

PRAVICA JAVNIH OSEBNOSTI DO ZASEBNOSTI

Sonja Javornik

Povzetek: Javne osebnosti so »na očeh javnosti«, kar pa ne pomeni, da so povsem brez pravic glede zaščite svoje zasebnosti. Seveda je razlika v tem, ali mediji poročajo o nekom, ki je vsaj na začetku kariere z veseljem delil svojo zasebnost, saj velja pravilo, da če novinarje povabiš na poroko, lahko pričakuješ, da bodo ti pisali tudi o ločitvi. Pa vendar je v času družbenih omrežij, kjer tudi anonimni posamezniki delijo svojo zasebnost, vse bolj nejasno, kaj je tisto, kar mediji smejo objaviti, in kje že kršijo pravico do zasebnosti, ki jo navsezadnje ščiti tudi novinarski kodeks. Slovenija je glede te situacije izjema, saj so naši mediji šele po spremembi družbene ureditve začeli slediti tujim smernicam, kjer je najbolj pomembno to, kar se bo dobro prodalo.

Abstract: Celebrities will always be in the limelight. However, this does not mean they have no right to privacy. There certainly is a different situation when the media reports about some famous individuals who openly share their privacy at the start of their career. However, if you invite journalists to write about your wedding, be aware that they will also report about your divorce. However, at the time of social networks, where individuals freely reveal their privacy, it is not completely clear what is that the media are allowed to publish and where they are violating their privacy rights, which are also protected by the code of ethics in journalism. The situation in Slovenia, regarding this issue, is very specific; the media have only started to follow foreign trends, after major political changes, i.e. the essential lead in journalism is: publish what will sell well.

Keywords: journalism, celebrities, privacy rights, media, rights violation

Nekoč je bila Slovenija prava oaza miru glede nepreverjenih govoric. Še pred 25 leti, ko je začela izhajati revija Lady, je veljalo, da smo Slovenci menda na višjem nivoju, saj nas očitno pravi – torej umazani

– trači ne zanimajo, kar seveda ni bilo nikoli res. Kot ljudje po vsem svetu smo tudi mi vedno uživali v tračih – pa čeprav le pri sosedih ob kavi. Edina razlika med

Ameriko in nami je bila v tem, da pri nas do takrat mediji niso imeli konkurence.

Socialistični sistem družbene ureditve je poskrbel za to, da so imele večje interesne skupine vsaka svoj medij (Naša žena za kmečke ženske, Jana za bolj urbane, in podobno). En medij in nikakor več, kar pomeni, da uredniki niso tekmovali v tem, kdo bo imel večjo prodajo, gledanost, domet ... Z novim tržnim sistemom pa so začeli nastajati novi mediji in z njimi se je začela tekmovalnost na trgu, kar pa je seveda prineslo tudi zelo hitro spremembo vsebine, ki je vse bolj posnemala najbolj prodajane svetovne tabloide, zelo uspešne prav zaradi škandaloznih, tudi vulgarnih naslovov in vsebine.

V uredništvu Lady so do izida revije Nove večinoma prevajali iz tujega tiska, potem pa se je izkazalo, da se naslovnica z domačim zvezdnikom v zagati prodaja neprimerno bolje kot podobna zgodba s tujcem v glavni vlogi. Tako se je začelo tekmovanje za ekskluzivno zgodbo, ki nastaja večinoma v sodelovanju z uredništvom in zvezdnikom. Včasih medij izkoristi zvezdnik, vedno bolj pogosto pa tudi mediji posegajo čez mejo zasebnosti – tudi brez dovoljenja zvezdnikov.

Če je bilo zanimanje medijev za javne osebnosti v območju politike vedno prisotno in so ga opravičevali s tem, da mora biti javnost obveščena, kaj počne nekdo, ki ga plačujemo vsi mi, pa je težava pri estradnih javnih osebnostih drugače: ali si zaslužijo zasebnost kljub temu da vsaj na začetku kariere za svoj cilj izdatno izkoriščajo medije, tj. prepoznavnost in priljubljenost? Praksa je pokazala, da v veliki večini tarnanje nad vsiljivostjo medijev nima drugega razloga kot le to, da prikrije sledi, ki vodijo prav od njih samih do medijev, saj namreč največkrat zvezdniki sami razkrivajo svojo intimnost medijem, ker afere in škandali le dvigujejo njihovo priljubljenost in posledično jih javnost bolj ceni.

Razkrivanje zasebnosti po svetu

Ena najstarejših definicij, kaj je zasebnost, je definicija Samuela Warrena in Louisa Brandeisa iz leta 1890, da je zasebnost pravica posameznika, da jo ohrani (Katherine J. Day: Perspectives on Privacy, 1985). V zvezi z vprašanjem o zasebnosti javnih osebnosti se je v svetu to vprašanje začelo z rastjo časopisnega tiska v 19. stoletju, pravica do zasebnosti pa je postala dominantna konec prejšnjega stoletja, še posebej ob smrti princeze Diane, za katero mnogi menijo, da je bila

vsaj delno posledica agresivnih paparacev, čeprav dokazi tega niso potrdili.

Prvi zvezdniški trači so se pojavili v tridesetih letih prejšnjega stoletja s pojavom filmskih revij in tračarskih kolumn. Takrat so novinarji tesno sodelovali s filmskimi studiji pri promociji njihovih zvezdnikov. O njih so pisali glamurozne zgodbe, promovirali lažne ljubezenske zgodbe (na primer – novo zvezdnico so reklamirali tako, da so jo povezali z že uveljavljenim zvezdnikom, homoseksualnost zvezdnika, kot je bil Rock Hudson, so zakrili tako, da so ga povezovali z vedno novimi starletami ...) in prikrivali škandale.

Šele s kolapsom studijskega sistema v 50. letih prejšnjega stoletja so trači ušli nadzoru in pojavil se je nov, bolj agresiven stil pisanja o zvezdnikih, uveljavil ga je časopis Confidential, ki je na primer razkrival geje med zvezdniki (eden od tekstov je imel nadnaslov: Liberace bi moral peti Mad About the Boy), poročali so o prevarah, ločitvah, zlorabi drog ... Po množičnih tožbah je bil časopis finančno uničen, zvezdniški škandali pa so poniknili vse do začetka 70. let, ko je tabloid National Enquirer spremenil vsebino in se namesto črni kroniki posvetil zvezdništvu. V naslednjih nekaj letih je nastalo še nekaj

[Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015](#)

drugih edicij, namenjenih zvezdam, konec 70. pa so se pojavile že prve televizijske oddaje, namenjene razkrivanju zasebnosti zvezdnikov. Zaradi konkurence medijev so ekskluzivne fotografije pridobivale na ceni, zato so se fotografi vse bolj trudili, da bi ujeli čim bolj intimne trenutke zvezdnikov. Seveda so tudi zvezdniki ugotovili korist takšne brezplačne promocije – prej Madonna, Paris Hilton, Anna Nicole Smith ..., v zadnjih letih pa seveda tudi zvezdniki resničnostnih oddaj.

Tako kot pri nas tudi v tujini ni črno-belih pravil, kje se začne kršenje pravice do zasebnosti. Angleški novinarski kodeks je po eni strani jasen: posameznika se ne sme fotografirati na zasebni površini brez dovoljenja, vendar je navedeno tudi, da to ne velja, kadar je objava v javnem interesu. S tem so se izgovarjali pri tabloidu The Sun, ko so na naslovnici objavili naslov Harry the Nazi in ekskluzivno fotografijo princa Harryja v nacistični uniformi, ki jo je nosil na zasebni maškaradi, kjer ga je eden od kolegov slikal z mobilnim telefonom. Enako se je zagovarjal Daily Mirror po objavi fotografij Kate Moss, kako uživa kokain. Tudi ta posnetek je očitno nastal s telefonom. Pri teh primerih je posebej zanimivo, da so ju kolegi novinarji razglasili za najboljša prispevka v tistem letu (Harry

za najboljšo naslovnico, Kate za najboljše razkritje leta v Britaniji). Leto prej je nagrado British press award dobila zgodba tabloida News of the World za ekskluzivno izpoved Rebecce Loos, ki je razkrila, da je bila ljubica nogometaša Beckhama. Rebecca sicer ni dobila nagrade združenja novinarjev, je pa zaslužila več milijonov funtov! Njej se torej ni treba pritoževati nad vsiljivostjo medijev – sicer pa tudi David in Victoria znata unovčiti svojo prepoznavnost ... In da tako ni samo tam daleč v tujini, dokazuje tudi zakonski par Gotovac, ki je pred nekaj leti s svojo ločitvijo, prometno nesrečo, iskanjem varuške in številnimi bizarnimi zgodbami zabaval Hrvaško. V svoji biografiji je Simona Gotovac razkrila, da sta bila z možem v hudi finančni stiski, ko je njuno nesoglasje prvič prišlo na naslovnice. Ker je po tem dobila več ponudb za modne revije kot prej, sta se odločila poskrbeti, da bosta medijem čim bolj zanimiva. Imela sta celo svoj televizijski resničnostni šov ... V zadnjem času pa boste Simono prej kot na naslovnici tabloidov srečali v cerkvi, saj se menda kesa za vse svoje grehe in si želi urediti življenje.

Ena najbolj odmevnih zvezdniških tožb na temo zvezdniške zasebnosti je tožba Michaela Douglasa in Catherine Zeta-Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015

Jones, ki sta tožila angleško revijo OK!, ker je njena ekipa vdrla na poroko. Toda v resnici ni šlo toliko za zasebnost kot za ekskluzivnost! V večini primerov se, ko zvezdniki tožijo, da si želijo ohraniti zasebnost, hitro izkaže, da si želijo samo korist od svoje zasebnosti, ko jo prodajajo v javnost, tako sta namreč Catherine in Michael tožila zato, ker sta fotografije ekskluzivno prodala konkurenčni reviji! Torej – revija, ki je plačala več milijonov dolarjev, bi fotografije lahko objavila, konkurenca, ki je plačala samo fotografu (seveda precej manj), pa ne ...

Dvojna merila imajo tudi politiki. Nekdanji britanski premier Tony Blair je namreč pred volilno kampanjo z veseljem poziral z otroki, pozneje pa se je pritoževal zaradi vsiljivosti medijev ... »Če nekega dne politik ali javna osebnost z veseljem uporabi svojo družino, dom in otroke za medijsko promocijo, potem se naslednjega dne ne more pritoževati, če si fotografi želijo še kakšnih posnetkov,« pravi britanski novinar Nicholas Jones.

Sicer pa je vse bolj jasno, da bo z razvojem interneta možnost urejenega nadzora nad tem, kdo lahko in kdo ne sme fotografirati, kmalu samo še nedolžno razmišljanje. Spomnite se nedavne afere, ko so dijaki

snemali ravnatelja in učiteljico v kabinetu in posnetek objavili na družabnem omrežju. Seveda so posnetek z veseljem objavili skoraj vsi mediji, pri tem pa so se sklicevali na to, da je bil objavljen na javnem mestu. Ravnatelj samomor je še razplamtel debate o tem, kdo je glavni krivec – dijaki, ki so skrivaj snemali, učitelja, ki sta bila intimna v šolskem kabinetu, ali mediji, ki so posnetek izkoristili za večjo gledanost, branost, "klikanost".

Po tragediji je upravni odbor društva novinarjev vložil 12 pritožb, Novinarsko častno razsodišče, ki je o primeru presojalo letos februarja in marca, pa je kršitve ugotovilo v vseh primerih. Večina medijev je kršila 12. člen novinarskega kodeksa, ki sankcionira nedovoljeno zbiranje podatkov, nekateri so kršili 23. člen, ki novinarje zavezuje k etičnemu poročanju o samomoru, kršen pa je bil tudi 17. člen, ki novinarje zavezuje k spoštovanju zasebnosti.

Pravica do zvezdniške zasebnosti pri nas

Kodeks novinarjev Slovenije v svojem 17. členu pravi: »Novinar spoštuje pravico posameznika do zasebnosti in se izogiba senzacionalističnemu in neupravičenemu razkrivanju njegove zasebnosti v javnosti. [Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015](#)

Poseg v posameznikovo zasebnost je dovoljen le, če za to obstaja javni interes. Pri poročanju o javnih osebnostih in tistih, ki želijo dobiti moč in vpliv ter vzbujati pozornost, je pravica javnosti do obveščenosti širša. Novinar se mora zavedati, da lahko z zbiranjem ter objavo informacij in fotografij škodi posameznikom, ki niso vajeni medijske in javne pozornosti.« (Kodeks novinarjev Slovenije, člen 17). Poleg tega kodeks novinarjem nalaga pazljivost pri pisanju s področja pravosodja, pisanju o otrocih in mladoletnikih, seveda pa nikjer ni oprijemljivih navodil, koliko zasebnosti se lahko razkrije in na kakšen način. Andrej Teršek s Pravne fakultete je prepričan, da uredniki in novinarji niso krivi, da sami sebi postavljajo meje po občutku, saj na tem področju svojega dela ni opravila pravna stroka (Ko ima vas s stotimi ljudmi 80 zvezd, avtor Matija Stepišnik, objavljeno v Večer, 1. 4. 2006). »Novinarji ne morejo vedno sami nositi odgovornosti, če nimamo izoblikovanih doktrin o sprejemljivem in nesprejemljivem, o skrajnih mejah svobode izražanja,« dodaja, saj v slovenski pravni praksi ni teksta, ki bi doktrinarno določil ostrino posegov v zasebnost, določal standarde in zakoličil meje svobode izražanja. Seveda pa so meje

javnih osebnosti tudi drugačne kot meje anonimnih oseb.

Nekdanja dolgoletna uredniška direktorica ženskih edicij pri založbi Adriamedia Maruša Penzeš ugotavlja, da so v zadnjem času sodišča pri zaščiti zasebnosti javnih osebnosti zelo hitra: »Pri nas se je začelo zelo rigorozno spoštovati zakon o zasebnosti, bojda zaradi prakse v tujini, čeprav tam – če samo pogledamo tamkajšnje tabloide – temu ni tako. Dnevnik je dobil odločbo, da ne sme pisati o kupcu Kolonela, zaščitili so Plestenjakove, Mirka Tuša, ki ni želel, da bi se pisalo o njegovi ločitvi ... Določen medij lahko praktično čez noč dobi sodno prepoved, čeprav vdor v zasebnost ne igra nobene vloge. Javne osebnosti se morajo zavedati, da je predmet opazovanja medijev tudi njihova zasebnost, še posebej, če pot do tja odprejo sami. Če vemo o nekem glasbeniku le to, da odlično igra flavto, je tu meja strogo začrtana, pri drugem glasbeniku pa ne, kar se na sodišču tudi upošteva,« pravi Penzeševa.

Adriamedia je prav zaradi upoštevanja sodišča, da je Pika Božič v preteklosti sama obveščala medije o svoji zasebnosti, dobila tožbo, ko se je zvezdnica pritožila zaradi pisanja v reviji Nova. Glede na to, da je prej razkrivala celo, kakšno spodnje perilo nosi, [Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015](#)

je pač težko dokazovala svojo prizadetost, ko je bil objavljen tekst, kako se raje zabava, kot skrbi za otroke ...

Pri nas so bili zvezdniki dolgo v privilegiranem položaju. Igralci so reklamirali predstave in občasno kak film. Zaradi slabe filmske produkcije pri nas igralci sploh niso najbolj prepoznavni obrazi, kot je to drugod po svetu. Nekatere od njih so popularizirale šele domače humoristične serije. V devetdesetih sem tudi sama začela z malce bolj osebno predstavitvijo zvezdnikov, kot so obiski na domu, pogovor s partnerjem itd. v revijah Stop, Naša žena, Jana. Nova doba se ni začela s prvo izdajo revije Lady, pač pa šele z revijo Nova.



[Marko Mandič in Pia Zemljič sta nudista, vendar jima gotovo ni bilo pogodu, ko sta po dopustu videla naslovnico Nove, na kateri je bila fotografija, ki jo je slikal neki dopustnik, ki je pričakoval, da bo s paparaco posnetki obogatel.](#)

Prva številka revije Nova je šokirala s prvimi pravimi paparaco fotografijami. Novin fotograf je ujel Maria Galuniča, kako odnaša smeti iz stanovanja. Mario je zagrozil s tožbo, vendar je ostalo pri grožnji. Kasneje je bil velik šok izid časopisa Direkt, ki je prinesel zgodbe o tem, da naj bi bila Dora Plestenjak pedofilka, pa z naslovom 'Roki odplesal na koki', in podobnimi res ultra senzacionalističnimi naslovi in teksti. Prav zato se danes mnogi estradniki bojijo, kaj se bo zgodilo jeseni, ko bo Bojan Požar, ki je bil urednik tega časopisa, prevzel blagovne znamke nekdanjega podjetja Delo Revije (Lady, Jana, Stop ...)

Naši zvezdniki se najpogosteje pritožujejo glede vdora v zasebnost takrat, kadar vsebina ni takšna, kot bi si jo želeli. V nasprotnem primeru namreč z velikim veseljem sami razkrivajo svojo zasebnost. S Sašo Lendero sem začela sodelovati, ko je bila tajnica v podjetju Simone Weiss. Ko sem delala za Novo, sva z urednico Penzeševno večkrat ugotavljali, da je preprosto premalo znanih obrazov, ki prodajajo revijo, zato sem ji predlagala, da 'naredimo' novo zvezdnico iz Lenderove, ki je bila takrat znana le ljubiteljem domačih viž. Načrtno smo začeli o njej pisati različne

[Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015](#)

trače. Ko pa smo objavili naslovno zgodbo o njenem oprsju, ki se je skrivnostno povečalo v letih, ko se običajno pri ženskah ta rast že zdavnaj ustavi, se je končno zgodila velika prelomnica. Po Sašinem odgovoru, češ da je skrivnost v masaži, je postala izjemno znana. Še naprej sva se s Sašo dogovarjali za vsebino zgodb, ki so bile takrat v obojestransko korist – Saša je imela vse več nastopov, Nova pa je dobila še en obraz, ki je dvigoval naklado.

Ko je Saša ustanovila svoje podjetje, so bile njene želje pogosto v nasprotju z željami medijev, za katere sem delala. To se je najbolj pokazalo ob njeni nosečnosti, ko je informacijo, da resnično pričakuje otroka, skrivala in se dogovorila za ekskluzivno zgodbo v drugi reviji. Je prav, da se je zlagala, ko sem jo, še preden je informacijo potrdila, vprašala o resničnosti le-te in jo je zanikala? Saša je trdila, da se je želela prej prepričati, da bo z otrokom vse v redu. Informacijo je dala reviji, ki ji je objavila sponzorja. Takrat je tudi že vedela, kdo bo dobil prvo fotografijo iz porodnišnice in kdo bo objavil fotografije njenega otroka, hkrati z otrokom pa še fotografijo otroške opreme, da bo sponzor zadovoljen s promocijo ... Tako je bil ob zaroki, ki jo je menda povsem presenetila, v reviji Story objavljen cel odstavek o prstanu in zlatarju,

ki ga je izdelal – očitno kot kompenzacija za ekskluzivno informacijo ... Po drugi strani je revija Story zgodbo očitno načrtovala, saj jo je oglaševala in gotovo revijo dobro prodala, saj je bil na zaroki ponoči na Celovški cesti v Ljubljani samo njihov fotograf, ki je zagotovo dobro vedel, kaj mora fotografirati.

Za razliko od tujine pri nas namreč ni bojazni, da bi bili paparaci preveč moteči, in to zaradi preprostega razloga – premalo denarja! Honorarji naših revij so namreč tako nizki (Za fotografijo v reviji Lady dobi fotograf manj kot 10 evrov. Za ekskluzivno fotografijo na naslovnici dobi nekaj več ...), da se ne more zgoditi, da bi fotograf zasledoval znano osebnost na dopustu, razen če se seveda ni po naključju znašel na istem mestu. Seveda pa tudi naključni dopustniki radi fotografirajo znane obraze, s katerimi skupaj letujejo in potem fotografije poskušajo unovčiti ob vrnitvi domov. Na tak način naj bi Nova dobila fotografije Miše Molk “zgoraj brez” z dopusta v Grčiji, pa fotografije nudistov Pie Zemljič, Marka Mandiča in njunega otroka, Pike Božič “zgoraj brez” ...

Seveda so marsikatero zvezdnico tudi sami fotografirali na plaži in potem napisali, da gre za paparaca, čeprav je bilo

[Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015](#)

fotografiranje dogovorjeno, ker je pač zvezdnica v tistem trenutku potrebovala nekaj reklame. To naj bi bil tudi razlog, da je v javnost prišlo kar nekaj domačih video posnetkov. Kar nekaj virov pravi, da je celo Severina sama poskrbela, da je njen posnetek prišel na splet, srbska zvezdnica Suzana Mančić (v nekdanji Jugoslaviji znana kot Loto dekle) pa se je ob prvem primeru večini še smilila, ko pa se ji je drugič pripetila takšna zadrega, ni nikogar več prepričala, da sama v zadevo ni bila vpletena.



[Tudi Miša Molk je že doživela neprijetno presenečenje, ko je po dopustu ugotovila, da naslovnico krasijo njene gole fotografije. Letos si je zato raje omislila nove kopalke ...](#)

Čeprav naši mediji zelo varčujejo pri stroških, pa včasih vendar pošljejo fotografе v zasedo. Toda to se zgodi samo v primerih, ko s kar največjo zanesljivostjo vedo, da bo rezultat dober. Tako so pri Novi tiskali revijo dan kasneje, da so objavili še vroče fotografije s poroke Vesne in Jureta Jankovića. Fotografе so poslali tudi na poroko Helene Blagne, Janeza Janše in Urške Bačovnik, več pa jih je bilo tudi pred porodnišnico, ko jo je z otrokom zapuščala Saša Lendero. Toda ona sama je uredništvom povedala, kdaj naj bi odšla domov, poleg tega jim je ob odhodu celo pozirala – o zalezovanju torej ni govora.

Ali torej novinarji, ki želimo ekskluzivno informacijo, posegamo v zasebnost zvezde, ali pa le posegamo v njene poslovne načrte? Vse kaže, da zvezdniki vse bolj izkoriščajo medije za vlogo osebnih PR služb. Je torej potem čudno, da novinarji (vsaj občasno) želimo tudi zgodbo, ki ni v naprej dogovorjena?

Jasno je, da če se zvezdniki dogovarjajo z mediji v tujini, tudi pri nas ne more biti drugače. Navsezadnje so pri nas odnosi še bolj zapleteni tudi zato, ker je med samimi novinarji kar nekaj takšnih, ki so 'v prostem času' tudi pevci, voditelji ali igralci. Nejc Simšič (Planet tv, Svet24), Manja Plešnar

(Adriamedia) in mnogi drugi so tako v dvojni vlogi, ko pridejo na prireditve, in kar nekaj jih spretno izkorišča 'svoje' medije za lastno promocijo.



Artur Štern je bil eden od prvih znanih obrazov, ki je pristal, da si izboljša finančno stanje s sodelovanjem v resničnostnem šovu.

Novinarji in uredniki se pogosto sprašujemo o tem, kaj je še primerno za objavo. Vsaj leto in pol pred objavo teksta 'Dora, vseh Plestenjakov mora' sem o primeru izvedela prav od Penzeševe, pri kateri sem takrat delala kot njena pomočnica – pomočnica urednice Nova. Otrokova mati Janja Ošljaj se je v tistem času ločila od Domna Slane in je na veliko

razglašala, da naj bi njenega sina zlorabljal stara mati. Takrat je bil primer na kazenskem sodišču. Vsaj pol leta pred objavo v Direktu mi je za primer povedal direktor Pro Plus Marijan Jurenec, ko je želel, da primer obdelam v oddaji E+, ki sem jo takrat urejala. Kljub njegovi zahtevi in zagotovitvi, da je mati pripravljena vse javno povedati, se primera nisem lotila. Po eni strani je mati trdila, da niti na sodišču (takrat je bil postopek proti Dori Plestenjak že zavrjen) ni mogla dokazati pravice, češ da so Plestenjakovi preveč vplivni, po drugi strani pa sem se vprašala, katera mati bi želela, da je njen sin na naslovnica zaradi takšnega škandala, ki bi ga zagotovo zaznamoval za celo življenje. Tudi zato, ker je šlo za vpletenost otroka, in ker je bil postopek na sodišču že končan, primera nisem želela javno izpostavljati. Bojan Požar ni imel takšnih zadržkov, vendar je bila moja odločitev očitno prava.

Višje sodišče je namreč potrdilo sodbo, da so fotografije Dore in golega Domna Slane skupaj s senzacionalističnim naslovom in napovednikom o razkritju novih sočnih detajlov nedopusten poseg v njihovo intimno življenje. To, da je Direkt kljub temu da je bil postopek zoper Doro ustavljen, pisal o domnevnih zlorabah otroka, je bilo za okrožne sodnike razlog za

obsodbo urednika. Požar se je na sodišču skliceval na to, da je nameraval obvestiti javnost o problemu pedofilije v slovenskih visokih krogih, vendar je sodišče menilo, da je bil glede na vsebino namen predvsem ustvariti senzacijo. Sicer pa so tudi v tem primeru Direktu takoj po objavi članka poslali prepoved pisanja. Prav zato se ni uresničila napoved, da bodo v prihodnje objavili še več podrobnosti.

»Preden neka zadeva pride v veljavo, je sklep o prepovedi pisanja tako hiter, da težko loviš tempo. Na spletu po drugi strani lahko objavijo vse in se ne zgodi nič, saj je neizsledljivo. Lahko posnamem sosede, ki delajo nekaj »posebnega«, objavim posnetek na internetnem portalu You tube, kar lahko naredim v kakšni kavarni in me ne morejo najti. To je veliko večji problem, sodišča pa s sklepom o prepovedi pisanja diskriminirajo tiskane in ostale klasične medije,« je prepričana Penzeševa. Kako prav ima, se lahko spomnimo ob primeru mariborskega ravnatelja in učiteljice, ki sta bila deležna prave medijske gonje, po tem ko je bil njun seksualni posnetek objavljen na internetu. Zaradi pritiska javnosti je ravnatelj naredil samomor.

»Večina ljudi jo hoče, vendar je nekateri ljudje ne bodo nikoli imeli, ker novice o njih pripomorejo k večji prodaji izvodov«, je o pravici do zasebnosti zapisano v zborniku Mediji, etika in deontologija (uredil Marjan Sedmak, FDV, 1996).



Alenka Gotar se je že večkrat potožila, da se mediji vtikajo v njeno intimo, po drugi strani pa v najnovejšem videospotu s svojim dragim razkrivata vse podrobnosti njune intimne zgodbe – vključno s tem, da se je v njuno zvezo vmešala njegova mama!

Na vprašanje, kdo je največji kršitelj pravice do zasebnosti, Jane Elizabeth Kirtley, profesorica medijske etike in zakonov v Minnesoti, odgovarja, da so to brez dvoma mediji. Ampak: »Novinarji so

Medijska vzgoja in produkcija, št. 1. 2015

še vedno veliko bolj vredni 'zaupanja' kot katerakoli vlada, ki bi jih poskušala regulirati!« in nadaljuje, da smo v končni fazi uporabniki medijev tisti, ki z odločitvijo, da določenih medijev ne bomo gledali, brali, poslušali odločamo o njihovem preživetju. Če bo torej naslov: "Isti kurac, druge joške", ki je bil neko poletje na naslovnici revije Nove, več bralcev odbil kot privabil k nakupu, se bo revija kmalu znašla v izgubi. In obratno. Po drugi strani bodo na vsebino še vedno lahko vplivali znani obrazi. Če z nekaterimi mediji ne bodo več sodelovali, bo to lahko za revije prednost, ker se jim ne bo več treba držati njihovih zahtev, po drugi strani pa bodo tudi odrezani od toka informacij.

Glede na vedno številčnejše prijave kandidatov za resničnostne oddaje pa je jasno, da bo očitno še nekaj časa pri nas v medijih trend večjega razkrivanja zasebnosti znanih oseb, saj je vsekakor več takšnih, ki si pozornosti medijev želijo in so pripravljeni razkriti praktično vse. Tudi zato, ker – čeprav iz lastnih izkušenj lahko vidijo, da mediji objavljajo tudi zgodbe, ki niso najbolj resnične – verjamejo, da jim bo zvezdnštvo razen slave prineslo še bogastvo. Seveda bodo zagotovo tudi med njimi takšni, ki se bodo že kmalu kesali zaradi svojih odločitev in grozili s tožbami,

kot na primer Nina Osenar, ko je Playboy ponovno objavil fotografije, ki so jo pravzaprav povzdignile v zvezdo. Nina, ki se je nekoč z veseljem slikala s Sanjo Grohar gola v čokoladi, je namreč z zvezdništvom spremenila okus. Je torej prav, da se upošteva njena želja, da se v medijih predstavlja bolj resno, ali pa imajo mediji pravico, da javnost vseskozi opominjajo, da je tudi ona medijsko kariero naredila tako kot večina drugih – s popolno “razprodajo” svojega telesa.

Viri

1. Kodeks novinarjev Slovenije, Najdeno na: http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.html
2. Sedmak, Marjan, urednik: Zbornik Mediji, etika in deontologija, 1996, FDV
3. PERSPECTIVES ON PRIVACY: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS. KATHERINE J. DAY. Ph. D. University of Edinburgh. 1985
4. Dyer, Richard. 1998. *Stars*. London: British Film Institute.
5. <http://science.jrank.org/pages/10851/Privacy-Advanced-Technology-Privacy-Protection-Intrusions.html>
6. Jeannette Walls: For some celebs, price of fame getting too steep
<http://www.msnbc.msn.com/id/15221535/>
7. http://www.nicholasjones.org.uk/index.php?option=com_content&task=view&id=51&Itemid=5
8. http://news.bbc.co.uk/cbbcnews/hi/newsid_4720000/newsid_4720400/4720420.stm
9. <http://209.85.129.132/search?q=cache:z6jLH17APrsJ:www.pcpd.org.hk/english/info centre/files/kirtleypaper.doc+celebrity+privacy+intrusions&cd=10&hl=en&ct=clnk&client=firefox-a>
10. Članek: Ko ima vas s stotimi ljudmi 80 zvezd, avtor Matija Stepišnik, objavljeno v Večeru, 1. 4. 2006
11. Članek: Politiki z manj pravic do zasebnosti: Kje je meja?, avtorica Mojca Zorko, Dnevnik, 22. 7. 2009
12. Kirley
(<http://209.85.129.132/search?q=cache:z6jLH17APrsJ:www.pcpd.org.hk/english/info centre/files/kirtleypaper.doc+celebrity+privacy+intrusions&cd=10&hl=en&ct=clnk&client=firefox-a>)
13. Knjiga: Slava – kup težav in razočaranj?, avtorica Sonja Javornik, Alpemedia, 2014



Sonja Javornik (roj. 1973) je diplomirana sociologinja kulture in novinarstva in že 25 let kot novinarka pokriva predvsem svet zabave. Kot samostojna novinarka je delala v praktično vseh tiskanih medijih, ki pokrivajo to področje. Pisala je za Delo, Nedeljski dnevnik, Manager, Kaj, Lady, Jano, Vivo, Novo, Story, Leo, Obraze ... Bila je glasbena urednica revije Stop in pomočnica urednice revije Nova. Delala je tudi na televiziji kot voditeljica in avtorica oddaje Magnetoskop na Kanalu A, na isti televiziji je bila urednica oddaj Ekstra magazine in E+, vodila je oddajo Glasbena lestvica na TVS, sodelovala v oddaji Studio City ... Trenutno piše za medijsko hišo Media24 za časopis Svet24 in revije Zvezde in Avenija. Je avtorica knjige Slava – kup težav in razočaranj.

