

ETIČNE DILEME SLOVENSКИH SPLETNIH NOVINARJEV IN UREDNIKOV

MELITA POLER
KOVAČIČ

Povzetek

Pojav spletnega novinarstva je privedel do novih etičnih dilem in zmede glede etičnih standardov. Pojavljajo se dvomi o ustreznosti tradicionalne novinarske etike za spletno novinarstvo, saj gre za področje, na katerem trčijo stare in nove vrednote. Cilj tega članka je raziskati etične dileme spletnih novinarjev in urednikov, strategije reševanja in stališča o potrebi po prilagoditvi etičnih kodeksov izzivom spletnega okolja. Poglobljeni intervjuji z dvanajstimi novinarji in uredniki treh najbolj branih slovenskih spletnih novičarskih medijev (24ur.com, Siol.net in Rtv slo.si) so pokazali, da imajo intervjuvanci težave z jasnim in sistematičnim izražanjem o etičnih temah. Njihove odločitve bolj kot na teoretsko utemeljenem presojanju temeljijo na izkušnjah in zdravem razumu. Kljub temu je bilo mogoče razbrati šest ključnih dilem in različne strategije reševanja, stališča o spreminjanju kodeksov pa so bila raznolika in brez konkretnih predlogov.

Melita Poler Kovačič je redna profesorica na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani; e-pošta: melita.poler-kovacic@fdv.uni-lj.si.

Uvod

Pojav spletnega novinarstva je privedel do novih etičnih dilem in zmede glede etičnih standardov. Porajajo se dvomi o tem, kaj lahko novinarska etika sploh pomeni za dejavnost, ki mora zagotavljati takojšnje novice in analize, te pa lahko – zahvaljujoč internetu – objavlja kdorkoli (Ward 2010, 3). Medijska revolucija, v kateri so novinarji prisiljeni deliti si medijski prostor s pisci tvitov in blogov, z državljskimi novinarji in uporabniki družbenih omrežij, v temeljih in nepovratno spreminja naravo novinarstva oziroma njegovo etiko (Ward 2012). Zastavlja se vprašanje, katere tradicije in modele – če sploh katere – je mogoče uporabiti v tem novem svetu blogov, strani z državljskim novinarstvom, multimedijskih predstavitev ter novinarskih rokov štiriindvajset ur na dan in sedem dni v tednu (Friend in Singer 2007, xxv). Kodeksi novinarske etike niso stopili v korak s časom, ki ga zaznamuje hiter porast novih medijev, saj se med drugim ne odzivajo na dialeško naravo spletnega komuniciranja, medtem ko se novi mediji naglo razvijajo ob zavračanju mnogih tradicionalnih novinarskih norm (German 2011, 268).

Redke študije so se do zdaj ukvarjale s posameznimi etičnimi dilemami spletnega novinarstva, zlasti kolizijo med razvidnostjo virov in anonimnostjo spletnih komentatorjev (npr. Hlavach in Freivogel 2011). Večinoma so raziskovale zgolj posamezne vrednote, ki jih povezujemo z vzponom spletnega novinarstva, a jih niso obravnavale kot etični problem: takojšnjost (npr. Hall 2000; Salaverria 2005; Scott 2005; Juntunen 2009; Karlsson 2011; Lim 2012), osebno vpletenost oziroma angažiranost (npr. Wiesslitz in Ashuri 2011; Hedman in Djerf-Pierre 2013), interaktivnost oziroma participativnost (npr. Chung 2007; Domingo 2008; Hermida in Thurman 2008; Blaagaard 2013) in množstvo virov informacij (npr. Steele 2008; German 2011). Nekatere so se lotile resnicoljubnosti, preverjanja in točnosti informacij (npr. Tumber 2001; Karlsson 2011; Vasilendiuc in Gross 2012) v kontekstu spletnega novinarstva, a so prav tako zanemarile vprašanje, kaj spremenjeni pomeni teh vrednot, ki so se uveljavili v spletnem novinarstvu, pomenijo za tradicionalno novinarsko etiko.

Ne obstajajo pa študije, ki bi do zdaj, dve desetletji po začetkih spletnega novinarstva, celovito raziskale etične dileme spletnega novinarstva, kot jih vidijo – in se z njimi v vsakdanji praksi soočajo – novinarji in uredniki. Zato je glavni cilj tega članka ugotoviti, katere so njihove etične dileme, kako jih razrešujejo in kakšna so stališča o potrebi po prenovi etičnih kodeksov v spletnem okolju. Doseči ga bomo poskušali z metodo poglobljenih intervjujev z dvanajstimi novinarji in uredniki najbolj branih slovenskih novinarskih spletnih medijev (24ur.com, Siol.net in Rtv slo. si) med kampanjo pred volitvami v Evropski parlament.

Kolizija vrednot tradicionalnega in spletnega novinarstva

Študije o etiki spletnega novinarstva, ki se osredinjajo na pomen, uporabnost in prihodnost tradicionalne novinarske etike v kontekstu posameznih etičnih problemov spletnega novinarstva (npr. Lasica 2001; Friend in Singer 2007; Steele 2007/2011, 2008; Ward 2010, 2012), v glavnem uporabljajo deskriptivne pristope z navedbami zgledov. Nekatere med njimi splošni (teoretski) premislek dopolnjujejo s pregledom glavnih etičnih dilem spletnega novinarstva (npr. Ward 2012), ki pa ne temelji na empiričnih raziskavah.

V dozdajšnjih raziskavah je obravnavan zlasti konflikt med razvidnostjo virov in anonimnostjo na spletu, na primer v luči nedoslednosti novinarskih uredništev, ki nimajo zadržkov glede anonimnosti (pogosto žaljivih) komentarjev pod novinarskimi prispevki, medtem ko pri svojih tiskanih izdajah še vedno sledijo tradicionalni vrednoti razvidnosti virov in uporabe neimenovanih zaupnih virov le pod določenimi pogoji (Hlavach in Freivogel 2011; Ward 2012).

Med vrednotami je v središču raziskav zlasti takojšnjost, vendar redko kot potencialni vir etičnih napak zaradi nezadostnega preverjanja, ampak predvsem kot fenomen spletnega novinarstva, ki ga spletni mediji različno uresničujejo (gl. npr. Lim 2012). Vendar hitrost objave lahko bistveno vpliva na uresničevanje za tradicionalno novinarstvo temeljne vrednote, tj. resnicoljubnosti. Karlsson (2011) obravnava povezanost takojšnjosti in interaktivnosti z resnicoljubnostjo in s transparentnostjo, vendar teoretske razprave ne podpira z empirično raziskavo o posledicah takojšnjosti. Tudi drugi avtorji se omejujejo predvsem na predvidevanja o možnih učinkih prizadevanja za takojšnjost (gl. npr. Scott 2005) oziroma te ponazarjajo le s posameznimi študijami primerov (npr. Hall 2000; Salaverria 2005).

Nekatere raziskave se posvečajo problemu neustreznega preverjanja informacij, objavljenih v spletnih prispevkih. Vasilenducova in Gross (2012) sta na primer raziskovala vpliv interneta na delo romunskih novinarjev in ugotovila, da preverjanje poteka skoraj izključno v iskalniku Google – s prepisovanjem. Pojav in razmah tako imenovanih Google novinarjev pripisujeta povzdigovanju hitrosti produkcije nad kakovost (Vasilenduc in Gross 2012, 72), vendar problema podrobneje ne preiskujeta v luči spremenjenih profesionalnih vrednot. Kot, recimo, poudarja Tumber (2001, 98), se točnost pri spletnem novinarstvu konstituira neprenehoma, torej gre za proces, in ne lastnost končnega izdelka, kar je v nasprotju s klasičnim načinom uresničevanja resnicoljubnosti, ki zahteva objavo točnega prispevka. Resnicoljubnost se v spletnem novinarstvu dosega s transparentnostjo, ki temelji na odprtosti in sodelovanju občinstva; preverjanje informacij tako ne poteka več izključno pred objavo, ampak v procesu razširjanja različnih informacij in pogledov (Karlsson 2011).

Z objavo nepreverjenih informacij je povezano tudi vprašanje popravkov napak na spletu. Ustvarjanje z veliko hitrostjo povečuje verjetnost napak – od napačno črkovanih besed do navedbe napačnih dejstev. Etično vprašanje je, ali naj novinarji objavljajo popravke ugotovljenih napak ali pa naj napake zgolj popravijo in ne pustijo sledu o napaki (Ward 2012).

Tudi objektivnost je predmet posameznih raziskav, zlasti v povezavi s participacijo občinstva. Wiesslitzova in Ashurijeva (2011, 1039) ugotavljata, da spletno novinarstvo spodbuja nove novinarske modele, ki so izziv za vrednote moderne dobe. Opozarjata na premik od objektivnega novinarstva k novinarstvu osebne vpletenosti in angažiranosti, ki si prizadeva predstaviti realnost v družbi marginaliziranega ali celo zanikanega trpljenja. Digitalne medijske platforme pospešujejo model tako imenovanega moralnega novinarja, ki je priča dogodkom trpljenja in jih želi spremeniti. V primerjavi s profesionalnimi novinarji, ki so zavezani normi objektivnosti, lahko spletni uporabniki privzamejo drugačne norme, ki jim omogočajo preseganje dejstvenega poročanja (Wiesslitz in Ashuri 2011, 1048). Tudi Hedmanova in Djerf-Pierrova (2013) ugotavljata, da švedski novinarji, ki redno uporabljajo družbene medije, bolj poudarjajo aktivnejše novinarske vloge, na

primer komentatorsko, kot pa vlogo objektivnega obveščanja. Starejša študija stališč novinarjev o javnem novinarstvu, ki zagovarja aktivnejšo vlogo novinarjev, da bi tako motivirali skupnost in jo spodbudili k delovanju, sicer kaže, da novinarji ne podpirajo vrednot javnega novinarstva, ki nasprotujejo vrednotam tradicionalnega novinarstva (Arant in Meyer 1998).

Problem novinarske (ne)objektivnosti se kaže tudi pri zasebni uporabi družbenih omrežij. Kot navaja Ward (2012), številne medijske organizacije spodbujajo novinarje k pisanju blogov, lastnemu profilu na Facebooku in lastnemu računu na Twitterju, kar pa lahko vodi h konfliktu med novinarjevo zavezo idealu objektivnega poročanja in osebnim komentiranjem iste teme v družbenih omrežjih. Novinar se, recimo, lahko trudi nepristransko poročati o določeni temi, toda ko o njej v svojem blogu izreka pristransko mnenje, to ogroža njegovo verodostojnost pri novinarskem delu.

Nekateri avtorji raziskujejo interaktivnost oziroma vključitev vsebin državljanov v kulturo profesionalnega novinarstva (npr. Chung 2007; Domingo 2008; Hermida in Thurman 2008; Blaagaard 2013). Čeprav pri tem ne izpostavljajo etičnih dilem, raziskave nakazujejo konflikt med vrednoto novinarja kot člana profesije, značilno za profesionalizacijo novinarske dejavnosti v 20. stoletju, in vrednoto participativnosti oziroma vključenosti, ki opredelitev novinarja razširja na medijske uporabnike oziroma novinarje državljane. Zaključek Dominga in drugih (2008) je, da novinarske organizacije razumejo participacijo uporabnikov predvsem kot priložnost za bralce, da razpravljajo o aktualnih dogodkih, medtem ko naj bi novinarski proces ostal zaprt za državljane ali naj bi ga vsaj nadzorovali profesionalni novinarji.

Pri uporabi vsebin državljanov je mogoče zaznati problem verodostojnosti. Ward (2012) se sprašuje, ali bi bilo treba tudi od državljskih novinarjev zahtevati uravnoteženost in nepristranskost; vsebine, ki jih posredujejo državljani, lahko kot vir informacij obetajo veliko, lahko pa pomenijo tudi precejšnje tveganje. Študija poročanja o protestih v Iranu leta 2009 na primer razkriva, da so uradni viri in državljanski novinarji navajali različne podatke, vendar so bile precejšnje razlike tudi med informacijami državljskih novinarjev (German 2011, 265). Novinarji pogosto pripisujejo neupravičeno verodostojnost blogerjem ter njihova opažanja in poglede izenačujejo z novinarskim sporočanjem, ki je zavezano strogim profesionalnim standardom, ter jih posredujejo brez preverjanja, kot opozarja Steele (2008, 57).

Ker so se dozdejšnje študije ukvarjale predvsem s posameznimi vrednotami, ki jih večinoma tudi niso obravnavale v kontekstu kolizije s tradicionalnimi novinarskimi vrednotami, niso pa celovito raziskale etičnih dilem, s katerimi se srečujejo novinarji in uredniki v spletnih medijih, postavljamo prvo raziskovalno vprašanje: Katere etične dileme imajo novinarji in uredniki slovenskih spletnih medijev v različnih fazah spletnonovinarske produkcijske prakse?

Za etične dileme je značilna kolizija (vsaj) dveh »pravilnih« moralnih obveznosti, med katerima mora moralni akter izbrati tisto, ki jo pojmuje kot v danem primeru pomembnejšo, oziroma mora najti rešitev, s katero ju bo ustrezno uravnotežil (Day 2000, 2). Etični kodeksi ne morejo ponuditi vseh rešitev; so (pre)splošni oziroma vsebinsko omejeni, saj v njih ni mogoče predvideti raznolikih okoliščin, v katerih se dileme zgodijo (prav tam, 45). K privzemu določene strategije za razrešitev etične dileme naj bi vodil strukturiran, sistematičen proces (prav tam, 64), četudi novinarji etične rešitve včasih sprejemajo intuitivno, spontano in iracionalno (Merrill 1989, 173).

Pregled študij o etiki spletnega novinarstva razkriva pomanjkanje raziskav o strategijah, ki jih novinarji in uredniki uporabljajo za razreševanje etičnih dilem. Pojem strategije se pri tem nanaša na (bolj ali manj natančen in nameren) načrt praks, privzet z namenom dosega določenega cilja (Wodak 2003, 139). V raziskavi tako iščemo odgovor na drugo raziskovalno vprašanje: Kako novinarji in uredniki slovenskih spletnih medijev razrešujejo etične dileme, s katerimi se srečujejo pri svojem delu?

Deuze in Yeshuajeva (2001, 288, 289) sta na prelomu tisočletij izvedla pilotno študijo o etičnih dilemah spletnega novinarstva. Ugotovila sta, da med nizozemskimi uredniki in novinarji ni bilo soglasja o tem, kako naj se v prihodnje razvija etika spletnega novinarstva, nekatere sicer prepoznane etične dileme pa se takrat (še) niso pojavljale v vsakodnevni novinarski praksi. Raziskava je bila izvedena v začetnem obdobju spletnega novinarstva ter omejena na novinarje v eni državi in njihova splošna stališča o etiki spletnega novinarstva. Podobnih študij v poznejšem obdobju v dostopni literaturi ni mogoče najti.

Večina uveljavljenih novinarskih norm je bila oblikovana v preteklem stoletju, in sicer kot profesionalna etika objektivnosti za množične komercialne časopise poznega 19. stoletja (Ward 2012). Kultura tradicionalnega novinarstva spodbuja vrednote točnosti, preverjanja informacij pred objavo z določenimi metodami, uravnoveženosti, nepristranskosti, strogega ločevanja dejstev in mnenj, odbiraljstva in prizadevanja za zmanjšanje škode, medtem ko kultura spletnega novinarstva poudarja vrednote takojšnjosti, transparentnosti, pristranskosti, izražanja ostrih mnenj, državljanskega novinarstva, popravkov napak po objavi in anonimnosti (prav tam). Zato se pojavljajo dvomi, ali je tradicionalna novinarska etika ustrezna za novinarstvo v spletnem okolju, saj gre za področje, na katerem trčijo stare in nove vrednote.

Novinarske etike ni mogoče izenačevati z etičnimi kodeksi, saj je kodeks zgolj seznam pravil, o katerih so se sporazumeli novinarji (Bertrand 2005, 11). Vendar tako za etiko kot za kodekse velja, da spadajo v domeno novinarske samoregulacije kot prvine novinarske profesionalizacije, kar pomeni, da o tem, kaj je etično ravnanje, upravičeno sodijo le izvajalci profesije, torej novinarji sami. V demokratičnih družbah je tako doseženo soglasje, da morajo etične kodekse, ki so najbolj uveljavljen samoregulacijski vzvod, pisati novinarji sami, in sicer na podlagi kritične analize stanja v profesiji (Elliott-Boyle 1985/86, 22). Potrebo po spremembi kodeksa običajno spodbudijo spremembe v novinarski praksi (Poler Kovačič in Van Putten 2011). Ker v literaturi ni raziskav o tem, kako morebitno potrebo po reviziji etičnih kodeksov za spletno novinarstvo vidijo novinarji in uredniki, zastavljamo tretje raziskovalno vprašanje: Kakšna stališča imajo novinarji in uredniki slovenskih spletnih medijev o prenovi novinarskih etičnih kodeksov, ki bi ustrezno odgovorila na izzive spletnega medijskega okolja?

Metoda

Da bi odgovorili na raziskovalna vprašanja, smo uporabili metodo poglobljenih intervjujev z dvanajstimi novinarji in uredniki najbolj branih slovenskih spletnih novičarskih medijev: 24ur.com, Siol.net in Rtv slo.si (MOSS 2013). V vsakem mediju smo izvedli intervju z odgovornim urednikom ter dvema dnevnikoma in enim novinarjem, ki so pokrivali kampanjo pred volitvami v Evropski parlament.

Intervjuvanci so bili stari od 27 do 45 let, šest jih je bilo moškega in šest ženskega spola.

Obdobje predvolilne kampanje (mesec dni pred 25. majem 2014) smo izbrali, ker so tako izzivi kot tudi možnosti, ki jih spletno komuniciranje predstavlja za novinarje, očitnejši v obdobju povečane politične aktivnosti, kar še posebej velja za obdobja pred volitvami (Michailidou 2012). Predpostavljali smo, da bodo etične dileme med kampanjo še posebej izrazite predvsem zaradi povečanih prizadevanj političnih virov informacij, da bi s pristranskim novinarskim poročanjem pridobili pozitivno publiciteto (gl. npr. Franklin in Richardson 2002).

Z izbrano metodo smo dobili vpogled v stališča intervjuvancev, ki izhajajo iz njihovih izkušenj oziroma njihovih lastnih interpretacij izkušenj (Seidman 2013, 9). Poglobljeni intervjuji omogočajo raziskati, kako intervjuvanec dojema nek pojav, ne da bi mu pri tem vsiljevali vnaprejšnje kategorije ali strukture pomenov oziroma preveč omejili smer njegovega premisleka in odgovorov (Monette idr. 2013, 240).

Intervjuji so vključevali vprašanja v treh tematskih sklopih: 1. identifikacija etičnih dilem v različnih fazah spletnonovinarske prakse; 2. strategije reševanja etičnih dilem in 3. stališča o prenovi etičnih kodeksov zaradi izzivov spletnega medijskega okolja. V povprečju so trajali 60 minut, bili so posneti in pozneje zapisani.

Intervjuvance bomo pri predstavitvi rezultatov analize poimenovali z vlogo, ki jo opravljajo, in medijem, v katerem delajo.

Novinarske etične dileme in strategije reševanja

Analiza intervjujev je pokazala, da tako novinarji kot uredniki – ne glede na medij – etiki pripisujejo pomembno vlogo. Etika je »zelo pomembna« (novinar, Siol.net) in je v njihovih presojah vedno prisotna, »saj to moraš imeti« (odgovorna urednica, 24ur.com), kajti brez etike »to potem ni novinarstvo« (novinar, Rtv slo.si).

Intervjuvanci so potrdili obstoj etičnih dilem, toda ko bi jih morali (sistematično) poimenovati, so nastopile težave. Mnogi začetni odgovori so bili nejasni ali celo povsem neartikulirani, na primer: »Dileme so skoz ... ne, dileme, ne vem ..., kaj pa vem ..., to je zdaj ..., do kje gremo lahko, kam gremo lahko ... « (eden od dnevnih urednikov/urednic). Izvedba intervjujev je bila zato zahtevna. Za večino so bila značilna občasna obdobja tišine, ko so intervjuvanci razmišljali, kaj odgovoriti; voditi jih je bilo treba s podvprašanji, pri čemer smo spraševalci bili pozorni na to, da smo jih spodbujali k premisleku o etičnih dilemah, ne da bi jim pri tem sugerirali odgovore oziroma nanje vplivali s svojimi predstavami. Mnogi so najprej izpostavili dileme, ki niso posebnost spletnega novinarstva, na primer: »Vse na zasebnost je vedno dilema« (dnevni urednik, Siol.net 2). Te ugotovitve kažejo na to, da premislek o etiki primarno ni vezan na vrsto medija.

Intervjuvanci so imeli težave tudi pri ubesedovanju strategij reševanja dilem. Odgovori so bili večinoma razdrobljeni in so nakazovali, da je odločanje pretežno intuitivno oziroma zdravorazumsko in poteka rutinsko: »Toliko smo že vpeljani, da dosti avtomatično to delamo, no, da pač ne rabiš nekega groznega premisleka« (dnevna urednica, 24ur.com 1). Odvisno je tudi od osebne vrednotnega sistema, saj »so eni mogoče malo bolj kritični, drugi malo manj, eni bi več stvari pustili, da se objavijo, drugi malo manj« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Na podlagi odgovorov lahko sklepamo tako o pomanjkanju refleksivnosti kot tudi o individualnosti pri reševanju dilem. Novinarji jih običajno rešujejo sami, včasih tudi v hitrem dialogu

z dnevnimi uredniki, če je treba, z odgovornim urednikom: »Se usedemo za 15 minut, se pogovorimo, zavzamemo stališče in rešimo zadevo« (dnevni urednik, Siol.net 2). Kljub časovnim stiskam so uredniki novinarjem na voljo za pogovor, še posebej dnevni oziroma turnusni uredniki: »Turnusni urednik ti bo pač povedal, kaj si misli, v končni fazi pa do neke mere tebi pusti odločitev, razen če je res kaj grozno spornega« (novinar, Rtv slo.si).

Kljub nepovezanim odgovorom smo prepoznali šest ključnih etičnih dilem, vezanih na spletno okolje. Pri vsaki bomo predstavili tudi strategije reševanja.

Hitrost/takojšnjost objave ali točnost informacij?

Vsi intervjuvanci so navedli hitrost kot eno glavnih značilnosti svojega dela, ki jih postavlja v položaj, ko morajo odločitev o času objave nenehno uravnoteževati z normo objave točnih, temeljito preverjenih informacij: »To je non stop konflikt. To ti je vsakih pet minut konflikt« (dnevni urednik, Siol.net 1). Čeprav je prizadevanje za ažurnost značilno tudi za tradicionalne medije, je na spletu dodaten izziv: »Zaradi hitrosti, ki jo splet omogoča, se pogosto znajdemo v tej zanki ... ej, a si slišal, kaj je ta rekel, dajmo hitro to izjavo napisat« (odgovorni urednik, Siol.net). Ali pa: »Spletni mediji, tu nimaš od jutra do večera čas, da bi preveril še vse, kar delaš na zgodbi« (dnevna urednica, 24ur.com 2).

Prizadevanje za čim hitrejšo objavo je povezano s konkurenčnimi razlogi, ki lahko pretehtajo profesionalno zahtevo po preverjanju: »Potreba po novicah je zdaj glede na konkurenco že takšna, da nekateri objavijo tudi, ko zadeva ni preverjena.« (novinarka, 24ur.com) Hitrost pa je pomembna tudi v eksistencialnem, načelnem smislu, ker Googlov iskalni algoritem deluje po načelu, da na vrh najprej uvrsti tistega, ki je prvi, pozneje pa razvršča po klikih: »To ni konkurenčnostni pritisk ali pa za oglaševalce, ampak ker želimo, da ljudje naše vsebine berejo. Ker če jih ne bi, je brez veze, da delamo« (dnevni urednik, Rtv slo.si).

Čeprav »hitrost lahko gre na račun točnosti, saj v ihti lahko narobe slišiš« (novinar, Siol.net), to ne pomeni, da dajejo intervjuvanci hitrosti prednost pred točnostjo: »Rajši dam pet minut kasneje, objavim nekaj, pa da je to res, kot pa da se izkaže, da smo objavili nekaj, kar ni res« (dnevni urednik, Siol.net 1). Odgovori sicer kažejo na prizadevanje, da bi uresničevali obe vrednoti hkrati, tj. bili hitri in obenem točni: »Hitrost ja, ampak mora biti preverjena informacija« (dnevna urednica, Rtv slo.si).

Posebno razsežnost v obravnavano dilemo vnašajo družbena omrežja, ki omogočajo hitro posredovanje kratkih in jedrnatih informacij: »Včasih, deset let nazaj, je bil novinar na terenu, je moral poklicat /.../, danes tvitne, pa imamo mi že dosti za tisto prvo hitro objavo, ki je hudičevo pomembna« (dnevni urednik, Rtv slo.si). Po drugi strani pa je lahko vprašljiva verodostojnost teh informacij, zato je potrebna previdnost: »Trebaja je pa biti ful previden, koga uporabljáš oziroma koga citiraš« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Nekateri intervjuvanci so opozorili na problem (pre)hitrega povzemanja drugih medijev, ko »nekdo nekaj objavi, vsi povzamejo« (novinar, Siol.net). Spletni mediji reproducirajo napake zlasti pri dnevno aktualnih temah, »ker na spletu velikokrat nimaš časa prav veliko razmišljati, kako bi kakšno stvar delal« (odgovorna urednica, 24ur.com).

Kako intervjuvanci uravnotežujejo hitrost objave s točnostjo? Glavna strategija je sprotno osveževanje spletnih prispevkov, zaradi česar ni treba, da je novica

že ob prvi objavi celovita: »Trudimo se, da damo zadevo, ko se nekaj zgodi, čim prej gor, pa četudi z enim stavkom, pa z eno sliko« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Hitri prvi objavi sledi temeljitejša preverjanje in dopolnjevanje: »Ne boš nek dolg članek objavil, ampak boš najprej dal samo *lead*, se pravi, ck, več sledi, potem boš pa v miru. Mi temu pravimo, da je bar odprt, da lahko potem spodaj komentirajo. Problem je seveda edino ta, da ker hitro tipkaš, pride do napak, kdaj pa kdaj tudi do kakšnih grozljivih napak, ki so pravzaprav totalni lapsusi, ampak se pač zgodi« (novinar, Rtv slo.si).

Pri objavi ne dovolj preverjenih informacij uporabljajo tudi klasično strategijo sklicevalnih avtomatizmov, ki izražajo nezanesljivost oziroma negotovost: »Skušamo preveriti, seveda pa tudi jasno napišemo, če nečesa ne moremo preveriti. Pišemo naj bi, nekateri pravijo, slišali smo, nismo mogli potrditi ...« (dnevni urednik, Siol.net 2). Pri odločanju, kdaj informacijo objaviti, imajo tudi strategijo spremljanja drugih medijev, recimo STA, še posebej pri specifičnih dogodkih, kot recimo poročanju o smrti: »Počakamo, če pa ne moremo preveriti, pa vsaj počakamo, da kaka dva referenčna medija, ki sta za nas kredibilna, to objavita, potem pa tudi mi objavimo« (odgovorna urednica, Rtv slo.si). Ena od strategij prizadevanja za točnost je spremljanje komentarjev. Komentatorji »so že kdaj pa kdaj opozorili na kakšno napako v članku, ko je bilo zatipkano ali pa kaj, pa sem potem popravil« (novinar, Rtv slo.si).

Točnost trenutne objave ali transparentnost sprememb?

Prizadevanje za točnost trenutne objave s sprotnim osveževanjem je posebnost spletnega novinarstva, ki pa v novinarsko delo vnaša določeno netransparentnost, saj je na spletu vidna le zadnja različica prispevka. Intervjuvanci so to dilemo zaznali, vendar so točnost trenutne objave brez sledu o spremembi označili za prednost, pomembnejšo od pomanjkanja transparentnosti: »Ravno internet je tisti medij, ko lahko dopolnjuješ, ko lahko popravljaš. /.../ Internet ravno to omogoča, da se zgodba dopolnjuje, tukaj jaz vidim predvsem pozitivne plati interneta« (odgovorni urednik, Siol.net). Prednost je, da lahko novinar pri pomembnih novicah hitro objavi ključno informacijo: »Objavimo enostavno novico na izredni pasici /.../ in potem novinar v tem času preverja, piše ..., potem se pa dopolnjuje« (odgovorna urednica, Rtv slo.si).

Da spremembam ni mogoče slediti in da niso razvidne vse različice prispevka, se intervjuvancem ne zdi sporno, saj je spletni medij »nekaj, kar ti tisti trenutek, ko te zanima, pogledaš in dobiš zadnje informacije« (odgovorna urednica, 24ur.com). Bralci niso prikrajšani, saj so »informacije zdaj pravilne in je boljše, da je tako, kot pa da bi imel še prvo verzijo gor« (dnevna urednica, 24ur.com 2).

Sprotno osveževanje je povezano s popravljanjem napak brez sledu o napaki, kar ni skladno z normo vidnih popravkov, v katerih je zapisana napaka in dodano opravičilo. Edini znak, da prispevek ni več objavljen v prvotni različici, je navedena ura osveževanja, kar pa ne pomeni, da je bil osvežen zaradi popravka napačne informacije, saj je bil morda le dopolnjen zaradi poteka poročanega dogodka oziroma novih informacij v zvezi z njim. Možnost takih »nevidnih« popravkov nekateri vidijo kot »potuho, ko se zanašaš, da boš že kasneje popravil« (novinar, Siol.net). Mediji so glede popravkov sicer privzeli strategijo, da manjše napake popravljajo brez sledu, pri večjih napakah oziroma formalnih zahtevah prizadetega po popravku pa objavljajo tudi klasične popravke:

Recimo zadnjič smo imeli en članek o tem, kdo živi v stanovanjih mestne občine, pa plačuje neprofitno najemnino. Če bi mi tam navedli še tri ljudi, ki to sploh niso, bi jasno v okvirčku napisali, pomotoma smo navedli tudi tega, tega pa tega, to ne drži, iskreno se jim opravičujemo, prikradla se je napaka ... Bi oprali njihova imena, če pa na primer narediš napako pri citiranju ulice, prostora, stavbe, mogoče komu spregledaš kakšen naziv ..., to pa se hitro reši, to niso take velike stvari (dnevni urednik, Siol.net 2).

Odprtost za uporabnike ali verodostojnost informacij?

Vključevanje vsebin uporabnikov po eni strani bogati nabor razpoložljivih virov in uveljavlja vrednoto odprtosti, po drugi strani pa sproža dvome o verodostojnosti. Intervjuvanci uporabnike spodbujajo k sodelovanju, vendar pred objavo njihove vsebine preverijo: »Dostikrat jih sami pozovemo, da naj pošiljajo svoje slike, videe, karkoli ..., in če je v redu, potem to objavimo. Ali pa če nam recimo kdo pošlje kako informacijo, recimo o hudi prometni nesreči ... Sicer preveriš, ampak jo objaviš. In se potem zahvališ« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Problem vprašljive verodostojnosti torej rešujejo s strategijo preverjanja. Nekaterne informacije uporabnikov so koristne in jih uporabijo, toda problem so zahteve po plačilu:

Kadar so kakšne naravne katastrofe, poplave, toča in tako naprej, velikokrat tam [na podportalu Moj splet] naložijo, pa potem mi jemljemo kakšne fotke od tam. Če pa so kakšne bolj sporne stvari, pa seveda preverimo. Ampak tega ni veliko. /.../ Včasih nam pošljejo kaj, ampak potem izsiljujejo, da hočejo imeti plačilo fotografije, to pa čisto ignoriramo, sploh se ne ukvarjamo s tem (odgovorna urednica, Rtv slo.si).

Preverjanje je potrebno tudi pri fotografijah: »Oh, smo se tudi že zafrknili, ko nismo preverili kakšne fotke /.../, fotošopirana je bila« (odgovorna urednica, 24ur.com). Pri presoji, ali zaupati v poslano, uporabljajo tudi strategijo upoštevanja izkušenj, ki jih imajo s konkretnimi uporabniki: »Imamo par ljudi, ki nam redno pošiljajo, pa vemo, da so zanesljivi. Imeli smo tudi primer človeka, ki je bil požigalec, pa nam je pošiljal fotke tistega, kar je požgal. /.../ Z različnimi ljudmi se srečuješ. Imaš ene, ki pač na vsak način hočejo priti v medije« (odgovorna urednica, 24ur.com).

Med informacijami, ki jih uporabniki zapisujejo v komentarjih, so včasih osebni podatki ljudi, vpletenih v nesreče. V takih primerih je uredniška strategija izbris komentarja, kar izvedejo moderatorji skladno z internimi pravili: »Po naših pravilih je striktno prepovedano podajanje osebnih podatkov, tak bi letel dol« (dnevni urednik, Rtv slo.si). Toda ker moderiranje poteka šele po objavi, je informacija nekaj časa vidna. Problem pa ni samo neupravičena identifikacija oseb, ampak tudi neresnične informacije: »Načeloma je tako, da zberemo, ker se je dostikrat tudi že izkazalo, da napišejo kar nekoga, ki sploh ni povezan z zadevo« (dnevna urednica, 24ur.com 2).

Anonimnost komentatorjev ali dostojnost javne razprave?

Velika dilema je dopuščanje anonimnih komentarjev, ki pogosto vsebujejo prvine neprimerne govora. Večina intervjuvancev je bila do komentarjev kritična: »Jaz moram reči, da sem več pričakovala od komentarjev, bolj vsebinske komentarje« (odgovorna urednica, 24ur.com). Spletni komentarji ne uresničujejo potenciala, ki

ga imajo, da bi koristili tako širši javni razpravi kot tudi novinarjem pri njihovem delu: »Tudi to je ena priložnost, ki jo internet ima, bi lahko bila super za novinarje, za urednike, za druge bralce, tudi to bi lahko bilo nek dodatek k članku, bi lahko bilo vir idej za novinarje /.../, pa ni« (dnevni urednik, Siol.net 1).

Glavna strategija je moderiranje komentarjev, vendar intervjuvanci vseh treh medijev ugotavljajo, da obstoječi sistem problema ne rešuje, kajti »dokler imaš ti anonimnost, nobeno pravilo ne zaleže« (odgovorna urednica, 24ur.com). Nekateri intervjuvanci se zato nagibajo k »večji transparentnosti, k čim manjši anonimnosti komentatorjev« (odgovorni urednik, Siol.net). Strategija uvajanja strožjih pravil se ni izkazala za uspešno: »Sicer smo zdaj neka strožja pravila dali ven, samo meni se še vedno zdi, da si čisto preveč dovolijo. Jaz bi naredila, da bi se moral človek predstaviti s pravim imenom in priimkom, ker če bi se, potem ne bi bili tako žaljivi. Ker ti komentarji pa so res žaljivi« (dnevna urednica, Rtvsl.si).

Vendar bi strategija ukinjanja anonimnosti povzročila dva negativna učinka: prvi je upad števila klikov, drugi pa ukinitev možnosti – četudi redko uresničene –, da so komentarji koristni:

Težava je pač v tem, da če bi naredili povsem transparenten komentatorski sistem, se ne bi skoraj nihče odločil za to, da bi komentiral članke. /.../ Saj v tri četrt primerih bi to bilo dobro, da se ne bi ... V nekaterih primerih pa bi vendarle bilo dobro, da bi se, ker komentatorski sistem vendarle omogoča, da se tudi novinarju odpre nov pogled v članku, na katerega morda prej ni niti pomislil. Bi pa to, seveda, zelo, zelo vplivalo na branost (odgovorni urednik, Siol.net).

Nekateri se kljub težavam z naraščanjem števila neprimernih komentarjev zavzemajo za anonimnost, »ker nekateri ljudje še vedno raje neke stvari, tudi kvalitetne, komentirajo skozi anonimni profil« (odgovorna urednica, Rtvsl.si). Ena od načrtovanih strategij je nov način registracije spletnih komentatorjev, ki ga nameravajo uvesti na 24ur.com: »Mi gremo ta teden na registracijo s telefonsko številko. /.../ Enostavno smo videli, da samo z registracijo prek mejla ne gre več« (odgovorna urednica, 24ur.com).

Poleg moderiranja uporabljajo tudi strategijo zaklepanja komentiranja posameznih prispevkov, recimo o prometnih nesrečah: »Te moramo že a priori zapreti za komentarje« (novinarka, 24ur.com). Največ zaklepanja je pri črni kroniki, še posebej slovenski. Nekateri prispevke zaklenejo že takoj, medtem ko pri drugih spremljajo raven razprave in se o morebitnem zaklepanju odločajo sproti:

Mi načeloma ne zaklepamo komentarjev, jih pa zaklenemo na zgodbah, kjer je črna kronika, se pravi, kjer je smrt. Pa tega pravila se držimo, da ko gre za Slovenijo. Če gre za tujino, še posebej če gre za kakšno znano osebnost, potem pustimo odprto, da vidimo, v katero smer se debata razvija, in če je potem ta smer čisto neprimerna, zaklenemo. V Sloveniji pa v glavnem zaklepamo, razen če gre res za neke javne osebnosti, ki so bile angažirane tudi družbenopolitično ... Če se debata v neki normalni smeri odvija, potem pustimo (odgovorna urednica, Rtvsl.si).

Pravica do izražanja mnenj ali novinarska nepristranskost?

Ena od dilem se nanaša na dopustnost izražanja mnenj novinarjev o temah, o katerih sicer poročajo, na zasebnih družbenih omrežjih. Dilemo so intervjuvanci

prepoznali le na načelni ravni; trdili so, da se v praksi z njo pravzaprav ne srečujejo, zato so pri reševanju zavzeli le načelna stališča.

Opredeljevanje novinarjev na zasebnih družbenih omrežjih je za nekatere »načeloma nesprejemljivo« (novinar, Siol.net), še posebej, »če gre za novinarje, ki pokrivajo politiko« (odgovorna urednica, Rtv slo.si). Novinarji naj mnenja raje izražajo v za to predvidenih žanrih, »na način analize, npr. v komentarju« (novinar, Siol.net). Drugi bi dali prednost svobodi izražanja kot temeljni človekovi pravici: »Če ima človek privatni Twitter /.../, je prav, da izraža tudi svoje mnenje. Saj smo v bistvu vsi ljudje. Jaz zahtevam, da je to, kar je na spletni strani objavljeno kot novica, narejeno objektivno« (odgovorna urednica, 24ur.com). Izražanje mnenja v prostem času je pravica, ki je novinarju ni mogoče odvzeti: »Če v zasebnem času tvita, če napiše kakšen komentar, je to njegova pravica, jaz mu je ne morem kratiti /.../, dokler je v skladu z ustavo, res pa ne bi imel rad kakšnega nacista ...« (dnevni urednik, Rtv slo.si).

Kako bi problem – če bi se pojavil – razreševali? Odgovorna urednica Rtv slo.si bi se z novinarjem pogovorila, še posebej zato, ker so javni medij. A smo v istem mediju dobili tudi odgovor, da je osebno opredeljevanje novinarjeva pravica (gl. stališče dnevnega urednika Rtv slo.si), zato ukrepanje ne bi bilo potrebno.

Branost ali novinarska etika?

Intervjuvanci so navedli tudi dilemo med tržnimi in novinarskimi normami, ki se sicer pojavlja tudi v tradicionalnih medijih, vendar internet vanjo vnaša nov dejavnik, tj. možnost prilagajanja prispevkov na podlagi sprotnega spremljanja branosti. Intervjuvanci so poudarili, da število klikov nima prednosti pred profesionalnimi merili izbora vsebin in načinov upovedovanja. Vendar odgovori niso bili povsem enotni, tudi znotraj istega medija ne: »Tudi mi smo, kljub temu da smo javni zavod, odvisni še zmeraj od reklam oziroma od klikov« (novinar, Rtv slo.si). Po drugi strani pa: »Nam tega ni treba, mi nismo odvisni od klikov« (dnevni urednik, Rtv slo.si) oziroma »tabloidne logike nabijanja klikov pa nimamo« (odgovorna urednica, Rtv slo.si).

Ena od strategij uravnoteževanja tržnih in novinarskih vrednot je, da pri za javnost pomembnih temah število klikov ni relevantno: »Če ocenimo, da je nekaj strašno pomembna tema /.../, potem ne gledaš na ratinge« (dnevna urednica, 24ur.com 2). Tudi v primeru objavljanja tragičnih zgodb je bilo enotno stališče, da kliki načeloma ne smejo imeti prednosti pred etiko. Odgovorni urednik Siol.net je, recimo, opisal dilemo, ko so se v enem dnevu zgodili trije umori oziroma samomori, objava zgolj osnovnih informacij pa je pokazala izjemno branost:

Branost je podivjala. Imamo pač možnost spremljati na pet minut, kaj se dogaja z bralstvom. /.../ Bilo je vprašanje, ali gremo to poslikat. /.../ Če bi gledal samo branost, bi to bilo vrhunsko /.../ Vendar trdim, da bi to bilo neodgovorno. Slovenska družba je na robu eksplozije. Do teh primerov črne kronike je treba zavzeti ekstremno previdno stališče. Treba je biti zelo pazljiv, ne dajati bralcem niti možnosti iskanja navdiha, komentiranja takšnih dogodkov.

Druga strategija so privlačni naslovi, s katerimi pritegnejo pozornost, vendar z vsebino v besedilu samem poskušajo zagotoviti kompleksno razumevanje problema. Na primer:

Spomnim se primera. Lani jeseni, nekje na obrobju Ljubljane, ko je prišlo do streljanja. Sem rekel, OK, vidim, da so konkurenčni spletni mediji tja poslali fotografije, branost je poletela. Več ljudi je bilo mrtvih. Vendar nočem samo trupel, sploh jih nočem, dajmo poklicat psihologe, dajmo poklicat sociologe, kaj se dogaja v družbi, da je pripeljalo do tega. /.../ V naslov smo dali teaser, vendar je vsebina bila, kako psiholog to pojasnjuje, kaj se v človeku dogaja, da se odloči za nerazumen, tragičen dogodek (odgovorni urednik, Siol.net).

Poleg spreminjanja naslovov uporabljajo tudi strategijo opremljanja prispevkov s privlačnim slikovnim gradivom: »Tisto, kar vleče, so naslovi ali pa določene fotografije, infografika ...« (novinar, Siol.net).

Stališča o prenovi novinarskih kodeksov v spletnem okolju

Stališča intervjuvancev o tem, ali bi bilo treba novinarske etične kodekse prilagoditi izzivom spletnega okolja, so različna in se povezujejo s stališči o pomenu etičnih kodeksov na splošno, vendar ni mogoče razbrati razlik glede na medij in vlogo intervjuvanca. Ključna ugotovitev je, da spremembe kodeksa tako v tradicionalnih kot spletnih medijih ne morejo rešiti glavnih problemov novinarstva, ki so sistemski, povezani s krčenjem oglaševalskega kolača, z neurejenim socialnim položajem novinarjev in novinarsko odvisnostjo od politike: »Če meniš, da lahko ta problem rešiš s kodeksom, *I wish you luck*. Mislim, da bi bilo treba na deklarativni ravni kodekse verjetno posodobiti, vendar samo s posodobitvijo kodeksov se etika ne bo spremenila« (odgovorni urednik, Siol.net).

Drugi menijo, da je kodeks lahko uporaben, toda le kot dodatna pomoč, »samo ni pa to dovolj, da bi zdaj vse stavili samo na neka pravila na papirju« (odgovorna urednica, Rtv slo.si). Izpostavili pa so problem slabega poznavanja kodeksov, kar smo v intervjujih ugotovili tudi sami: »Meni je to ostalo iz faksa, ker sem bila na novinarstvu, ker sem imela etiko, pa imaš ves čas to ozadje v glavi, ampak večina itak ni novinarjev, so prišli iz kakšnih drugih fakssov, sploh niso nikoli brali nič od tega« (dnevna urednica, 24ur.com 2).

Nekateri se do potrebe po prilagoditvi kodeksa niso opredelili: »Na to pa ne morem odgovoriti. Ne vem« (dnevna urednica, 24ur.com 1). Drugi potrebe po dopolnitvah niso povezali s spletom, saj »etika mora funkcionirati enako v vseh medijih« (novinar, Siol.net). Etične norme morajo biti enake ne glede na vrsto medija, zato prilagoditve niso potrebne, ker se splet »ne razlikuje toliko, razen da je tu hitrejši, da vse moraš takoj narediti, ni tako kot recimo v časopisih, ko imaš *deadline* takrat, pa lahko ti v miru napišeš« (novinar, Rtv slo.si).

Intervjuvanci, ki so se strinjali s prilagoditvijo kodeksa, so stališča utemeljevali na zelo splošni ravni: »Ja, mogoče bi lahko malo, ker vseeno je to nek specifičen medij« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Ali pa: »Meni se zdi, da bi morali absolutno kakšne stvari, kar se tiče spletnega novinarstva, dodajati, ker se mi vedno dozdeva, da je vse tako fokusirano na tisk, pa na televizijo« (odgovorna urednica, 24ur.com). Kljub takemu stališču pa so imeli težave pri artikuliranju, kaj in kako spremeniti. Tipičen odgovor: »Ne vem, zdaj ti res ne vem povedati tako na hitro« (dnevna urednica, Rtv slo.si). Predlogov je bilo malo in še ti so bili bolj kot na konkretne

rešitve omejeni na navedbo področij, ki bi jih bilo treba s kodeksom pokriti, na primer »interaktivnost in družbena omrežja« (odgovorna urednica, 24ur.com) ter »komentiranje« (odgovorna urednica, Rtvsllo.si).

Intuicija, zdrav razum in izkušnje kot vir etičnih presoj

Tako novinarji kot uredniki treh najbolj branih slovenskih novičarskih spletnih medijev se pri svojem delu srečujejo z etičnimi dilemami, vendar imajo težave, ko bi jih morali sistematično poimenovati in navesti strategije reševanja. Odgovori so bili večinoma precej nepovezani, intervjuvanci so potrebovali čas za premislek in spodbudo s podvprašanji. Izkazalo se je tudi, da nekateri slabo poznajo Kodeks novinarjev Slovenije, čeprav so etiko najprej označili za pomemben dejavnik pri svojem delu in temo pogovorov v uredništvu.

Navedene ugotovitve kažejo, da etično presojanje ne poteka kot strukturiran, sistematičen in teoretsko utemeljen proces, ampak izvira predvsem iz intuicije in zdravega razuma, podprtih z izkušnjami iz prakse in odvisnih od posameznikove osebne občutljivosti za etično. Zdrav razum, ki se nanaša na vrsto instrumentalnega znanja, pridobljenega z izkušnjami, se razvija v soočanju z vsakdanjimi problemi (Glasser in Ettema 2008, 514). Kot tak daje smernice delovanja, in ne utemeljitev zanje; za novinarje, ki presojajo zdravorazumsko, nista značilni snovanje možnih alternativ in njihovo utemeljevanje, ampak se omejujejo na nekaj očitnih izbir (prav tam, 522).

Tak pristop k etičnemu presojanju ni neobičajen, če ga primerjamo s prakso v tujini (gl. npr. Glasser in Ettema 2008; Juntunen 2009). Vsaj deloma ga lahko razložimo z dejstvom, da novinarsko delo – zaradi odsotnosti vstopnih pogojev v poklic – lahko opravljajo tudi osebe brez specifičnega strokovnega znanja. K intuitivni, hitri oziroma rutinizirani presoji gotovo prispeva tudi časovni pritisk – in ta je pri spletnem novinarstvu še izrazitejši kot v tradicionalnih medijih –, saj je utemeljeno presojanje večstopenjski (in zato tudi časovno zahtevnejši) proces, ki obsega identifikacijo dejstev in vrednot, ubeseditev dileme, tehtanje tekmujočih vrednot, upoštevanje zunanjih dejavnikov, pregled dolžnosti do soudeležencev, aplikacijo etičnih teorij in odločitev, ki jo je mogoče teoretsko utemeljiti (Day 2000, 67).

Težave pri jasnem opredeljevanju etičnih dilem so večje, kot se morda zdi na prvi pogled. Kot ugotavljata Glasser in Ettema (2008, 512), problem novinarske etike ni nezmožnost novinarjev razlikovati pravilno od napačnega, ampak njihova nezmožnost, da bi o etiki govorili razločno in premišljeno: biti etičen pomeni biti sposoben sistematično razpravljati o etičnih dilemah, jih skrbno tehtati in znati svojo rešitev prepričljivo upravičiti. Etika tako ni zgolj odločitev oziroma izbira, ampak argumentacija.

Kljub razdrobljenim odgovorom smo z analizo intervjujev prepoznali šest etičnih dilem in strategij reševanja, pri čemer bistvenih razlik glede na medij in status intervjuvanca ni bilo mogoče ugotoviti. Intervjuvanci so pri posameznih dilemah v navzkrižje postavili neenakovredne pojme – od abstraktnjših družbenih vrednot (npr. dostojnost javne razprave) do konkretnjših profesionalnih norm (npr. točnost) in idealov (npr. nepristranskost) do široko definiranih profesionalnih ciljev (npr. novinarska etika) in ozkih (poslovnih) interesov, ki so prevzeli vlogo vrednostnih usmerjevalcev (npr. branost). To v osnovi ni napaka, saj etičnih dilem včasih ni mogoče oblikovati drugače kot na različnih ravneh (primere gl. v Day 2000, 17).

Dileme, ki so jih navedli, se nanašajo na ključne etične probleme spletnega novinarstva, na katere so opozorili tudi tuji avtorji (npr. Ward 2012), toda le na podlagi teoretskega premisleka brez empirične podlage in strategij reševanja.

Glavna dilema vseh intervjuvancev je kolizija med hitrostjo/takojšnjostjo objave in točnostjo informacij. Hitrost ni pomembna samo zaradi tržnih razlogov, ampak tudi načelnih. Hitrost pomeni branost, branost pa ne pomeni samo večjega števila klikov in s tem pritegovanja oglaševalcev, ampak ne glede na finančne učinke osmišlja novinarsko delo: novinarjevo delo je smiselno samo, če so njegovi izdelki brani, kar pa je odvisno (tudi) od hitrosti objave. To ugotovitev lahko povežemo z zaključki Juntunenove (2009), da je razkorak med organizacijskimi pritiski in novinarskimi normami v primeru hitrosti manjši, kot se zdi, saj oboje podpira isti argument: novice je treba povedati čim prej. Vrednota ažurnosti je vedno bila vgrajena v novičarsko kulturo, saj je novost določujoča značilnost novice (Deuze 2005, 449). Vendar na spletu, kjer je pritisk po objavi štiriindvajset ur na dan oz. sedem dni v tednu, ažurnost pravzaprav pomeni poročanje v realnem času – torej takojšnjost.

V odgovorih intervjuvancev je bilo mogoče razbrati več strategij, s katerimi poskušajo združiti hitrost s točnostjo: hitro objavo ključnih informacij v eni povedi na izpostavljenem mestu, čemur sledita preverjanje in dopolnjevanje; uporabo sklicevalnih avtomatizmov, ki izražajo nezanesljivost; objavo šele po objavi v referenčnih medijih; popravljanje po objavi na podlagi opozoril spletnih komentatorjev. Na načelni ravni dajejo zanesljivosti prednost pred hitrostjo, vendar je v praksi pritisk, da bi objavili nepreverjene informacije, lahko zelo močan in tudi odločujoč (gl. npr. Juntunen 2009), zato bi bilo v nadaljevanju raziskave smiselno intervjuje dopolniti z metodo opazovanja.

Intervjuvanci so kljub načelno ugotovljeni koliziji med točnostjo trenutne objave in transparentnostjo dilemo hitro razrešili v prid prve vrednote, za katero si prizadevajo s sprotnim osveževanjem in je v interesu bralcev, ker dobijo zadnjo, torej najtočnejšo in najcelovitejšo informacijo. Pri popravljanju napak so privzeli strategijo, da manjše napake popravijo brez sledu, v primeru večjih napak oziroma formalnih zahtev pa objavljajo tudi klasične popravke, pri čemer je ocena velikosti napake prepuščena trenutni presoji posameznika in tudi posvetu z urednikom.

Odprtost za uporabnike je ena glavnih značilnosti spletnega komuniciranja, ki pomeni priložnost za obogatitev novinarskih vsebin, vendar vključevanje uporabnikov v novinarski del medijskega prostora sproža vprašanja o verodostojnosti, saj uporabniki niso zavezani istim standardom kot profesionalni novinarji. Intervjuvanci so navedli to dilemo in povedali, da jo rešujejo z naslednjimi strategijami: dodatnim preverjanjem; upoštevanjem izkušenj, ki jih imajo s konkretnimi (rednimi) uporabniki; izbrisom komentarjev, v katerih uporabniki navedejo osebne podatke.

S spletnimi uporabniki je povezana tudi dilema med dopuščanjem anonimnega komentiranja in dostojnostjo javne razprave. Vsi trije mediji kot glavni strategiji reševanja uporabljajo moderiranje komentarjev in zaklepanje komentiranja posameznih prispevkov, vendar intervjuvanci ugotavljajo, da se problem stopnjuje, zato razmišljajo o dodatnih ukrepih. Nekateri se nagibajo k strategiji ukinjanja anonimnosti, drugi ji nasprotujejo; da so stališča deljena, je pričakovano, saj tudi študije dokazujejo, da lahko anonimnost po eni strani prispeva k demokratičnejši razpravi, po drugi pa pospešuje destruktivno vedenje (Citron in Norton 2011, 1447).

Različni so odgovori pri dilemi, ali novinarjeva pravica do izražanja mnenj o političnih temah na zasebnih družbenih omrežjih pretehta normo novinarske nepristranskosti. Dilemo so intervjuvanci prepoznali le na načelni ravni, češ da takih primerov v svojih uredništvih ne poznajo, zato so tudi pri reševanju navedli le potencialno strategijo: nekateri bi se z novinarjem pogovorili o neprimernosti političnega opredeljevanja na zasebnih profilih, medtem ko drugi ne bi ukrepali, ker ima po njihovem mnenju svoboda izražanja prednost. Uredniških smernic o tem ni, tudi pri intervjuvancih istega medija so bili odgovori različni. Ti izhajajo iz osebne etične drže oziroma vnaprejšnje privrženosti eni od obeh vrednot.

Šesta dilema se nanaša na kolizijo med tržnimi interesi in novinarskimi normami. Med dileme v spletnem okolju jo štejemo zato, ker imajo novinarji in uredniki na podlagi sprotnega spremljanja branosti prispevkov možnost njihovega takojšnjega spreminjanja. Intervjuvanci so večinoma trdili, da število klikov nima prednosti pred tradicionalnimi načeli objavne vrednosti in novinarske etike, čeprav so priznali, da ga spremljajo. Še posebej pri za javnost zelo pomembnih temah sledijo pravilu, da število klikov ni relevantno, sicer pa branost povečujejo s strategijo privlačnih naslovov, fotografij, infografike. Tudi pri tej dilemi bi bilo smiselno raziskavo dopolniti z dodatnimi metodami, na primer z besedilno analizo in opazovanjem.

Stališča intervjuvancev o potrebi po prenovi etičnih kodeksov zaradi izzivov spletnega okolja so bila različna in povezana s stališči o vlogi kodeksa na splošno. Prevladujoče stališče je bilo, da kodeksi ne morejo rešiti glavnih problemov v novinarstvu in niso dovolj za etično ravnanje, a so koristni vsaj kot smernice. Tako prepričanje bi lahko uvrstili blizu sodobnega analitičnega pogleda, ki kodekse vidi kot koristen samoregulacijski vzvod – toda le kot del širšega sistema medijske (samo)regulacije, pa tudi blizu negativnega pogleda na kodekse, značilnega zlasti za države z izrazito razliko med etičnimi načeli in prakso komercialnih medijev (Nordenstreng 2002/2008, 251). Očitno pa je presežen pozitiven pogled, značilen za začetna obdobja sprejemanja kodeksov, ki od kodeksov kot posrednikov profesionalizacije pričakuje več.

Med tistimi, ki kodeksu vsaj deloma priznavajo pozitivno vlogo, so nekateri menili, da so spremembe odveč, ker mora biti etika enaka ne glede na medij, drugi pa, da so potrebne prilagoditve spletnemu okolju. A tudi zadnji so imeli težave, ko so bili naprošeni, naj predlagajo spremembe. Predlogi so bili redki in nekonkretni, kar nas vrača k izhodiščnim ugotovitvam o nezmožnosti preišljenega in jasnega izražanja novinarjev in urednikov o etičnih temah. Te ugotovitve so skladne z zaključki raziskave o prenovi Kodeksa novinarjev Slovenije leta 2010 (Poler Kovačič idr. 2012), ki je pokazala, da so novinarji kodeks spremenili na hitro, pri čemer se o tem, kaj in kako spremeniti, niso odločali na podlagi kritične in sistematične analize stanja ter utemeljenega premisleka rešitev, ampak predvsem na podlagi osebnih novinarskih izkušenj in tujih etičnih kodeksov.

S to študijo smo skušali zapolniti vrzel na področju raziskovanja etičnih dilem spletnega novinarstva in strategij njihovega razreševanja ter stališč novinarjev in urednikov o prenovi etičnih kodeksov v spletnem okolju. Obenem pa so nam rezultati omogočili vpogled v temeljni problem etičnega presojanja, tj. pomanjkanje sistematičnega premisleka, jasnih opredelitev in utemeljenih strategij delovanja. Na podlagi ugotovljenega lahko sklenemo, da je glavni izziv na področju novinarske etike – če odmislimo širše medijske in družbene probleme – pravzaprav ta, kako

obstoječe zavedanje novinarjev in zlasti urednikov o pomenu etike za kakovostno novinarstvo nadgraditi z razumevanjem, da etičnega presojanja v novinarstvu kot dejavnosti z izjemno močjo – in zato tudi izjemno odgovornostjo – ni mogoče prepuštili intuiciji in zdravemu razumu. Za sistematičen in strokovno podprt proces etičnega odločanja pa je nujno, da znajo novinarji in uredniki o etiki govoriti jasno, pregledno in utemeljeno. Prepoznavanje etičnih problemov in razvijanje analitičnih veščin sta med ključnimi cilji poučevanja prihodnjih novinarjev (Christians 2008, 13) in diplomanti novinarskega programa te kompetence imajo (gl. npr. Poler Kovačič idr. 2013). Izziv torej je, kako v dejavnosti, ki jo opravljajo tudi izvajalci brez novinarske izobrazbe, povečati strokovno znanje, ne da bi morali dostop omejiti z uvedbo novinarskih licenc.

Literatura

- Arant, David M., in Philip Meyer. 1998. Public Journalism and Traditional Journalism. *Journal of Mass Media Ethics* 13, 4, 205–218.
- Bertrand, Claude-Jean. 2005. Introduction: Media Accountability. *Pacific Journalism Review* 11, 2, 5–16.
- Blaagaard, Bolette B. 2013. Shifting Boundaries. *Journalism* 14, 8, 1076–1090.
- Christians, Clifford G. 2008. Media Ethics on a Higher Order of Magnitude. *Journal of Mass Media Ethics* 23, 1, 3–14.
- Chung, Deborah Soun. 2007. Profits and Perils. *Convergence* 13, 1, 43–61.
- Citron, Danielle Keats, in Helen Norton. 2011. Intermediaries and Hate Speech. *Boston University Law Review* 91, 4, 1435–1484.
- Day, Louis A. 2000. *Ethics in Media Communications*. Belmont: Wadsworth.
- Deuze, Mark, in Daphna Yeshua. 2001. Online Journalists Face New Ethical Dilemmas. *Journal of Mass Media Ethics* 16, 4, 273–292.
- Deuze, Mark. 2005. What is Journalism? *Journalism* 6, 4, 442–464.
- Domingo, David, Thorsten Quandt, Ari Heinonen, Steve Paulussen, Jane B. Singer in Marina Vujnovic. 2008. Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice* 2, 3, 326–342.
- Domingo, David. 2008. Interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 3, 680–704.
- Elliott-Boyle, Deni. 1985/86. A Conceptual Analysis of Ethics Codes. *Journal of Mass Media Ethics* 1, 1, 22–26.
- Franklin, Bob, in John Richardson. 2002. A Journalist's Duty? *Journalism Studies* 3, 1, 35–52.
- Friend, Cecilia, in Jane B. Singer. 2007. *Online Journalism Ethics*. London: M. E. Sharpe.
- German, Kathleen. 2011. Citizen Journalists and Civic Responsibility. V B. E. Drushel in K. German (ur.), *The Ethics of Emerging Media*, 251–272. New York: Continuum.
- Glasser, Theodore L., in James S. Ettema. 2008. Ethics and Eloquence in Journalism. *Journalism Studies* 9, 4, 512–534.
- Hall, Jim. 2000. The First Web War. *Journalism Studies* 1, 3, 387–404.
- Hedman, Ulrika, in Monika Djerf-Pierre. 2013. The Social Journalist. *Digital Journalism* 1, 3, 368–385.
- Hermida, Alfred, in Neil Thurman. 2008. A Clash of Cultures. *Journalism Practice* 2, 3, 343–356.
- Hlavach, Laura, in William H. Freivogel. 2011. Ethical Implications of Anonymous Comments Posted to Online News Stories. *Journal of Mass Media Ethics* 26, 1, 21–37.
- Juntunen, Laura. 2009. *Explaining the Need for Speed*. <<http://www.caerdydd.ac.uk/jomec/resources/foj2009/foj2009-Juntunen.pdf>>
- Karlsson, Michael. 2011. The Immediacy of Online News, the Visibility of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority. *Journalism* 12, 3, 279–295.
- Lasica, Joseph Daniel. 2001. Taking Ethics to the Net. *Quill* 89, 6, 42–45.

- Lim, Jeongsub. 2012. The Mythological Status of the Immediacy of the Most Important Online News. *Journalism Studies* 13, 1, 71–89.
- Merrill, John C. 1989. *The Dialectic in Journalism*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- Michailidou, Asimina. 2012. »Second-Order« Elections and Online Journalism. *Journalism Practice* 6, 3, 366–383.
- Monette, Duane R., Thomas J. Sullivan, Cornell R. DeJong in Timothy P. Hilton. 2013. *Applied Social Research*. Belmont: Cengage Learning.
- MOSS. 2013. Valutni podatki za december 2013. <<http://www.moss-soz.si/si/novice/11737/detail.html>>
- Nordenstreng, Kaarle. 2002/2008. Professional Ethics. V H. Tumber (ur.), *Journalism*, Vol. III, 247–257. London: Routledge.
- Poler Kovačič, Melita, in Anne-Marie van Putten. 2011. Reasons for Adopting or Revising a Journalism Ethics Code. *Medijska istraživanja* 17, 1–2, 31–51.
- Poler Kovačič, Melita, Anne-Marie Van Putten in Igor Vobič. 2012. Drafting Journalism Codes of Ethics. *Družboslovne razprave* 28, 70, 71–88.
- Poler Kovačič, Melita, Karmen Erjavec, Marko Milosavljevič in Igor Vobič. 2013. Univerzitetno izobraževanje ali novinarska praksa? *Teorija in praksa* 50, 2, 397–411.
- Salaverría, Ramón. 2005. An Immature Medium. *Gazette* 67, 1, 69–86.
- Scott, Ben. 2005. A Contemporary History of Digital Journalism. *Television & New Media* 6, 1, 89–126.
- Seidman, Irving. 2013. *Interviewing as Qualitative Research*. New York: Columbia University.
- Steele, Bob. 2007/2011. *Helter Skelter No More*. <<http://www.poynter.org/uncategorized/80444/helter-skelter-no-more-an-evolving-guidebook-for-online-ethics/>>
- Steele, Bob. 2008. Ethical Values and Quality Control in the Digital Era. *Nieman Reports* 62, 4, 57–58.
- Tumber, Howard. 2001. Democracy in the Information Age. *Information, Communication & Society* 4, 1, 95–112.
- Vasilendiuc, Natalia, in Peter Gross. 2012. New Technology, New Professional Practices. *Comunicacion y Sociedad* 25, 1, 59–83.
- Ward, Stephen. 2010. *Global Journalism Ethics*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Ward, Stephen. 2012. *Digital Media Ethics*. <<http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>>
- Wiesslitz, Carmit, in Tamar Ashuri. 2011. Moral Journalists. *Journalism* 12, 8, 1035–1051.
- Wodak, Ruth. 2003. Populist Discourses. *Document Design* 4, 2, 132–148.