

SAMOREGULATIVNI KODEKS DOBRE PROFESIONALNE PRAKSE U DIGITALNOM IZDAVAŠTVU NA TERITORIJI REPUBLIKE SRBIJE

I Uvod

Ova pravila propisuje Savet onlajn izdavača Srbije (SOIS), u čijem sastavu se nalaze svi članovi udruženja IAB Serbia koji se bave digitalnim izdavaštvom na teritoriji Republike Srbije (Izdavači). IAB Serbia je pravno neprofitna organizacija čija je svrha podrška razvoju tržišta digitalnog i interaktivnog oglašavanja u Srbiji.

Kodeks ima za cilj da propiše pravila najbolje prakse u digitalnom izdavaštvu, kako bi svi digitalni izdavači koji posluju na teritoriji Republike Srbije međusobno regulisali i uzajamno poštovali pravila fer, etičke i dobre profesionalne prakse u vezi sa kreiranjem i objavljivanjem sadržaja, proizvoda i usluga koje nude preko svojih digitalnih medija. Pravila su napisana uzevši u obzir specifičnost funkcionisanja digitalnih medija u odnosu na tradicionalne i otvorena su za dopunu i pojašnjenja od strane svih članova SOIS.

Kodeks svim svojim odredbama poziva na poštovanje važećeg zakona Republike Srbije u domenu zaštite prava na intelektualnu svojinu, medija i oglašavanja, elektronskih medija, kao i svih ostalih važećih zakona i drugih pravnih akata. Ovaj dokument je takođe namenjen i oglašivačima i medijskim agencijama kao referenca za klasifikovanje digitalnih medija koji posluju u skladu sa dobrom profesionalnom praksom.

II Osnovna načela Kodeksa SOIS

Od svih digitalnih izdavača koji deluju na teritoriji Republike Srbije očekuje se da poštuju sledeća pravila dobre profesionalne prakse:

1. Sloboda mišljenja i izražavanja

(1) Sloboda mišljenja i izražavanja je zagarantovana Ustavom Republike Srbije i podrazumeva pravo svakoga da traži, prima i širi informacije u bilo kom obliku – u pisanom ili usmenom obliku, zvukom, slikom ili na neki drugi način, uključujući informaciono komunikacione tehnologije.

(2) Svaki oblik cenzure je zabranjen, u skladu sa Ustavom Republike Srbije. Sloboda izražavanja može biti ograničena samo u određenim slučajevima kada je to propisano zakonom, neophodno u

demokratskom društvu i sa legitimnim ciljem tj. kada je neophodno radi zaštite prava i ugleda drugih, čuvanja autoriteta i nepristrasnosti suda i zaštite javnog zdravlja, morala demokratskog društva i nacionalne bezbednosti.

2. Zabrana diskriminacije i kršenja prava građana

(1) Diskriminacija, pretnje, uvrede, omalovažavanje, govor mržnje i drugi vidovi netrpeljivosti prema određenom licu ili grupi lica na osnovu bilo kog njegovog svojstva (pol, rasa, veroispovest, seksualno opredeljenje, nacionalnost, etnička pripadnost i dr.) zabranjena je Ustavom RS, Zakonom o javnom informisanju, Zakonom o zabrani diskriminacije, kao i drugim pravnim aktima.

(2) Izdavači se obavezuju da preko svojih digitalnih medija i/ili ponuđenih proizvoda i usluga, poštuju navedene akte Republike Srbije, kao i da ne dozvoljavaju direktnu i/ili indirektnu diskriminaciju građana, a pre svega, da ne dozvoljavaju ograničavanje prava i privilegija građana, koja se zasnivaju na dojavama o diskriminacijama istih.

3. Zaštita prava na privatnost

(1) Svako ima pravo na privatnost, zaštitu porodičnog života, doma i prepiske. Zabranjeno je proizvoljno mešanje u ovo pravo. Informacije iz privatnog života, lični pisani zapis, zapis lika i/ili glasa ne mogu se objaviti bez pristanka lica na koga se informacija odnosi.

(2) Odstupanja od ovog pravila dopuštena su u određenim slučajevima, koji su posebno propisani Zakonom o javnom informisanju i drugim aktima.

4. Uvažavanje i zaštita autorskih prava

(1) Izdavači se obavezuju da na svojim digitalnim medijima ne objavljuju sadržaje koji krše Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima, odnosno da iste objavljuju isključivo ukoliko imaju pisanu saglasnost vlasnika autorskog prava.

Pod sadržajem se podrazumevaju:

1. književna dela, uključujući i dela naučne i tehničke literature, publicistike i kompjuterski programi;
2. muzička dela;
3. filmovi i druga audio-vizuelna dela;
4. umetnička dela, uključujući i dela primenjene umetnosti, dizajna;
5. fotografska dela i dela nastala na način analogan fotografiji;
6. projekti, karte, šeme, planovi i druga dela koja se odnose na arhitekturu, teritorijalno uređenje, geografiju, topografiju, muzejska dela i na bilo koju drugu oblast nauke i tehnike;
7. prevodi i prerade postojećih dela i folklornih dela;
8. izdanja enciklopedije, zbornici, antologije, bibliografije, baze podataka i sl. koji uključuju dva ili više dela ili materijala;
9. ostali sadržaji koji su predmet autorskih prava, a koji nisu navedeni ovde.

(2) Digitalni mediji mogu da pružaju pristup drugom tekućem sadržaju (streaming), uključujući televizijski program, film, radio-emisije i programe, koncerte, predstave, prenose uživo, ako je pristup omogućen u skladu sa zakonom.

(3) Digitalni mediji ne bi trebalo da objavljuju informacije koje podstiču korisnika na kršenje Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima, kršenje ugovora o licenci za korišćenje softvera ili proizvoda druge kompanije, kao i:

1. instrukcije za zaobilaženje ugovora o licenci proizvoda (takozvano krekoavanje softvera);
2. programe koji krše ugovor o licenci prema krajnjem korisniku za druge programe (hakovi, krekoavi, serijski brojevi itd.);
3. instrukcije za hakovanje onlajn usluga;
4. linkove ka sajtovima koji omogućavaju kršenje autorskog i srodnih prava.

(4) Izdavači će obezbediti samokontrolu svojih digitalnih medija u kojima se objavljuje korisnički sadržaj, sa ciljem da se ne dozvoli postavljanje sadržaja sa neregulisanim autorskim pravima. Na tim digitalnim medijima, Izdavači se obavezuju da će omogućiti obaveštavanje korisnika o neregulisanim autorskim pravima postavljenog sadržaja i omogućiti jasan, pouzdan, vidljiv i svima dostupan mehanizam za odstranjivanje nezakonitog sadržaja.

(5) Digitalni mediji ne bi trebalo da imitiraju druge medije na način (posredstvom domena, spoljnog izgleda internet stranice i sl.) koji može da dovede do realne ili potencijalne zablude korisnika i/ili ugrozi interes konkurentskog medija.

5. Preuzimanje sadržaja drugih izvora

(1) Digitalni medij može da preuzme sadržaj drugog izvora, delimično ili u celosti, samo uz jasno vidljivo navođenje izvornog medija sa kojeg je tekst preuzet i uz obavezno postavljanje validnog linka ka originalnom sadržaju izvornog medija. Na primer, preporučena profesionalna praksa je da se preuzima do jedna polovina teksta uz pozivanje na stranicu izvornog medija gde se nalazi kompletan tekst.

(2) Za preuzimanje sadržaja medija koji je u svojim pravilima korišćenja izričito naveo da je prenošenje njegovih sadržaja zabranjeno pod bilo kojim uslovima, neophodno je da izdavač pre objavljivanja pribavi pisanu dozvolu za preuzimanje istog.

(3) Preuzimanje sadržaja iz tradicionalnih medija (štampa, radio, televizija) takođe zahteva jasno vidljivo navođenje izvora, a ukoliko predmetni medij ima i elektronsko izdanje ili korporativni veb sajt, i postavljanje linka ka naslovnoj stanici istog.

6. Zabrana širenja pornografskih sadržaja

Izdavačima nije dozvoljeno širenje i upućivanje na platforme i servise pornografskih sadržaja putem svojih digitalnih medija, osim ako je jasno naznačeno da je reč o sadržaju namenjenom punoletnim licima i ako postoji verifikacija punoletnosti.

7. Zaštita ličnih podataka korisnika

(1) Izdavač bi trebalo da bude registrovan kao administrator ličnih podataka i dužan je da se pridržava odredbi Zakona o zaštiti podataka ličnosti.

(2) Izdavač koji prikuplja i obrađuje podatke o ličnosti je obavezan da postupa u skladu sa Zakonom o zaštiti podataka o ličnosti i da prijavi bazu podataka u Centralni registar.

(3) Izdavač je dužan da na svom sajtu zvanično učini jasno dostupnim obaveštenje o obradi podataka (Politika privatnosti).

8. Zahtevi specifični za internet prostor

(1) Spam - Izdavači se obavezuju da ne šalju komercijalne poruke vlasnicima adresa iz svoje e-mail baze, osim ako za to imaju njihov eksplicitni pristanak.

(2) Podrška scam sajtovima - Digitalni mediji se obavezuju da ni na koji način ne promovišu sadržaj sajtova koji:

1. su slični drugim sajtovima ili interfejsima/uslugama sa ciljem da prevare krajnjeg korisnika;
2. koriste ili imitiraju druge veb-adrese sa zaštitnim znacima na koje nemaju zakonsko pravo;
3. prodaju fizičke proizvode koji krše autorska prava, odnosno replike poznatih marki ili proizvoda bez odobrenja zvaničnog predstavnika za tu zemlju;
4. pokušavaju da ciljano prevare korisnika dajući netačne/nepotpune informacije o uslugama koje pružaju;
5. obavezuju korisnika da pristane na opšte uslove korišćenja koji su protivzakoniti;
6. objavljuju pogrešne ili netačne informacije o autorstvu svog sadržaja sa ciljem da urušavaju ugled oponašanog autora.

(3) Manipulacija statističkim podacima - Izdavači se obavezuju da ne koriste tehničke mehanizme (kao što su botovi, i-frame i slično) kojima se manipulišu i iskrivljuju statistički podaci, a pre svega:

1. da ne izobličavaju demografske podatke merenja u kojima učestvuju;
2. da izričito ne angažuju svoje korisnike da uzajamno utiču na reklame koje objavljuju;
3. u slučaju da određeni tehnički mehanizam vodi ka izobličavanju materijalnih podataka, Izdavači su obavezni da spreče da se ti podaci prenose ka metričkim sistemima.

9. Transparentnost i dostupnost

Izdavači se obavezuju da u formi impresuma objavljuju sledeće informacije na svojim digitalnim medijima ili na svom korporativnom sajtu u skladu sa Zakonom o javnom informisanju i Zakonom o elektronskoj trgovini:

1. naziv digitalnog medija
2. sedište i informacije o vlasništvu sajta
3. imena glavnog urednika i glavnih urednika pojedinačnih rubrika
4. kontakt podatke: adresu, telefon i e-mail adresu
5. aktuelnu cenu reklamiranja na svojim digitalnim medijima
6. adekvatno linkovan Bedž i izjavu o usaglašenosti sa Kodeksom SOIS.

10. Prodaja reklame i PR objave

(1) Dobra profesionalna praksa podrazumeva isključivo objavljivanje reklamnih poruka koje su u skladu sa važećim zakonom Republike Srbije.

(2) Objavljivanje antireklama i skrivenih PR objava iza kojih stoji oglašivač, a to nije eksplicitno navedeno, ne smatra se dobrom profesionalnom praksom i za posledicu ima kršenje ovog člana kodeksa.

(3) Sve komercijalne (PR) objave na digitalnom mediju Izdavača moraju da imaju jasnu oznaku „promocija“, „sponzorisan članak“, „PR objava“ ili slično tome.

III Primena Kodeksa SOIS

1. Usaglašavanje sa Kodeksom

Svaki digitalni izdavač koji posluje na teritoriji Republike Srbije bi trebalo da posluje u saglasnosti sa svim gore navedenim pravilima, čime stiče pravo da na stranice svog digitalnog medija postavi elektronski Bedž koji potvrđuje njegovu usaglašenost sa Kodeksom.

2. Bedž

(1) Bedž o usaglašenosti sa Kodeksom je originalan elektronski dokument koji garantuje da određeni medij posluje u skladu sa dobrom poslovnom praksom propisanom od strane SOIS. Pravo na postavljanje Bedža imaju Izdavači čije je poslovanje u potpunosti usaglašeno sa svim pravilima propisanim Kodeksom.

(2) Izgled originalnog Bedža i usaglašenost digitalnog medija sa istim, u svakom trenutku može da se verifikuje na odgovarajućoj internet stranici sajta IAB Serbia na kojoj se nalazi lista verifikovanih digitalnih medija. Pomenutoj internet stranici se pristupa putem veb adrese www.iab.rs/sr/sois ili klikom na Bedž postavljen na digitalnom mediju Izdavača. Ukoliko klik na Bedž Izdavača vodi na neispravnu, nepostojeću ili neku drugu stranicu osim gore navedene, digitalni medij se neće smatrati usaglašenim sa Kodeksom.

3. Članstvo u IAB Serbia

Članstvo u IAB Serbia nije uslov za sticanje prava Izdavača da nosi Bedž o usaglašenosti sa Kodeksom, nego isključivo njegova dobra poslovna praksa. Članstvo Izdavača u IAB Serbia je uslov za učešće u radu Saveta onlajn izdavača Srbije koji propisuje pravila ovog Kodeksa.

4. Kršenje pravila dobre prakse

Izdavači čiji digitalni mediji imaju postavljen Bedž o usaglašenosti sa Kodeksom, moraju jasno da istaknu i e-mail adresu (sois@iab.rs) putem koje korisnici mogu da prijave eventualne nepravilnosti ili odstupanja od principa Kodeksa o dobroj profesionalnoj praksi u digitalnom izdavaštvu.

5. Postupak u slučaju odstupanja od pravila Kodeksa

(1) Svaki dobijeni e-mail sa pritužbom na usaglašenost nekog Izdavača sa pravilima propisanim ovim Kodeksom biće razmotren od strane IAB Serbia i, prema potrebi, prosleđen komisiji Saveta onlajn izdavača Srbije.

(2) O sankcionisanju u slučaju kršenja odredbi Kodeksa zaseda i odlučuje SOIS iz čijeg sastava se za tu priliku privremeno izuzima Izdavač koji je predmet žalbe. Moguće sankcije u slučaju nepoštovanja Kodeksa, uključuju:

- usmenu ili pismenu opomenu Izdavaču o primećenoj nepravilnosti sa rokom za ispravak od 24h,
- upozorenje usled neblagovremene reakcije na opomenu,
- oduzimanje prava na isticanje Bedža o usaglašenosti sa Kodeksom,
- isključivanje iz članstva IAB Serbia i SOIS.

6. Odgovornost za poštovanje pravila i ugleda Kodeksa SOIS

Svi članovi IAB Serbia, bilo da su digitalni izdavači ili ne, članovi SOIS-a i svi ostali potpisnici Kodeksa dobre profesionalne prakse, odgovorni su za dobar ugled i značaj institucije Kodeksa na tržištu Srbije, što se postiže adekvatnim poštovanjem i usaglašenošću sa pravilima propisanim u njemu.

Pored toga, neophodno je u svim javnim prilikama promovisati vrednosti i značaj postojanja i poštovanja Kodeksa dobre profesionalne prakse u onlajn izdavaštvu, kako bi se zajedničkim naporom na planu samoregulative uspostavio i učvrstio dobar ugled digitalnih medija u svesti domaćih potrošača i oglašivača.