitalnu agendu čine Strategija razvoja informacionog društva do 2020, Strategija razvoja elektronskih komunikacija 2017 - 2020 i strategija razvoja informacione bezbednosti





informativnog društva razvojem e-poslovanja, e-uprave, e-trgovine, e-pravosuđa, e-zdravlja i digitalnog obrazovanja.

Kako pokazuje sama strategija, **iako je upotreba interneta na relativno visokom nivou u društvu, trenutni nivo digitalnih veština nije na zadovoljavajućem nivou.** Podaci o kompjuterskoj pismenosti u Republici Srbiji, koje redovno objavljuje Republički zavod za statistiku u statističkim godišnjacima, a koji pokazuje sposobnost korišćenja i kreiranja pomoću računara i razumevanje koncepata bitnih za tehnološke aktivnosti, pokazuju da je 34,2% lica starosti 15 i više godina kompjuterski pismeno, dok je 14,8% lica delimično kompjuterski pismeno.

Dodatno, zvanične statistike i izveštaji<sup>20</sup> nesumnjivo ukazuju da se poslednjih godina **produbljuje tzv. digitalni jaz, socio-ekonomski rizik koji ugrožava slobodan i ujednačen pristup digitalnim tehnologijama.**

Razvoj digitalnih veština u okviru medijskog sektora igra dvostruku ulogu. S jedne strane mediji će morati da prate trendove i usvoje znanja i veštine neophodne za funkcionisanje u digitalnom svetu, a s druge imaju ključnu ulogu u promociji digitalnih veština i njihovog značaja za sve kategorije društva.

#### PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE REGULATORNIH I SAMOREGULATORNIH MEHANIZAMA, POTENCIJALNI PRAVCI DELOVANJA:

- ▶ **Medijska pismenost treba da ima veći procenat zastupljenosti u školskom programu, naročito u pogledu edukacije u vezi sa širenjem dezinformacija, korišćenjem digitalnih medija na odgovoran način, finansiranjem proizvodnje sadržaja, i sl.**
- ▶ **Razvoj digitalnih veština, uz program medijskog opismenjavanja, treba da dodatno unapredi razumevanje i korišćenje tehnologija u svrhu slobode izražavanja, zaštite privatnosti, digitalne bezbednosti, kao i inovativnosti u razvoju medija.**
- ▶ **Programe razvoja digitalnih veština treba razvijati i za korisnike sadržaja, ali i za novinare i medijske radnike kako bi se na taj način unapredio kvalitet sadržaja onlajn medija.**

<sup>20</sup> Videti, na primer, Izveštaj o digitalnoj uključenosti u Republici Srbiji za period 2014. do 2018. godine, koji je objavio Vladin Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva



# VI ZAŠTITA PRIVATNOSTI I PODATAKA O LIČNOSTI

Tokom 2018. godine Američki Kongres pokrenuo je istragu o tome kako su se lični podaci 87 miliona korisnika društvene mreže Facebook našli u posedu firme Cambridge Analytica koja ih je koristila za kampanju promocije izlaska Velike Britanije iz EU. Ovaj globalni skandal otvorio je brojne debate o privatnosti i upotrebi ličnih podataka u digitalnom ekosistemu.

Sličnih incidenata bilo je i u našoj zemlji. Na primer, prema istraživanju SHARE Fondacije, informacioni sistem COVID-19 namenjen obradi ličnih podataka građana u vezi sa pandemijom, bio je osam dana (od 9. do 17. aprila) izložen neovlašćenom pristupu na veb stranici do koje se moglo doći jednostavnom internet pretragom.

Osim toga, monitoring koji zajednički sprovode BIRN i SHARE Fondacija pokazuje da je u periodu od 2014. do 2019. bilo 67 ovakvih povreda, kada su se lični podaci građana neovlašćeno našli na internetu i društvenim mrežama.

Podaci o ličnosti se često označavaju kao „nova nafta“ jer se mnogi onlajn biznis modeli zasnivaju upravo na korišćenju i prodaji ličnih podataka. Pomenuta kompanija Facebook je upravo na ovim podacima razvila biznis vredan 40 biliona dolara.

Istovremeno, (zlo)upotreba prava na privatnost i ličnih podataka je „otvorila“ i pitanje regulacije sadržaja na internetu. Evropska regulativa GDPR (General Data Protection Regulation) koji je usvojen još 2016. godine (u međuvremenu izmenjen nekoliko puta), po prvi put je pozvao na odgovornost internet platforme i društvene mreže koje koriste lične podatke korisnika koji dolaze iz zemalja EU. Ova regulativa nameće tehničke i organizacione mere kontrolera i obrađivača ličnih podataka.

Domaći Zakon o zaštiti podataka o ličnosti<sup>21</sup> usvojen je 2018. godine, i on u velikoj meri prati standarde evropske regulative.

Ovaj zakon prepoznaje novinarski izuzetak, tj. prepoznaje značaj javnog informisanja koje preteže u odnosu na zaštitu privatnosti – ova vrsta pruža određenu pravnu sigurnost novinarima i medijima da pišu i istražuju javne ličnosti i nosioce javnih funkcija, što je neophodan preduslov da mediji rade kao čuvari javnosti.

„Naš Zakon propušta da preciznije uredi (i) ovaj izuzetak, već „prepisuje“ odredbu GDPR-a. Primenjivost novinarskog izuzetka ocenjuje se od slučaja do slučaja, procenom balansa između suprotstavljenih interesa: slobode izražavanja i zaštite podataka o ličnosti pojedinca. Ukoliko se proceni da je u konkretnom slučaju pretežniji interes sloboda izražavanja, neće važiti pomenute odredbe zakona o zaštiti podataka. Prilikom ove procene treba pratiti smernice Kodeksa novinara Srbije i Smernice za primenu Kodeksa u onlajn okruženju, u delu u kome se bave zaštitom privatnosti“.

**Ana Toskić Cvetinović, izvršna direktorka Partneri Srbija**

<sup>21</sup> Zakon o zaštiti podataka o ličnosti, Službeni glasnik RS, br. 87/2018



Ta mogućnost, ipak, ne znači da mediji i novinari ne treba da obrate dužnu pažnju kako postupaju sa ličnim podacima. Novinarska praksa i praksa zaštite podataka ukrštaju se u nekoliko tačaka: podaci o ličnostima o kojima se izveštava (na primer, imovina funkcionera i sa njima povezanim ličnostima), podaci o korisnicima i pretplatnicima (na primer, email adrese, ime i prezime, bankovni podaci lica koji su korisnici sadržaja ili plaćaju za pristup sadržaju), direktne donacije od korisnika, targetiranje korisnika uz pomoć cookie-za, tj. onlajn alata koji prate ponašanje korisnika na internetu i koji se mahom koriste u marketinške i statističke svrhe i sl.

Pored pravila Kodeksa novinara Srbije koja se odnose na poštovanje privatnosti, u onlajn okruženju se primenjuju i sledeća pravila:

**Tretman privatnih zapisa i fotografija objavljenih na društvenim mrežama i platformama.** Privatni podaci i zapisi, uključujući tu i privatne fotografije, video i druge zapise koje je privatna osoba objavila na društvenoj mreži ili drugoj platformi moguće je objavljivati samo uz prethodnu saglasnost te osobe, osim u slučajevima kada interes javnosti preteže nad pravom na privatnost, i to u meri u kojoj je to neophodno da se ostvari svrha izveštavanja.

**Privatni podaci i zapisi namenjeni objavljivanju.** Privatni podaci i zapisi mogu se objavljivati bez prethodne saglasnosti osobe na koje se ti podaci odnose ako je ta osoba takve podatke namenila javnosti, odnosno dostavila mediju radi objavljivanja, (na primer, korišćenjem heš tagova i drugih sličnih načina koji za cilj imaju prenošenje takvih podataka).

**Privatni podaci i zapisi u okviru komunikacije namenjene široj javnosti.** Sadržaji koje objavljuju privatne osobe u okviru komunikacije namenjene široj javnosti mogu se objavljivati bez pristanka osobe na koju se taj zapis odnosi.

**Privatni podaci i zapisi koji sadrže privatne podatke i zapise drugih osoba.** Ako se u okviru privatnih podataka i zapisa jedne osobe pominju ili nalaze privatni podaci ili zapisi drugih osoba (na primer, tagovi na društvenim mrežama), novinar i medij su dužni da takve osobe učine neprepoznatljivim, osim u slučaju da i za te osobe interes javnosti preteže nad pravom na privatnost.

**Pravo na zaborav.** Urednik onlajn medija i onlajn izdanja može da odluči da ukloni sadržaj ili podatke o ličnosti u okviru sadržaja po zahtevu osobe čija su lična prava ugrožena ukoliko objavljivanje podataka o ličnosti ne predstavlja javni interes ili ako iz bilo kog razloga pravo javnosti da bude informisana o pitanjima od javnog značaja ne preteže nad zaštitom prava na privatnost.

**Prikupljanje podataka o ličnosti od čitalaca i/ili registrovanih korisnika.** Onlajn mediji i onlajn izdanja su dužni da u potpunosti postupaju u skladu sa propisima koji uređuju zaštitu podataka o ličnosti, a naročito su dužni da čitaocima/registrovanima korisnicima obaveste o svrsi prikupljanja podataka o ličnosti i načinu korišćenja tih podataka, kao i da od čitalaca/korisnika pribave saglasnost za takvu vrstu korišćenja podataka o ličnosti.

Onlajn mediji i onlajn izdanja će se uzdržavati od prikupljanja podataka o ličnosti koji nisu u srazmeri sa svrhom prikupljanja. Preporučuje se onlajn medijima i onlajn izdanjima da izrade svoja pravila kojima će urediti sva bitna pitanja od značaja za prikupljanje podataka o ličnosti.



Istraživanje<sup>22</sup> koje je sprovedla SHARE Fondacija u vreme neposredno pre usvajanja domaćeg Zakona o zaštiti podataka o ličnosti, na osnovu uzorka od 70 onlajn medija i njihovih portala, pokazuje da od svih medija uključenih u ovo istraživanje skoro 60% medija uopšte nije imalo politiku privatnosti objavljenu na svom sajtu, dok od ostalih medija samo 10% ima posebne politike privatnosti.

Zaštita podataka o ličnosti prepoznata je i u Medijskoj strategiji, u tački 5.3, a neke od mera koje se predlažu: sprovođenje kampanja javnog zagovaranja koja je usmerena na to da mediji propišu i učine transparentnim pravila o privatnosti, što se naročito odnosi na: korišćenje kolačića (cookies) i načina na koji se prikupljaju podaci o onlajn preferencijama korisnika i njihovi podaci (na primer, IP adresa, vreme trajanja sesije na određenoj stranici i sl.); način postupanja u slučaju zahteva korisnika da ukloni njegove/njene lične podatke iz novinarskog teksta u slučaju da interes javnosti da sazna te informacije više ne preteže nad pravom na privatnost (pravo na zaborav); obaveštavanje korisnika o svim relevantnim aspektima obrade njihovih podataka o ličnosti u skladu sa propisima koji uređuju oblast podataka o ličnosti; način implementacije ostalih zakonskih obaveza medija kao rukovaoca koja se tiču podataka o ličnosti, u skladu sa propisima koji uređuju tu oblast.

#### PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE REGULATORNIH I SAMOREGULATORNIH MEHANIZAMA, POTENCIJALNI PRAVCI DELOVANJA:

- ▶ **Dodatno razviti preporuke koje bi jasnije definisale novinarski izuzetak i pravo na zaborav kako bi se smanjila arbitrarnost u odlučivanju u svakom pojedinačnom slučaju.**
- ▶ **Mediji i novinari treba da prošire znanja i veštine u oblasti zaštite podataka, naročito u vezi sa upotrebom cookie-za na svojim veb sajtovima.**
- ▶ **Mediji treba da budu transparentni u vezi sa obradom podataka o ličnosti, jasno navedu na koji način postupaju sa podacima korisnika, te da unaprede interne kapacitete (i tehničke i logističke) i bezbednosne mere pri rukovanju podacima.**
- ▶ **Mediji i novinari treba odgovorno da postupaju sa podacima i da prate smernice Kodeksa novinara i njihovu primenu u onlajn okruženju.**



<sup>22</sup> <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/data-business-models-sustainability-serbian.pdf>