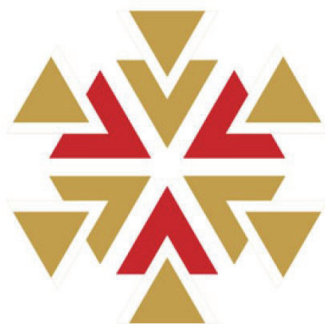


**MEDIJSKI DIJALOZI**  
časopis za istraživanje medija i društva  
**MEDIA DIALOGUES**  
journal for research of the media and society

Godina IX  
Broj 24  
Podgorica  
Maj 2016.  
ISSN 1800-7074  
COBISS.CG-ID 12734480

**DECENIJA  
OBNOVE  
NEZAVISNOSTI  
HILJADU GODINA  
DRŽAVNOSTI  
2016**



**Da je vječna Crna Gora**



**Istraživački medijski centar - Podgorica**

**Osnivač i izdavač / Publisher**

**IVPE- Cetinje**

Partner: Istraživački medijski centar – Podgorica

**Redakcija / Editorial Board**

Robert W. McChesney (USA), Boguslawa Dobek-Ostrowska (Poljska), Nayia Roussou (Kipar), Andrew Balas (USA), Chunyang Zhu (NR Kina), Slavko Splichal (Slovenija) Tapas Ray (India), Frances E. Olsen (USA), Ratko Božović (Srbija), Nada Zgrabljic Rotar (Hrvatska), Gabriel J. Botma (Južna Afrika), Čedomir Čupić (Srbija), Valentina Mansurova (Rusija), Oleksandr Dorokhov (Ukraina), Divna Vuksanović (Srbija), Veselin Drašković (Crna Gora), Sead Alić (Hrvatska), Sandra Bašić Hrvatinić (Slovenija), Yesim Kaptan (Turska), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina), Christos Frangonikolopoulos (Grčka), Željko Simić (Srbija), Wincharles Coker (Gana), Wu Feng (NR Kina), Željko Simić (Srbija), Nataša Ružić (Crna Gora), Rrapo Zguri (Albanija), Alexander Kashumov (Bugarska), Janko Nikolovski (Makedonija), Lejla Turčilo (Bosna i Hercegovina), Marija Čutura (Bosna i Hercegovina), Đorđe Obradović (Hrvatska), Vedada Baraković (Bosna i Hercegovina), Dubravka Valić Nedeljković (Srbija), Marko M. Dorđević (Srbija), Dejan Donev (Makedonija).

**Glavni i odgovorni urednik / Editor in Chief : dr Mimo Drašković**

**Sekretar Redakcije/Sekretary of Editorial Board: mr Jelena Filipović**

**PR i međunarodna saradnja/PR and International Cooperation: mr Anđelka Rogač**

**Tehnički urednik / Technical Editor: Miloško Pušica**

**Prevod / Translation: Dina Kajević**

**Časopis izlazi tri puta godišnje / The Journal is published three times a year**

**Radovi se recenziraju/ Papers are reviewed**

**Štampa / Printed by : IVPE – Cetinje**

**Tiraž / Circulation: 500 primjeraka / 500 copies**

**Korisnički servis / Journal customer service:**

**mob. tel. + 382 68 583 622**

**e-mail: rookie@t-com.me, medijskidijalozi@gmail.com**

**Rješenjem Ministarstva kulture, sporta i medija br. 05-1203/2 od 05. maja 2008.  
časopis "Medijski dijalozi" je upisan u evidenciju medija pod registarskim brojem 647**

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње 659.3/4

ISSN 1800-7074 = Medijski dijalozi (Podgorica)

COBISS.CG-ID 12734480

## MEDIJSKE INFORMACIJE – ETIČKE DILEME I MORALNE POSLEDICE

### *MEDIA INFORMATION – ETHICAL DILEMMAS AND MORAL CONSEQUENCES*

dr ČEDOMIR ČUPIĆ, redovni profesor  
Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

MILICA JOKOVIĆ, doktorant  
Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

**Apstrakt:** *Pravo na istinitu informaciju pripada četvrtoj generaciji ljudskih prava. Ono je proizvod savremenosti i iskustava iz prošlosti, naročito posle dva svetska rata u kojima je dominirala totalitarna propaganda. Ovo univerzalno pravo počiva na univerzalnoj vrednosti – istini. Istina je mera prema kojoj treba plasirati informacije u medijima. Kriterijumi selekcije informacija za javno objavljivanje treba da budu mereni istinom, značajem i bitnošću. Novi propagatori i manipulatori zagušili su informativni prostor davanjem podjednakog značaja i bitnim i nebitnim informacijama. To je primer kako mediji, posebno elektronski, zagađuju javni prostor. Na taj način informacije se svode na robu. Nesporno je da je informacija i pravo i roba. Pitanje je šta je prioritetnije, a ne da li je ona jedno ili drugo. Prema tome, informacija je „i“, a ne „ili“ kada je u pitanju pravo ili roba. Bitno je da u njoj dominira pravo, ali to ne znači da ona nije i roba. Iz odnosa informacija – roba ili ljudsko pravo u medijskoj realizaciji nameću se četiri etičke dileme: javno – privatno; zvanično – nezvanično; istinito – lojalno; pravedno – korisno. Iz tih dilema nastaju i moralne posledice u kojima često manipulatori izjednačavaju istine, poluistine i neistine i na taj način dezorijentišu javnost. Tako vešti manipulatori zloupotrebljavaju slobodu u ime medijske slobode. Poseban problem u toj zloupotrebi predstavlja plasiranje informacija kao senzacija u javnom prostoru.*

**Ključne reči:** *Informacija, ljudsko pravo, roba, etičke dileme, senzacije*

**Abstract:** *The right to be truly informed belongs to the fourth generation of human rights. It is the product of contemporary time and past experiences, especially after two world wars, in which totalitarian propaganda dominated. This universal right is based on a universal value – truth. Truth is the measure according to which information should be publicised in media. Criteria for selecting information for publishing should be measured by truth, knowledge and significance. The new propagandists and manipulators congested the informative space, by giving equal significance both to significant and insignificant information. This exemplifies how media, especially electronic media, pollute public space. In that way information are downgraded to commodity. It is beyond doubt that information is both right and commodity. The question is which is more important, not whether information is one or the other. Therefore, information is ‘and’, not ‘or’, when it comes to the question of right or commodity. It is important that the right is dominant, yet it does not mean that information is not a commodity too. Derived from the commodity-right relationship, there are four ethical dilemmas in media realisation: public-private, official-unofficial, truthful-loyal, and just-useful. These dilemmas lead to moral consequences in which manipulators often equalise truths, semi-truths and non-truths, thus disorienting the public. In that way skilful manipulators abuse freedom in the name of media freedom. A special problem in that abuse is the placement of information as sensations in the public space.*

**Key words:** *Information, Human Rights, Commodity, Ethical Dilemmas, Sensations*

## 1. Uvod

Sve što ljudi stvaraju, stvaraju za sebe. Nema stvaranja po sebi i bez ljudi. I informacija je nešto što pripada ljudskom stvaranju. Ona je i potreba i interes i zadovoljstvo. Naravno, postoje razne vrste informacija, samim tim i njihova upotreba, a različite su i posledice. Informacija informiše ljude. Ona je istovremeno i poruka i pouka. Nema ljudske komunikacije bez informacije.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> „Bez slobodnog protoka informacija građani ne mogu biti adekvatno informisani, a bez pristupa takvim diskusijama, forumima i debatama oni su isključeni iz dijaloga koji čini samu suštinu participatorne demokratije“. (Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Clío, Beograd, 2004, str. 556)

Paradoksalno je pitanje *da li je informacija roba ili ljudsko pravo*. Sve što pripada ljudima i što ljudi stvaraju u nekoj je vrsti paradoksa. Dobro je filozof nade Ernst Bloh primetio da kad ljudi na nekoj stvari, nezavisno da li je ta stvar materijalne ili duhovne prirode, ne vide najmanje dve strane, oni su u problemu gluposti. Drugim rečima, oni su ograničeni. Tako je i sa informacijom, ona je u ljudskim odnosima i pravo i roba.<sup>2</sup> Pitanje je šta je prioritelnije, a ne da li je jedno ili drugo. Prema tome, informacija je „i“, a ne „ili“ kada je u pitanju pravo ili roba. Ono što je bitno kada je u pitanju informacija, bila pravo ili roba, jeste da li je ona istinita i na koji način se upotrebljava. Istina je merilo informacije, a način upotrebe govori o tome da li se ona istinski upotrebljava ili se, na neki opasan način, zloupotrebljava. Ista informacija, saopštena u različitom jezičkom pakovanju, može da se upotrebi, ali i da se zloupotrebi. Informacija ne sme da se pakuje i prodaje kao pokvarena roba. Naravno, mnogo je bitnije kada je u pitanju informacija da dominira da je ona pravo, ali to ne znači da ona nije i roba.<sup>3</sup> Pravo na informaciju jača veliku univerzalnu ljudsku vrednost, jača *slobodu*. Slobodni ljudi imaju pravo na istinitu informaciju, a oni biraju kakvo će joj značenje i smisao dati. Prema tome, pristup informaciji je složen. Kada je informacija pravo, onda ona omogućava ljudima slobodu, dobro, pravdu i ravnopravnost. Ova dimenzija informacije pokazala je da pomaže orijentaciju u ljudskom životu, ali i uspostavljanje reda, odnosno poretka, davanja osećaja sigurnosti i postizanja stabilnosti u zajedničkom životu. Informacija kao roba pitanje je drugačijeg doživljaja od onih koji informaciju uzimaju kao puko sredstvo i smatraju je robom, kao i svakom drugom, koja se kupuje na tržištu. Znači, nije problem što je informacija roba, problem je ako se ta roba zloupotrebljava, ako se njome manipuliše, ako se ona pretvara u

---

<sup>2</sup> Danas je tržište nesporno dominantna i moćna snaga koja utiče na oblikovanje i tokove društava. U tom smislu i informacija kao roba je nešto što je neizbežno. Zbog toga je „u interesu novinara da čine ono što mogu da bi stvorili tržište za onu vrstu novinarstva... koje priznaje i primjenjuje principe koji pomažu da se obezbijede pouzdane, blagovremene, proporcionalne, sveobuhvatne vijesti koje će dati smisao našem svijetu i našem mjestu u njemu. Prvi korak u tom pravcu mora da bude razvijanje načina da se onima koji sačinjavaju to tržište dozvoli da konačno... obavljamo svoj posao“ i da pokažemo „šta inspiriše naše odluke“. (Bil Kovač, Tom Rozenstil, *Elementi novinarsrva*, CID, Institut za medije Crne Gore, Podgorica, 2006, str. 234)

<sup>3</sup> Ono što je opasnost kada informacija postaje roba jeste da dominira kvantitet, a ne kvalitet, jer „robni oblik svodi sve na kvantitativni ekvivalent“. (Gi Debor, *Društvo spektakla*, Porodična biblioteka #5, Beograd, 2003, str. 30)

propagandu, indoktrinaciju ili ako ona služi za podsticanje verbalnih ratova koji završavaju u fizičkom ili duhovnom nasilju.

Informacija pripada univerzalnim pojmovima i kao takva pripada svim prostorima i svim vremenima. To je razlog da je ona dobila jednu od najvećih važnosti kada su u pitanju ljudska prava. U poslednjoj generaciji ljudskih prava, znači posle prirodnih prava, političkih prava i ekonomsko-socijalnih prava, u četvrtoj korpi, ona se prihvata i proglašava za univerzalno ljudsko pravo, ali ne bilo koja informacija, nego samo istinita informacija.

## **2. Bitne i nebitne informacije**

Kada je je u pitanju javno objavljivanje informacija, potrebno je razlikovati *bitne* od *nebitnih* informacija, kao i *značajne* od *beznačajnih* informacija. Sve što se dešava može se podvesti pod informaciju, ali sve što se dešava ne mora biti značajno, bitno, niti interesantno za javnost i javni život.

Stoga je potrebno razlikovati informacije koje imaju značaj i ulogu za pojedine pojedince ili pojedine grupe, a istovremeno ništa ne znače za ostale pojedince, društvene grupe i društvo. Informacija da neka domaćica kuva neko jelo može biti interesantna i značajna samo za nekog prolaznika kome je miris probudio apetit. Tačno je da je to informacija, ali njen značaj i uloga za javnost nema nikakvog ni dela ni značenja. Međutim, ako je neko ko je prolazio i osetio taj miris istovremeno hteo da zadovolji na licu mesta i apetit, zatim bio sprečen da ostvari tu želju, pa zbog toga izvrši zločin, takva informacija već postaje značajna za javnost. Zato što narušava javni red i ugrožava život. Ona se objavljuje kao nešto zaprepašujuće i ima preventivnu ulogu da podstakne sve organe koji treba da na primeren način reaguju, a istovremeno da podseti javnost da bude oprezna kada su u pitanju takve pojave.

Zbog toga je i važna i značajna selekcija informacija koje se javno objavljuju, da ne bi nastalo informativno zagušenje a i da ne bi ljudi bili u situaciji da ne mogu da sami odrede šta njima nešto znači, a šta ne, kada je u pitanju neki događaj. Samo istinite, dakle tačne i precizne informacije, koje pomažu da se u društvu i državi uspostavlja red, odnosno poredak, sigurnost i stabilnost, imaju značaj za objavljivanje. Najznačajniji kriterijumi za selekciju informacija su profesionalni standardi jer se pomoću njih postiže poštenje i poštovanje kada je u pitanju objavljivanje određene informacije. Svaka druga selekcija, posebno ona koja se oslanja na ideološke, političke ili neke druge kriteri-

jume, može lako da naruši profesionalne standarde prema kojima se selekcionišu informacije.<sup>4</sup> Ideološka selekcija informacija može da naruši i medije i javnost jer na propagandan način objavljuje samo informacije koje toj ideologiji odgovaraju. Ideološka dioptrija, kada su u pitanju informacije, često je opterećena predrasudama i stereotipima, ali i zabludama i iluzijama i sklona je diskriminaciji, posebno onih za koje smatraju da su im protivnici, odnosno neprijatelji.

Ideološko mešanje u medijski prostor iskrivljuje sliku stvarnosti pred javnošću. Iskrivljene poruke unose veliki nered i probleme i često utiču na destabilizaciju društva i države. Ideološka selekcija je često slepa kada je u pitanju stvarnost i stvarna dešavanja. Ona je istovremeno i proračunata na poseban, ideoloki, kalkulantski način. Prikazuje se javnosti samo ono što oni misle da je značajno i vredno, što često vodi ulepšavanju slike o stvarnosti. Posebno je to drastično kada se u toj stvarnosti odvijaju žestoke pojedinačne i društvene drame proistekle iz teških egzistencijalnih problema. Ideologije na različite načine utiču na objavljivanje informacija. Jedne su strogo selektivne i propuštaju samo mali broj informacija koje pogoduju ideologiji. Druge su otvorene i u toj otvorenosti simuliraju slobodu i slobodan izbor tako što objavljuju sve i tako izjednačavaju *bitno* i *nebitno*, *značajno* i *beznačajno*, *vredno* i *bezvredno*. Na taj način u ime slobode mišljenja i govora razore svaku vrstu slobode. To je stanje kada je javnost potpuno dezorijentisana. Takođe, to je stanje zagađenosti informacijama javnog prostora i javnosti.<sup>5</sup> Na to je posebno ukazao Žan Bodrijar, ističući da ponekad informacije mogu da naprave ono što je on nazvao „hiperrealnošću“.<sup>6</sup>

### 3. Javno – privatno

Prva etička dilema, kada je u pitanju objavljivanje informacija, odnosi se na problem *javno – privatno*. *Javno* je uvek vezano za opšti interes, opšte pot-

---

<sup>4</sup> „Princip selekcije počiva na traganju za onim što je senzacionalno ili spektakularno“. (Pjer Burdije, *Narcisovo ogledalo*, Clio, Beograd, 2000, str. 35)

<sup>5</sup> „Previše informacija ubija informaciju“. (Fransis Bal, *Moć medija*, Clio, Beograd, 1997, str. 13)

<sup>6</sup> U zemlji u kojoj su mas mediji doživeli takav tehnološki razvoj informacije su premrežile i preplavile njen prostor. Zato je Bodrijar dobro uočio da „Amerika nije ni san, ni realnost, to je hiperrealnost. To je hiperrealnost jer je to utopija koja je od početka proživljavana kao da je ostvarena. Sve je ovde realno, pragmatično, i sve vas navodi na sanjarenje“. (Žan Bodrijar, *Amerika*, Boddy Books, Kontekst, Beograd, 1993, str. 30) „Nalazimo se u univerzumu u kome ima sve više informacija, a sve manje smisla“. (Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, str. 83)

rebe, ali i opšte dobro i opštu pravdu. Sve informacije vezane za ono što pripada svim ljudima u zajednici i što je značajno za njihov svakidašnji praktični život, ali i za ono što podstiče kako njihov pojedinačni, tako i grupni i opšti razvoj, treba da je stalno prisutno u javnom prostoru. Takve informacije orijentišu ljude da na bolji način donose i sopstvene odluke, ali i da učestvuju u donošenju zajedničkih odluka, koje podižu kvalitet njihovog života.

Javni je interes izuzetno značajan i za sve poslove povezane sa organizovanjem života u društvu i državi. To su posebno poslovi koje obavlja vlast kao instrument za sprovođenje zajedničkih odluka i zajedničke volje. Zato su informacije koje dolaze od sve tri vlasti, zakonodavne, izvršno-upravne i sudske, od posebnog i izuzetnog značaja. Donošenje zakona i propisa osiguravaju život ljudima. Zakoni i propisi su ljudska potreba koja proizilazi iz njihove potrebe za sigurnošću. Druge dve vlasti, svaka u svom domenu, sprovode zakone i propise i na taj način regulišu funkcionisanje društva i države. Zato su informacije koje dolaze iz ovih vlasti, takođe, bitne i značajne. Pored vlasti, i informacije koje dolaze iz javnih službi imaju primat i značajne su za objavljivanje.

Novinarska i medijska dužnost je da budu posrednici između vlasti i građana. Oni u tom posredništvu prenose ono što rade vlasti, ali i ono što građani misle, zahtevaju i traže da se obavi, a proizišlo je iz obećanja onih kojima su dali poverenje, odnosno legitimizaciju. Kada je u pitanju javno, novinari i mediji su pored posredništva i prvi spoljašnji omotač nadzora, kontrole i kritike vlasti. Njihova je dužnost da prateći rad vlasti obaveštavaju, na stručan način, građane o tome da li se vlast pridržava zakona i propisa, ali i obećanja koje je dala, kao i rokova u kojima ta obećanja treba realizovati. To je ono što čini ulogu novinara i medija kada je u pitanju javni prostor, odnosno javnost.

*Privatnost* bi trebalo da bude prostor zaštićen od javnog objavljivanja.<sup>7</sup> Informacije iz privatnosti trebalo bi da budu ograničene i – zakonski zaštićene. Ulazak u privatni život i njegovo saopštavanje u javnom polju može biti opasno, a i zloupotrebjeno. Privatni život prate specijalizovane institucije i ne bi trebalo da dobije javnu promociju zbog toga što bi se onda izgubila granica

---

<sup>7</sup> Luis Alvin Dej smatra da vrednost prijetnosti je bitna za autonomiju pojedinca, ali i za zaštitu od mogućeg prezira ili ismejavanja ako drugi saznaju detalje nečijeg privatnog života. Takođe, privatnost utiče da „možemo da kontrolišemo našu reputaciju“, a i da pravimo potrebnu distancu kada su u pitanju naši socijalni kontakti. Ono što je posebno vredno jeste da „privatnost služi kao štit od moći države“. (Luis Alvin Dej, *Etika u medijima*, Klub plus, Čigoja štampa, Beograd, 2008, str. 158–159)



između javnog i privatnog, a posebno u okviru privatnog-ličnog i intimnog. Tanka je granica između javnog i privatnog kada su u pitanju javne ličnosti. Samim tim što je neka ličnost ušla u javni prostor, bilo da je reč o politici, nauci, umetnosti, zabavi, ona podleže drugačijim kriterijumima od ostalih građana. Često iz ovih oblasti dolaze informacije koje i sami nosioci javnih uloga proizvode i hoće da ih plasiraju. Naravno, ulazak pojedinca u javni prostor, kao njegov slobodni izbor, zbog moralne uzornosti zahteva da se ništa iz privatnog života ne sme sakriti i prikrivati. Niko nikoga ne tera da uđe u javni prostor i živi život javne ličnosti. To je slobodan izbor, a takav izbor ima jedan izazov i ograničenje: o toj ličnosti treba znati sve.

Posebno je to značajno za političare, jer oni organizuju život i odgovaraju za organizaciju tog života, a ta organizacija odnosi se na druge i sve. Iz tih razloga oni ne mogu da imaju dva života – jedan uzoran u javnom prostoru, a drugi problematičan u privatnom životu. Ne možemo da imamo poverenje u ljude koji vode dvostruki vrednosni život, zbog toga je potrebno znati dosta toga iz privatnog života, odnosno kako su oni organizovani i kako funkcioniše njihova privatnost. Taj princip proizilazi iz Filteovog moralnog zahteva da iza ideje nekog čoveka treba da stoji i njegov život. Ovo su znali još antički mudraci kada su izricali da – iza izgovorenog treba da stoji delo. Naravno, ulazak u privatni život političara, takođe, treba zakonski regulisati, odnosno zaštititi deo privatnosti vezan za prirodne potrebe u privatnom životu. Ono što oni nisu počinili, ali što je njihova lična nesreća zbog nekih prirodnih poremećaja, ne sme da bude dostupna javnosti (na primer, bolesti članova porodice). Iz privatnog života samo treba da bude dostupno ono što pokazuje da li je ličnost moralno uzorna i u privatnoj sferi. Ne može se neko zalagati za mir, toleranciju i dijalog u javnoj sferi, a istovremeno u privatnom životu pokazivati nasilje, isključivost i despotsku autoritarnost. Često se u realnom životu događa da imamo ljude dvostrukog morala (homo duplekse), podeljene ličnosti i socijalno šizofrene. To je ono što u jednom ozbiljnom analitičkom pristupu novinara i medija treba da bude dostupno kao informacija koju treba da zna javnost. Na taj način izbegavaju se moguće posledice koje te ličnosti, kojima su građani poverili važne javne poslove, mogu da počine na štetu drugih i svih u državi i društvu.

#### **4. Zvanično – nezvanično**

Druga etička dilema, kada je u pitanju objavljivanje informacija, jeste *zvanično – nezvanično*. Iskustvo je pokazalo da su sve vlasti, i autoritarne i demokratske, sklone da u informacijama koje saopštavaju javnosti daju samo

nagoveštaje, naredbe ili zapovesti. Takođe, mnoge informacije koje plasiraju nisu dovoljno potkrepljene argumentima, a često se mogu označiti kao poluistinite. Ponekad vlast javnosti šalju informacije koje više liče na probne balone preko kojih ispituju kako će građani da reaguju.

U autoritarnim vladavinama *zvanično* se uvek svodi na propagandu u korist vladajuće vrhuške, odnosno vođa koji su najčešće diktatori. Njihove poruke su isprazne i više liče na zapovesti u obliku „mora“ da je nešto tako ili „mora“ da se to izvrši. Iza reči „mora“ uvek stoji sila, ponekad i pretnja nasiljem. Kada stižu zvanične informacije u kojima stoji da bi nešto „trebalo“ prepoznaje se jezik u kojem se drži do onoga što se šalje da se javno objavi, kao preporuka, a ne primoravanje. Kada se zvanično preko informacija vlasti nešto skriva, ili se ne daju do kraja podaci o onome o čemu se javnost informiše, ili kada se daje lažno obećanje, ili protura neka prevara, ili se umanjuje značaj nečega, ili se preko nekih informacija koje su manje bitne, često i nebitne, pokušavaju prikriti neki ozbiljni problemi i informacije o njima, onda takve zvanične poruke ne poseduju najbitnije za informaciju – istinitost i tačnost.<sup>8</sup> Zbog toga se često *zvanično* kod kritički usmerene javnosti ne prihvata ozbiljno niti se do takvih informacija uopšte drži.

Za razliku od zvaničnog, *nezvanično* postaje mnogo značajnije i bitnije. Drugim rečima, u *zvaničnom* se ne vidi istina, a u *nezvaničnom* istina postaje ono što tu nezvaničnost uzima kritička javnost ozbiljno. Ona zna gde je istina smeštena. U javnom prostoru na taj način sve što se saopštava izaziva sumnju, a ono nevidljivo i nezvanično doživljava se kao istinito i tačno. Tako se stvaraju dve stvarnosti: jedna kojoj se ne veruje i druga u kojoj je poverenje nesporno. To pokazuje da oni koji nemaju pristup medijima da saopšte istinu to na druge načine uspevaju da pruže javnosti. Tako se stvara dvostruko mnjenje. Ono prvo kojim vlast vešto manipuliše i ono drugo koje je kritičko i koje zna o čemu se radi kada vlast nešto saopštava. Ovo drugo javno mnjenje, koje je najčešće malobrojno, lako čita poruke koje su poluistinite ili koje beznačajnošću nešto u društvenom životu prikrivaju od očiju javnosti. Ova dilema

---

<sup>8</sup> „Lukavi načini odvratanja pažnje javnosti od osetljivih društvenih pitanja – kao što su pitanja raspodele društvenog bogatstva, moći, ugleda, znanja, sigurnosti itd. – pokazuju se stvarno uspešnim sve dok ne izbije društvena kriza koja izbacuje na površinu upravo ona pitanja koja su preko mass medija bila sistematski zanemarivana, potiskivana i poricana. Zahvaljujući *krizi* pojedinci i grupe postaju *svesni* stvarnih problema društva koji su preko mass medija prikazivani kao lažni problemi“. (Đuro Šušnjić, *Ribari ljudskih duša*, Čigoja štampa, Beograd, 1995, str. 174)

nalazi se i pred novinarskom profesijom. Kako plasirati informaciju za koju profesionalac zna da nije istinita ili je beznačajna, tako da javnost ne bude obmanuta? Drugim rečima, informaciju treba saopštiti, a u komentaru dati do znanja da je nepotpuna, prazna, poluistinita i netačna ili da je daleko od istine. Takođe, naći i meru da ono što se nezvanično odigrava, a istinito je i tačno, dobije mogućnost da se javno plasira. Na taj način javnost dobija uvid i u ono zvanično, koje je i sumnjivo i propagandno, i u ono nezvanično u kojem se saopštava istina uz bolje argumente.

Ova dilema traži od novinara izuzetnu sposobnost, znanje, ali i maštu da pronađe formu u kojoj će tu dilemu javno iskazati, ali i veštine da izbegne sve zamke koje vrebaju od moćnika da ne budu dovedeni u pitanje i istovremeno da istina ne strada. Tako se drama života više odvija u nedivljivom delu stvarnosti nego u vidljivom. Vidljivi deo, realnost, često je prikrivena mrežama koje treba da odalje ljude od onoga što oni i zdravorazumski, ali i na osnovu razmišljanja, vide svojim očima i čuju svojim ušima. Manipulatori i propagandisti, međutim, rade na tome da kod ljudi dovedu u pitanje njihov zdrav razum, ali i mišljenje, ako ga poseduju i ako su skloni da ga upotrebljavaju. Ubeđuju ljude da se nije desilo nešto što oni vide ili im skreću pažnju nevažnim događajima, prikazujući ih kao važne, kako velike probleme ne bi videli ili ih minimizovali. Iako su problemi bitni i značajni za javnost i javni život, jer ponekad od njih zavisi egzistencija i esencija građana. S druge strane, u nevidljivoj stvarnosti, koja je stvarna, ali koja nema šansu da postane vidljiva, odvija se drama i života i svega bitnog za javnost.

Kada ljudi imaju svest o te dve stvarnosti, lako će pripremiti i strategiju i taktiku da se oslobode od zvanične, isprazne javnosti koja ništa za njih ne znači niti bilo kakve koristi od nje imaju. Upravo u tom sazrevanju građanske svesti i postizanju političke zrelosti veliku ulogu imaju poslenici medija, a i ceo medijski sistem. Zbog toga je značajno da mediji i medijski sistem budu osigurani da slobodno, sve što je prisutno u javnom životu, a bitno je za javnost, objavljuju i da selekcija onoga što objavljuju podleže samo profesionalnim standardima. Nema nezavisnih medija jer oni po prirodi zavise od onih koji ih finansiraju. Na primer, od građana i države ako su finansirani uz pomoć pretplate i iz budžeta ili od privatnika koji su vlasnici medija. Drugim rečima, medijska zavisnost od vlasništva ne bi smela da bude prepreka za njenu nezavisnost kada je u pitanju

informisanje javnosti.<sup>9</sup> Njihova nezavisnost ogleda se u slobodi saopštavanja i profesionalnim standardima po kojima se nešto saopštava.

### 5. Istina – lojalnost

Treća etička dilema, kada je u pitanju informacija i informisanost, jeste *istina – lojalnost*. Ova dilema je ne samo izuzetno složena, nego i dramatična. Kada je u pitanju novinarski poziv onda se od svakog njegovog poslanika zahteva da se pridržava istine. Istina je sastavni deo njegovog duhovnog, stručnog i ljudskog života. Istinu, kada je u pitanju informisanje, ne bi nikada trebalo novinar da dovede u pitanje. Čak i u slučajevima kada nešto ne čini iz namere nego iz neznanja, čim sazna istinu treba da se javno ispravi i povinuje istini. Takođe, novinar ne sme sebi dozvoliti, kada je u pitanju istina, da ga porobe zablude, predrasude, stereotipi, niti da ima bilo kakav diskriminacioni stav, kada je u pitanju publika kojoj se obraća.<sup>10</sup> Drugim rečima, potrebno je da uvek bude spreman da se, i ako skrene s puta istine, povrati njoj i da ga istina do kraja obavezuje. Istina kao univerzalna vrednost u temelju je ljudskog života, a u novinarskom pozivu ona ne samo što je u temelju, nego je i pretpostavka da se novinar bavi ovim pozivom.<sup>11</sup> Nema te zapovesti, naredbe ili bilo kojeg pritiska koji novinar sebi sme da dozvoli kada je u pitanju istinito informisanje.<sup>12</sup> Samo istinita informacija orijentiše i pomaže ljude. Sa istinama ljudi se uspravljaju, a sa lažima ponižavaju i uništavaju.

---

<sup>9</sup> „Isticanje ideala profesije pomoglo je novinarstvu da svoje pravo na traženje informacija učvrsti i da zadrži izvesnu meru nezavisnosti, uprkos stegama pod kojima novinari moraju da rade, konkretno, od hronično opresivnog pravnog okvira, aktuelne vlade, poslodavaca, radne sredine, pritisaka interesnih grupa i tehnologije... Glavninu novinara čine idealisti. Sebe vide kao neumorne tragače koji teže istini, posvećene činjenicama i publici“. (Rolend Lorimer, *Masovne komunikacije*, Clio, Beograd, 1998, str. 151)

<sup>10</sup> Novinari su, prema Fransisu Balu, pozvani „da predrasude zamene sudovima, slike stvarnošću, da retoriku ispune pravim sadržajima... Novinari će svoj legitimitet... naći u kritičkom mišljenju suprotstavljenom traganju za skandalima“. (Fransis Bal, *Moć medija*, Clio, Beograd, 1997, str. 120)

<sup>11</sup> „Novinarstvo mora voleti istinu u onoj meri u kojoj filozof voli mudrost i mora mrzeti skandal kao što se filozof gnuša javnosti“. (Op.cit., str, 120)

<sup>12</sup> U Minhenskoj deklaraciji o dužnostima i pravima novinara kao najbitniji moralni imperativ, koji treba da obavezuje novinara, glasi: „Novinar mora da poštuje istinu, ma kakve bile posledice po njega, zbog prava javnosti da istinu dozna“. (Daniel Korní, *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999, str. 51)

Novinarski poziv stalno je u dilemi kako da pomiri istinu i lojalnost prema mediju u kojem radi. Još jedna vrsta lojalnosti koja ne dovodi u pitanje istinu jeste lojalnost novinara prema građanima koji čitaju, slušaju i gledaju medije. Ta lojalnost podrazumeva da neće biti sakrivana istina koja se saopštava građanima.<sup>13</sup> Kada je u pitanju lojalnost, novinarski poziv dozvoljava samo lojalnost koja je potpuno predata pozivu. Svaku drugu vrstu lojalnosti, ako ona ide protiv istine ili prikriva istinu ili se služi poluistinama, treba u ime lojalnosti bilo kome – odbaciti. Često ideologije, posebni interesi i vlasnici medija zahtevaju od novinara lojalnost do poslušništva.<sup>14</sup> Takva vrsta lojalnosti dovodi u pitanje ne samo istinu već i ono što je poželjno kada je u pitanju lojalnost, a to je lojalnost pozivu. Biti lojalan pozivu znači promovisati istinu jer je istina prvi i najbitniji standard novinarske profesije. Ideologije su uvek parcijalni pogledi na svet koje vode posebni i lični interesi.

Biti lojalan ideologiji najčešće znači biti njen zarobljenik, odnosno robovati posebnim i ličnim interesima. Posebni i lični interesi mogu da dovedu u pitanje i istinu, ali i lojalnost prema pozivu. Upravo, u toj realiciji istine i lojalnosti odvija se drama novinarskog poziva. Da bi s tom dramom izašli na kraj treba se opredeliti tako da istina i lojalnost pozivu budu iznad bilo kakvog posebnog ili ličnog interesa ili bilo koje ideologije ili pragmatičnosti. Naš sjajni mislilac, mudrac i profesor lucidno je konstatovao (a i opomenuo): „Istine imaju heroje, interesi robove“.<sup>15</sup>

Držati do novinarskog poziva istovremeno znači i braniti dostojanstvo poziva od bilo kakvih nasrtaja na njegovu logiku.<sup>16</sup> Ništa van profesije ne sme u novinarskom pozivu da dovede u pitanje njegovu logiku i njegove standarde. Naravno, novinari mogu prihvatati ideologije, pa i različite interese, samo u meri u kojoj to ne dovodi u pitanje logiku ovog poziva. Da bi se ta mera

---

<sup>13</sup> Štefan Rus-Mol, Ana Jugoslava Zagorac Keršer, *Novinarstvo*, Clio, Beograd, 2005, str. 283.

<sup>14</sup> „Novinari moraju odigrati svoju ulogu izbegavajući tri opasnosti koje ih vrebaju: uslužnost, demagogiju i potpadanje pod razne uticaje“. (Fransis Bal, *Moć medija*, Clio, Beograd, 1997, str. 120)

<sup>15</sup> Đuro Šušnjić, „Istine imaju heroje, interesi – robove“, u: Čedomir Čupić, *Medijska etika i medijski linč*, Čigoja štampa, Beograd, 2010, str. 369.

<sup>16</sup> „Ljudi koji slave dostojanstvo svog poziva primerom pokazuju kako se zadata reč pretvara u delo, moralna ideja u moralno ponašanje. Iza njihovih reči su dela, a iza njihovih moralnih stavova, moralni postupci. I kada sve propada i kada sami propadaju ne svojim krivicom, oni ne dozvoljavaju da im se dostojanstvo oduzme. Jer, znaju da, ako ga izgube, gube i smisao i razloge za život. Moralni oblik egzistencije je najteži, ali je zato najljudskiji. U okruženju i najvećeg zla oni sanjaju o dobru i rade za dobro svih“. (Čedomir Čupić, *Politika i poziv*, Udruženje za političke nauke Jugoslavije, Čigoja štampa, Beograd, 2002, str. 88 – 89)

mogla održati novinari koji prihvataju neku ideologiju mogu je prihvatati samo na kritički način. Svaka nekritičnost i bezrezervna podrška ideologiji ide protiv novinarskog poziva. To je jedini način da se u dilemi istina – lojalnost izbegne suprotstavljenost u kojoj stradaju i istina i lojalnost prema pozivu.

Istina strada od lojalnosti koja se vezuje i za ideologiju i za posebne ili lične interese i vlasništvo. Biti lojalan ideologiji, interesima i vlasnicima često znači izbegavati istinu. Ideologije, interesi i vlasnici, informišući, skloni su da iskrivljuju istinu, saopštavaju poluistine i propagiraju samo svoje parcijalne interese. U tome se ide toliko daleko da se lični i posebni interesi proglašavaju za opšte. Služeći tome, novinari pokazuju da su izneverili i lojalnost prema pozivu i istinu koja je u središtu onoga čime se oni bave. Javnost u kojoj istine nisu dostupne, ili su iskrivljene, ili su poluistinite, osiromašena je i prevarena. Šteta koja nastupa objavljivanjem neistina, poluistina, kleveta i laži, nesamerljiva je po posledicama. To je razlog da etičku dilemu istina – lojalnost treba ne samo zakonski precizno regulisati, nego i nezavisnim nadzorom i kontrolom stalno pratiti i štiti. Što su načini i mehanizmi nadzora i kontrole razvijeniji to je i veća šansa da se javnost ne zagušuje i truje lažima, poluistinama, zabludama i predrasudama jer one dovode u pitanje ne samo slobode već i ljudska prava.

## 6. Pravedno – korisno

Četvrta etička dilema, kada je u pitanju objavljivanje informacija, jeste *pravedno – korisno*. Mediji bi trebalo da posebno vode računa kako informacije utiču i koliko u sebi sadrže jednu od najosetljivijih vrednosti za društveni i politički život, a to je *pravednost*. *Pravednost* je univerzalna vrednost koja održava, ali istovremeno uliva u ljude dva poslednja smisla njihovog života – nadu i veru u društveni život. Ta dva smisla prate čoveka od rođenja do kraja života. To su i preduslovi i uslovi da čovek na čovečan način živi sa drugima i u društvu. Kada se gubi nada i vera u druge i u društvo čovek se povlači u samoću, a iz samoće ulazi u usamljenost u kojoj prestaje svaki poriv za bilo kakvim povratkom u društveno okruženje. Usamljenost je potpuna izolacija pojedinca koji je izgubio prva i poslednja uporišta za društveni život – nadu i veru. Zato je izuzetno bitno da informatori vode računa o toj univerzalnoj vrednosti – *pravednosti*.

*Pravedno* često nije poželjno. Ljudi su skloni da ne saopštavaju ono što može biti iznenađujuće kada je u pitanju poželjnost. Bez želja nema ni sadašnjosti ni budućnosti. Međutim, želje prekoračuju stvarnost i često su plod i mašte i izmišljanja. One su ponekad sanje koje imaju utopističke topline. Ono

što je za društveni život značajno, kada su u pitanju želje, to je njihovo ograničenje – realnost. Nerealne želje, kada se ostvaruju, mogu da počine veliku štetu društvenom životu. Zato treba biti oprezan kako izlaziti na kraj sa željama i kako ih meriti i ograničavati da ne bi postale nerealne i neobuzdane. *Pravednost* je upravo jedna od mera koja želje usmerava prema onome što neće napraviti nešto nerealno, a po posledicama loše i štetno.

Kao i istina, i pravda može biti doživljena bolno. Nije se lako suočiti sa *istinom* i *pravdom* jer su one toliko oštre, jasne i precizne da život ponekad teško u svom bogatstvu ispoljavanja može da ih prihvati. Nisu ljudi skloni da se lako suoče sa *istinom* i *pravdom* jer mnogo toga počine, iz neznanja ili iz nerealnih želja i apetita, što im pričinjava veliko zadovoljstvo, na uštrb *istine* i *pravde*. Svaki oblik komfornog života ljude opušta, često i prepušta, što može da bude i protiv *istine* i protiv *pravde*. Učiti ljude da u javnom prostoru očekuju da se nešto saopšti što je *pravedno* i za njih i za druge jeste veliki napor, iskorak, ali i hrabrost i plemenitost. Ta pouka ih uči da budu umereni i odmereni i da se samo u umerenosti i odmerenosti može normalno i zdravo živeti. *Pravedno* je da svi ravnopravno dele *istinite* informacije, ali i da informacije ne pogode nikoga, posebno kada su u pitanju osetljivosti vezane za diskriminaciju, predrasude i stereotipe.

Dilema *pravedno – korisno* nije dilema ako je sve što je korisno za objavljivanje istovremeno i *pravedno*. Drugim rečima, ako je *korisno* kontrolisano *pravednim* onda ova dilema ne izaziva nikakve probleme. Problemi nastaju kada se iz koristi, ličnih i grupnih, dovodi u pitanje i *pravednost* i *istina*.<sup>17</sup> U takvoj situaciji *korist* nije opšta nego je uvek za nekoga – bio taj pojedinac ili određena grupa ili, kada je u pitanju politički život, politička elita ili partija. Ono što je izvor velikih opasnosti jeste kada se pojedinačna ili grupna korist u javnom prostoru predstavlja kao opšta. Iza takvog predstavljanja nastaju laži, prevare, obmane i manipulacije javnošću. Naravno, kada se u tome pretera mogući su sukobi koji mogu odvesti, na početku u pretnje, a potom poprimiti karakter verbalnih ratova putem medija koji najčešće završavaju u teškim fizičkim obračunima i nasilju, katkad i ratnom.

---

<sup>17</sup> „Istina se odnosi na naše saznanje, a uspešnost na našu akciju“. (Đuro Šušnjić, *Otpori kritičkom mišljenju*, Čigoja štampa, Beograd, 1995, str. 81) Zato istinitost informacije ne podleže uticaju uspešnosti, odnosno korisnosti, u društvenom životu. Istinite informacije mogu da budu bolne po primaocu jer ih često suočavaju s teškim izazovima i problemima. Neistinite informacije drže ih u zabludi i podgrevaju lažna očekivanja i nade. To dobro koriste manipulatori i demagozi.

Ideologija i politika sklone su da i *pravedno* i *istinito* podrede svojoj *koristi*. To ide tako daleko da svoju korist proglašavaju opštom, a da u ime nje uspevaju da se dokopaju velikog bogatstva i privilegija. Drugim rečima, *korist* je za njih i od te *koristi* često ne vide kakvu *nepravdu* čine ili mogu da počine. Medijski poslenici i mediji koji se uključe i postaju zarobljenici ili ucenjeni od određenih ideologija i politika, posebno vladajućih, produžavaju njihovu ideološku i političku propagandu koja im služi da se još više okoriste. Tada novinari i mediji ulaze u sferu neprofesionalnosti, beščašća, opakog poslušništva i slugeranstva, dovodeći javnost, u početku, u velike zablude i dezorijentaciju, a vremenom i u sukobe. Stoga je značajno naći meru kako da se istovremeno izađe na kraj sa moćnima i nesporazumom sa *pravdom* i *istinom* i izvuče iz njihovih sebičnih kandži i interesa. Da bi mogli profesionalno da procene koliko je neka informacija i *pravedna* i *korisna*, a koliko je u raskoraku i kako je tako raskoračenu objaviti i javnosti dati do znanja da u ovom slučaju *pravedno* i *korisno* ne mogu ići zajedno.

Mnogo je primera zloupotrebe medija kada je u pitanju ova etička dilema. Da ona ne bi postala stvar proizvoljnog tumačenja potrebno je naći dobra zakonska rešenja kako bi se raskorak između *pravde* i *koristi* sveo na najmanju moguću meru i postavio u odnos ne „ili – ili“, nego u odnos „i – i“. To je za sada jedino rešenje kako izaći na kraj da ova etička dilema ne proizvede loše i pogubne posledice po javnost i javni život.

## 7. Moralne posledice

Etičke dileme uvek se konkretizuju i pokazuju u moralnim postupcima i delima. Etika se, kao učenje ili nauka o moralu, bavi propisivanjem i prosuđivanjem i nalaže pravila kako da se ljudi ponašaju da bi njihovo ponašanje bilo moralno. Za razliku od etike koja je apstraktna, moral je konkretan. Drugim rečima, etika propisuje i prosuđuje<sup>18</sup>, a moral se konkretno praktikuje i dokazuje, odnosno pokazuje. Dok etika ima funkciju legitimizacije, moral ima regulativnu funkciju. Moral reguliše ljudske postupke tako što ih konkretizuje i na osnovu konkretizacije pokazuje da li su dobri ili rđavi. Etika principijelno nala-

---

<sup>18</sup> „Etika je znanstveni model znanja o onome što je ljudsko. Ona napinje interpretaciju ljudske egzistencije između stvarnosti i ideje, i u provedbi svakodnevice postavlja odgovornost za sve što se dogodilo i što je učinjeno kao stvarno i identično. Ona izaziva postupke da budu ono što čine i da čine ono što jesu“. (Thomas A. Bauer, *Mediji za otvoreno društvo*, ICEJ, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007, str. 97)



že, a moral konkretno sprovodi. Upravo iz navedenih dilema nastaju i moralne posledice, često negativne, posebno kad vešti manipulatori izjednače istine, poluistine i neistine i na taj način naprave veliku dezorijentaciju u javnosti.

Građani ne mogu da prepoznaju da li su informacije istinite ili neistinite, posebno ako polaze od stava da je sve što se javno plasira kao informacija provereno i na profesionalan način saopšteno. To je naročito izraženo pri saopštavanju mnoštva informacija i kada se izjednače bitne i nebitne vesti. U toj informativnoj prašumi teško je snaći se. Naravno, onima koji manipulišu to odgovara jer u mnogim informacijama mogu da poture i mnogo netačnog i neistinitog.<sup>19</sup> Uvek to rade iz lične koristi ili za nekoga od koga zavise i koji može da im mnogo toga korisnog pruži ili lošeg počini. To je najgora sprega između medijskih manipulatora i vlastodržaca koji na ovaj način prikrivaju od očiju javnosti istinite informacije koje bi, kad bi bile objavljene, bile po njihovim nepovoljne. Vrednosna, odnosno moralna dezorijentacija, po posledicama je za svako društvo najopasnija. Ona omogućava da se poluistine, laži i prevare javno saopštavaju i ima pogubne posledice po javnost jer unosi sumnjičavost i nepoverenje i u medije i u medijske poslenike. Drugim rečima, važan segment društva na taj način biva diskreditovan, a građani ostavljeni da se sami snalaze i tumače ono što im se saopštava i često na osnovu takvih tumačenja donose pogrešne odluke koje mogu da im pričine i ličnu, ali i grupnu, pa prema tome, i društvenu štetu. Te se posledice prenose i na političke institucije, ekonomski život i socijalnu sigurnost i stabilnost.

Od svih kriza koje mogu da zahvate jedno društvo i državu po posledicama najopasnija je vrednosna kriza. Od četiri primarna sistema u jednom društvu i državi – političkog, ekonomskog, socijalnog i vrednosnog – najosetljiviji je, upravo, vrednosni sistem. U okviru vrednosnog sistema najosetljivije su moralne vrednosti. Kada se polome unutrašnji i spoljašnji moralni barometri, odnosno pojedinačni i grupni, onda su potrebne decenije i generacije da se oni ponovo uspostave. Drugim rečima, posledice moralne krize su dugotrajne i teško se s njima na kraj izlazi. Ljudi su robovi navika pa kada naviknu na nešto loše i bezvredno mogu dugo to da održavaju. Zbog toga mediji imaju posebnu ulogu kada je u pitanju vrednosni sistem, a u okviru njega moralne

---

<sup>19</sup> „Tokom čina manipulacije, poruka se u svojoj saznanjnoj ili afektivnoj ravni konstruiše tako da zavara, uvede u zabludu, ubedi u nešto što nije tačno. Takva poruka je dakle, uvek, laž“. (Filip Breton, *Izmanipulisana reč*, Clio, Beograd, 2000, str. 24)

vrednosti.<sup>20</sup> Iz tih razloga, upravo, nabrojane etičke dileme pokazuju i složenost i teškoće s kojima se nose medijski poslenici, ali i sami mediji.

### 8. Zloupotreba slobode u ime medijske slobode

Jedna od vrednosti koja strada kada se manipuliše javnošću jeste *sloboda*. Mediji su često u ime slobode, kada se preko nje manipuliše, ukidali slobodu. Sloboda ima smisla samo ako „ne ugrožava slobodu i prava drugih“.<sup>21</sup> Ako sloboda ugrožava slobodu drugih „onda takvom izboru ne treba pružati podršku, već ga suzbijati: teorijski i praktično. Niko ne može biti slobodan ako poriče pravo na slobodu nekom drugom. Najviši stepen slobode podrazumeva da su neke slobode uskraćene: na primer, sloboda da se uništi sloboda! Svako može biti u pravu samo pod uslovom da ne zahteva da on jedino bude u pravu: svako može da govori šta misli, ali pod uslovom da ne misli da on jedino zna istinu. Samo tako možemo se nadati danu dobrih vesti“.<sup>22</sup>

Kada je u pitanju sloboda treba razlikovati *slobodu mišljenja i govora* od *slobode delovanja*. Sloboda mišljenja i govora ne sme se ograničavati i ona je uslov koji omogućava da javnost sazna ono što se i misli i govori.<sup>23</sup> Naravno,

---

<sup>20</sup> Mediji i „novinari ne učestvuju samo u formiranju kolektivnog identiteta nego spadaju u proizvođače smisla. Oni su, u stvari, promotori vrijednosti. zato bi morali jasno prepoznati i Dobro i Zlo. To znači da je neophodno da imaju sposobnosti da razvijaju kritičko mišljenje. U traganju za životnim formama koje uspostavljaju demokratiju, ljudska prava, toleranciju i mir, novinar, kao protagonist svijesti o društvenoj zajednici i čovjekovom dramatičnom bitisanju, postaje nezamjenljivo kritičko ogledalo“. (Ratko Božović, „Paradoksi medijske slobode“, čas. *Medijska kultura*, #8/2015, str. 97)

<sup>21</sup> Đuro Šušnjić, *Dijalog i tolerancija*, Čigoja štampa, Beograd, 2007, str. 203.

<sup>22</sup> Op.cit., str. 203.

<sup>23</sup> To je razlog da „opravdanje slobode štampe kao preduslova slobodnog društva jeste to što članovi društva zavise od slobodnog protoka informacija da bi mogli da upravljaju sami sobom. Društvo može da ostane slobodno samo ako slobodna štampa deluje kao budni četvrti stalež, razobličavajući zloupotrebe vlasti i mobilisući javnost protiv njih. Kad slobodna štampa obznajuje ono što vlada čini, slobodan narod može da nadgleda sve strane rada svog političkog vođstva, tako da slobodna štampa predstavlja zaštitu od postupaka vlasti, koji bi inače mogli da podriju društvene slobode i nezavisnost. Jedini istinski slobodan narod jeste obavešteni narod, jedini način da društvo bude slobodno obavešteno jeste to da njegova štampa i svi mediji budu slobodni, To znači, kao što smo dokazivali, da štampa mora biti, u najvećoj mogućoj meri, necenzurisana. Novinari, koji kolektivno imaju moralnu obavezu da služe javnosti govoreći istinu, stoga su po implikaciji obavezni da se opiru svim pokušajima pojedinaca iz novinarske profesije ili izvan nje da kontrolišu sadržaj vesti i uvodnika“. (Dejl Žaket, *Novinarska etika*, Službeni glasnik, Beograd, 2007, str. 195)

pod pretpostavkom da je to što je javno izrečeno istinito, a izrečeni stavovi da su potkrepljeni valjanom argumentacijom. Na taj način izbegava se da mediji postanu brbljaonice u kojima se može o svemu govoriti i svemu davati isti značaj i vrednost. To je razlog selekcije koja treba da bude zasnovana na profesionalnim standardima novinarskog poziva, a u okviru tih standarda da se na osnovu znanja i stručnosti razluče bitne od nebitnih informacija koje treba javnosti saopštiti. Ono što ugrožava slobodu jeste sloboda delovanja. Za razliku od slobode mišljenja i govora, sloboda delovanja može da postane opasna, posebno ako je vode egoistički i posebni interesi jer ne vodi računa da postoje i drugi interesi. Takođe, kada je u pitanju javno saopštavanje potrebno je voditi računa da u javni prostor ne ulaze informacije ili stavovi koji ljude diskriminišu ili predrasude ili stereotipi kojima se pojedinci ili grupe obeležavaju. Nažalost, u medijskoj stvarnosti vešti manipulatori zloupotrebljavaju slobodu jer u ime medijske slobode poturaju informacije koje su po društvo nebitne ili koje razarajuće deluju po odnose ljudi u društvu, ali koje imaju veliki značaj za neku ideologiju, politiku ili posebne interese. Takve informacije se doziraju, vešto se plasiraju, a u suštini treba da se prikažu kao korisne za sve iako one koriste samo nekima. To je svojevrsna dezorijentacija javnosti, odnosno stavljanje građana u neravnopravan položaj.

Propagandisti, mandaringi, manipulatori i sluge u novinarstvu idu protiv slobode. Kada se oni zalažu za slobodu, sloboda završava u „podvali, laži i neslobodi“.<sup>24</sup> Oni skrivaju prave informacije poturajući poluinformacije ideološki i politički obojene. Na taj način dodvoravaju se vlastima ili su primorani da saopštavaju ono što vlast od njih traži. I jedno i drugo izneverava poziv, a posledice takvog delovanja su ne samo neprofesionalne nego i dezorijentišuće. U autoritarnim okolnostima stvara se stanje cenzure i autocenzure. Cenzuru nameću moćnici, a autocenzura je jedna vrsta refleksije koja dolazi iz profesije, odnosno od onih poslenika u profesiji koji se osećaju ugroženim, ustrašenim ili su zbog nekih svojih propusta, ili eventualno nečasnih postupaka, ucenjeni i tako ucenjeni spremni na razne vrste zloupotreba kada su u pitanju informacije.

Manipulatori vešto manipulišu i kadrovskom politikom u okviru medija. Jedan od takvih primera jeste zapošljavanje ljudi bez kvalifikacija za novinarski poziv. Na primer, zapošljavaju srednjoškolce, nesvršene studente ili ljude čije je struka daleko od novinarskog poziva, samim tim i od znanja i veština potrebnih da bi ovaj poziv bio kvalifikovano i valjano obavljan. Takvi

---

<sup>24</sup> Čedomir Čupić, *Medijska etika i medijski linč*, Čigoja štampa, Beograd, 2010, str. 57.

su uvek primorani, pod pretnjom da će izgubiti mesto i biti pomereni na neko niže koje i ne pripada novinarstvu nego više organizaciji ili tehničkim službama, da izvršavaju i ono što nisu ni videli niti za to imaju dovoljno podataka ili uverenja da treba objaviti.

Još jedna manipulacija, kada su u pitanju mediji, jeste da su novinari slabo plaćeni i uvek na ivici izdržljivosti kada je u pitanju gola egzistencija. Pretnja da mogu da izgube posao za njih postaje fatalna i iznuđujuća kada su u pitanju manipulatori i moćnici, kako u okviru medija tako i spolja od političara ili novoformiranih bogataša. Egzistencijalna pretnja unosi veliki strah i pometnju u profesiju, posebno u okolnostima kada je ogromna nezaposlenost i kada je lako zameniti zaposlene onima koji traže posao. Sve ovo utiče da se dovedu u pitanje kriterijumi i standardi kada je reč o pravu na istinitu informaciju. Takođe, ovo pokazuje koliko su slobode i prava u javnom prostoru ugrožene.

### **9. Informacije i moć novca**

Posebna moć koja ugrožava slobodu informisanja, odnosno utiče na urušavanje novinarskih standarda, dolazi iz ekonomije – *moć novca*. Dve opasnosti dolaze od ove moći: jedna vezana za mogućnost da oni koji poseduju novčanu moć osnivaju medije i postaju vlasnici medija, a druga da pomoću novca monopolišu medijsku scenu. Te dve opasnosti koriste manipulatori da vlasnicima, plasiranjem informacija koje odgovaraju njihovim interesima, pribave što veću korist. Moć novca može da utiče na vlast, ali i da učestvuje u osvajanju vlasti. Ono što je možda najveća opasnost kada su u pitanju mediji i mogućnosti korišćenja medija jeste da uz pomoć moći novca vlasništvo nad medijima preuzmu kriminalci, kriminalne grupe i mafija. Pored preuzimanja medija oni mogu i da snažno utiču na medijsku scenu preko koje zamagljuje svoje opake aktivnosti. Kada se oni dokopaju medija javnost se sluđuje njihovim opasnim informacijama, ali i šalje žestoka pretnja svim koji pokušaju da na javnoj sceni razotkriju i razobličie njihove aktivnosti. Opasne su i tajne službe koje poseduju razne informacije, preko svojih saradnika, o pojedincima i grupama i koje selekcijom podataka, posebno neistinitih, prete i ne samo prete, nego ih i javno straše. Postoji i simbioza uticaja tajnih službi i krimogenih grupa. To se pokazuje posebno u kriznim stanjima društva, preko vlasništva nad medijima ili njihovim uticajem na medije koji su ucenjeni ili koje ucenjuju.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Op.cit., str. 56.

## 10. Informacije kao senzacije i satanizacije

Moralnu konfuziju, odnosno moralnu paniku, kada je u pitanju plasiranje informacija, posebno proizvode senzacije. Senzacije su iznenadne i neočekivane informacije u obliku vesti koje snažno utiču na čovekova čula, odnosno emocije, kao i njegovu percepciju. To su šokantni i uzbudljivi događaji koji se vešto plasiraju da bi iznenadili javnost i doveli je u jednu vrstu šokantnog doživljaja. Senzacije su potpuno nebitne informacije koje se predstavljaju kao bitne. Njihov je cilj da skrenu pažnju sa problema koji su zajednički, a istovremeno i bitni za jedno društvo i državu. Udarajući na emocije ljudi privremeno gube kontakt s problemima koji ih pritiskaju, posebno problemima egzistencijalne prirode. Senzacije, takođe, imaju zadatak da prodube krizu, ali i da utiču na donošenje ili odlaganje značajnih i važnih odluka za život u zajednici.

Senzacijama se najčešće izjednačavaju istina i laž, pravda i nepravda, dobro i zlo, ljubav i mržnja, lepo i ružno. Izjednačavajući ono što ne bi smelo da se izjednači, ljudi se vrednosno, ali i praktično dezorijentišu, odnosno gube kompas na osnovu kog bi trebalo da se ponašaju. Kada se sve vredno i bezvredno izjednači onda se razara, ali i uništava javnost i javni duh. Laži, klevete, medijske hajke i linčevi, preplave medijsku scenu i utiču da se kod ljudi dovodi u pitanje zdrav razum i inteligencija.<sup>26</sup> Senzacije u zajednički život

---

<sup>26</sup> „Medijskim senzacijama likvidira se kritičko mišljenje i traganje za istinom. Laži, poluistine i podvale saopštavaju se uz namešteni šarm i ljigavu dobru volju, kao i ispraznu slaktorečivost. Senzacijama se povlađuje najnižim ljudskim strastima pomoću kojih se ohrabruje vulgarnost i brutalnost u javnom prostoru. To je posebno izraženo u elektronskim medijima i žutoj štampi u kojima se forsiraju razni oblici *show-a*, posebno *reality show-a*, kao i lascivne i izmišljene priče o ljudima. Jeftini zabavljači postaju medijski junaci. U ime iskrenosti, poverenja i poštovanja, nenameštenosti i spontanosti, plasiraju se brutalnost, ogavnost i najlošiji primeri kiča i pornografije. Ubacuju se u programe ljudi čije su biografije prošarane sumnjivim aktivnostima i negativnim karakternim crtama. Ne mali broj učesnika dolazi iz miljea ‘polusveta’ i kriminala. Njihovi monolozi i razgovori pripadaju periferiji ljudskog života, lošem delu vašarišta, a najčeće njihova komunikacija pripada argo jeziku podzemlja. Neobuzdanost, nezajzljivost i prostakluk najvećim delom preplavili su našu medijsku scenu. Nesporno je da medijske senzacije, kada su u pitanju lični životi, poprimaju karakteristike ‘savremenog kanibalizma’. Nasrće se na ličnost, ne samo do ‘ogoljenja’, već do ‘kostiju’. Novinari i mediji pretvaraju se ‘pirane’ na suvom. Stvara se nepodnošljivo stanje verbalnog i pisanog terorizma, beznačajnosti i nevažnosti koje sve obesmišljava. Pomoću senzacija publika se pretvara u masu ili gomilu, gladnu tuđe razgolićene intime, posnuća, nesreće i najnižih strasti. Podstiče se uživanje u tuđoj nesreći i nevolji. Cedi se zlo iz ljudi. Udes, zavist, pakost, napad, psovka, zlo, jedine su prave vesti. Na taj način medijski senzacionalizam postao je vladavina beznačajnosti, banalnosti, vulgarnosti i brutalnosti u jav-

unose osećaj nesigurnosti i nemoći, ali i nemir i nered i često šire stanja straha i strepnje. Senzacije šire demagozi, a mediji se stavljaju u njihovu službu. Demagozi, koji imaju i moć i vlast, dovode medijske poslenike u stanje potpunog poslušništva, ali i nekritičkog prihvatanja uloga koje im nameću. Manipulatori i demagozi smatraju da je javnost nezrela i da je treba održavati u tom stanju, a upravo senzacije su jedan od načina na koji se to postiže. Preko senzacija građani se uznemiravaju i zastrašuju, što je jedna vrsta medijskog nasilja nad njima. Senzacijama se širi panika da bi se ugušila kritika i izmorila i umrtvila javnost.

Ko god se usprotivi bilo kojoj uzurpaciji moćnika na javnoj sceni biva satanizovan u medijima. Protiv kritičara i onih koji se suprotstavljaju najpre se vodi medijska hajka koja završava u medijskom linču. Iza medijskog linča često sledi i fizičko nasilje. Devedesetih godina 20. veka pojavile su se u Srbiji grupe batinaša koje su bez ikakvih formalnih ovlašćenja napadale sve koji su javno protestovali protiv vlasti. To je primer kako se najpre na kritičare i protivnike povede preko medija hajka, zatim linč, koji se polako iz medija preliva na ulice u obliku nasilja. Drugim rečima, satanizacija je verbalna likvidacija koja lako može da završi i u fizičkoj likvidaciji.

Cilj satanizacije nije samo da se neko pred javnošću osramoti već i da se trajno obeleži, najčešće kao izdajnik, nepatriota, strani plaćenik. Kada prihvate takvu ulogu mediji su u službi huškača koji podstiču najniža osećanja i strasti, kao što su zavist, pakost i mržnja, a istovremeno podstiču nasilje koje lako završava u zločinu i zlu.<sup>27</sup> Stavljajući se u ovu ulogu mediji obavljaju tiranske i diktatorske poslove jer su tirani i diktatori skloni da javno satanizuju svoje protivnike. Satanizacija produbljuje unutrašnje podele u društvu i podstiče netrpeljivost i isključivost, što često može da odvede u ekstremizam i fanatizam u političkom životu društva i države. Mediji se tada koriste da sumnjičenja, nepoverenja i nesporazume neprimerenom propagandom „još više produbljuju, stvarajući nepomirljivo podeljeno javno mnjenje“.<sup>28</sup>

---

nom životu“. (Čedomir Čupić, „Mediji umreženi u beznačajnost, banalnost, vulgarnost i brutalnost, čas. *Dosije korupcija*, br. 1/2016)

<sup>27</sup> To je primer štetnog uticaja medija na građane. Leonard Berkovic, istražujući uticaj nasilja koje se prikazuje putem medija, došao je do zaključka „da posmatranje nasilja pokreće ili 'podstiče' agresivno razmišljanje i emocije, i podstiče agresivne akcije“. (Gaj Kamberbač, „Efekti medija“ u: *Uvod u studije medija* (priredili Adam Brigs i Pol Kobli), Clio, Beograd, 2005, str. 401)

<sup>28</sup> Čedomir Čupić, *Medijska etika i medijski linč*, Čigoja štampa, Beograd, 2010, str. 63.

Satanizacijom i medijskim linčom urušavaju se i razaraju vrednosti i vrednosni sistem „jer se u javnosti stiče utisak da su svi koji su u politici i na javnoj sceni isti. Naravno, to nije tačno, ali za one koji manipulišu i na tuđi račun kalkulišu to izjednačavanje relativizuje njihove uzurpacije, nelegalno stečene pozicije, bogatstvo, privilegije, monopole i kriminalne radnje. Otvara se afera za aferom, najčešće praćene medijskim linčom, a retko se okončavaju, obično nikad. Javnost ostaje prikraćena za saznanja šta je rezultat i koje su posledice afere. Medijski linč tu je najčešće u funkciji skretanja pažnje sa ozbiljnih tema i problema ili diskvalifikovanja ozbiljnih i odgovornih, odnosno moralnih pojedinaca koji se suprotstavljaju moćnim uzurpatorima, onima na vlasti i onima koji su monopolisali privredne i trgovinske tokove, prilagođavanjem, finansiranjem i otkupom od svih režima i svih aktera, čak i suprotstavljenih na političkoj sceni“.<sup>29</sup> Satanizacija nije informacija. Ona je zloupotreba informativnih glasila u kojima se poluistinama i lažima ide direktno *ad hominem* na određenog pojedinca, ponekad i na grupe koje pružaju otpor vlastodršcima. Satanizacija je najgrublja zloupotreba medija u svrhu obmane javnosti i formiranja javnog mnjenja koje će u nekom trenutku biti spremno na još gora nedela kao što je fizički linč.

## 11. Zaključak

U savremenim okolnostima, kada su medijske tehnologije izmakle i mašti i utopiji neposrednih prethodnih generacija, a i mnogih u sadašnjim generacijama, otvarajući mogućnosti koje ljude i iznenađuju i zaprepašćuju. Svet je ušao u eru svevidećeg oka koje pokazuje da je teško bilo šta od svega što se dešava ljudima na planeti izbeći, naći neko sklonište u kojem će i njegovo ja i njegova intima biti i nevidljiva i zaštićena. Dinamika je odnela pobedu nad statikom. Čovek je izgubio i mogućnost i samoće i usamljenosti, odnosno i samoća i usamljenost samo su njegovi privid.

Budno tehnološko oko, ako hoće, prodire i tamo gde čovek smatra da je našao smiraj u potpunoj izolaciji. Sve se snima i na zemlji i pod zemljom i iznad zemlje. Pitanje je samo da li su oni koji to rade, po nalogu ili iz sopstvenog računa za nekoga zainteresovani. Samo ako su nezainteresovani čovek može da se izmakne i ugnezdi u sopstvenom skloništu. Tehnološka razvijenost doprinela je da i svet informacija doživi takav razvoj u kojem i same informacije jedne od drugih bivaju prigušene, zadavljene ili skrajnute. Zato je teško se snaći kada su

---

<sup>29</sup> Op.cit., str. 64.

u pitanju informacije, odnosno njihova uloga, upotreba i moć. One se lako u tom informativnom izobilju mogu i upotrebiti i zloupotrebiti.

Jedina odbrana od toga zapanjujućeg čuda koje su izazvale tehnologije jesu vrednosti, odnosno vrednosni sistem na osnovu kojeg se izgrađuju profesionalni standardi. Samo uz pomoć vrednosti moguće je raskršiti savremenu informativnu džunglu i pronaći puteve koji će ljude ispravno i tačno orijentisati i pomoći im da razluče koje su im od ponuđenih informacija potrebne i upotrebljive. One im omogućavaju da na bolji i kvalitetniji način donose sopstvene odluke, ali i odluke u kojima učestvuju, a bitne su za njihove profesije i društveni život. To je razlog da je neophodno otvoriti, promišljati i tražiti izlaz preko etičkih dilema i moralnih delovanja i ponašanja. One ih podučavaju da najmanje greše i da život sačuvaju od tog strašnog informativnog cunamija koji može da ih potopi i učini im život i nekvalitetnim i bezvrednim. Ni beg pred savremenim informativnim cunamijem ljudima ne pomaže. Ono što im pomaže jeste da izgrade kriterijume za selekciju i da naprave čvrsta uporišta utemeljena na vrednostima. Samo sa njima nikakav informativni cunami ne može da ih dovede u pitanje. Vredne informacije će se na tim čvrstim vrednosnim stubovima zaustavljati, uzimati i usvajati, a sve bezvredno proći će kao neki mutljag koji odlazi u nepovratnost. Drugim rečima, treba izgraditi mreže, poput onih ribarskih, u koje će se mnogo toga upecati, ali kada se mreža izdiigne i kroz njeno sito proseje, sve što je valjano i značajno biće vidljivo i lako će se izvući, a sve ostalo biće vraćeno nazad u mutljag da ode i nestane.

Informacije u trouglu golog pragmatizma, ideologija i vlasništva jedino mogu da izbegnu zagađenje, ali i bilo koja iskrivljavanja, ako se profesionalno obrade i ako u njihovom odabiru bitno mesto ima moralna kultura medijskih poslenika i medijskih kuća. To nije lak posao i zato su potrebni oni posvećenici medijskog poziva na koje ništa ne može da utiče sem logike njihove profesije.

Mera održavanja logike profesije jesu univerzalne vrednosti kao što su istina, pravda, dobro, sloboda, ljudsko dostojanstvo, solidarnost i ravnopravnost. Ako je njihovo i fizičko i duhovno oko uprto u te svete ideje i vrednosti onda je velika šansa da na površinu isplivaju informacije značajne i vredne i za pojedince i za celokupno društvo. Na ovome podjednako treba da rade i društvene elite i udruženja građana, jer za ovo je potrebna i svest i znanje i karakter. Samo u njihovoj sprezi moguće je ozakoniti sve ono što je potrebno i najbolje kada su u pitanju informacije i informisanost građana. Drugim rečima, elite su, posebno elite znanja, duhovne elite i političke elite, najodgovornije za trasiranje tog puta u kojem će informacije biti na pravi način prenete tako



da nikada ne budu zloupotrebljene nego da pružaju svima uslugu u njihovom životnom orijentisanju.

Informacije su u trećem milenijumu pitanje života i smrti, jer one bitno utiču na sve čovekove poslove od kojih zavisi njegova i egzistencija i esencija. Dobiti pogrešnu informaciju ravno je i simboličkoj i fizičkoj smrti. Lažne informacije mogu ljudima da počine ogromnu štetu; mogu da im doslovno unište poslove i njihovu fizičku egzistenciju. Zbog toga se ne sme igrati sa informacijama. Dekart je upozoravao da je iznenađenje izvor straha, čak i onog straha od kojeg se može umreti. Tako je i sa informacijama: ako ljude iznenađite i još ih u iznenađenju prevarite, možete im život ugroziti ili ugasiti. To je razlog zbog kojeg je potrebno napraviti veliki napor da se informativni sistem uredi tako da ljudima donosi i omogućava i red i sigurnost i stabilnost. Kao što su za Kanta zvezde bile jedna od potpora i orijentira kultivisanja moralnog života ljudi, tako su danas informacije zvezde prema kojima ljudi treba da se kreću i upravljaju. Drugim rečima, ono što nas održava jeste moralni zakon u nama kao filter koji prosejava zvezdano informativno nebo iznad nas.

### **Literatura**

- Bal, Fransis, *Moć medija*, Clio, Beograd, 1997.
- Bauer, Thomas A., *Mediji za otvoreno društvo*, ICEJ, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
- Bodrijar, Žan, *Amerika*, Buddy Books, Kontekst, Beograd, 1993.
- Bodrijar, Žan, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991.
- Božović, Ratko, „Paradoksi medijske slobode“, čas. *Medijska kultura*, #8/2015.
- Breton, Filip, *Izmanipulisana reč*, Clio, Beograd, 2000.
- Burdije, Pjer, *Narcisovo ogledalo*, Clio, Beograd, 2000.
- Čupić, Čedomir, „Mediji umreženi u beznačajnost, banalnost, vulgarost i brutalnost“, čas. *Dosije korupcija*, br. 1/2016.
- Čupić, Čedomir, *Medijska etika i medijski linč*, Čigoja štampa, Beograd, 2010.
- Čupić, Čedomir, *Politika i poziv*, Udruženje za političke nauke Jugoslavije, Čigoja štampa, Beograd, 2002.
- Debor, Gi, *Društvo spektakla*, Porodična biblioteka #5, Beograd, 2003.
- Dej, Luis Alvin, *Etika u medijima*, Klub plus, Čigoja štampa, Beograd, 2008.

Kelner, Daglas, *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.

Kamberbač, Gaj, „Efekti medija“ u: *Uvod u studije medija* (priredili Adam Brigs i Pol Kobli), Clio, Beograd, 2005.

Korni, Daniel, *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999.

Kovač, Bil, Rozenstil, Tom, *Elementi novinarsrtoa*, CID, Institut za medije Crne Gore, Podgorica, 2006.

Lorimer, Rolend, *Masovne komunikacije*, Clio, Beograd, 1998.

Rus-Mol, Štefan, Zagorac Keršer, Ana Jugoslava, *Novinarstvo*, Clio, Beograd, 2005.

Šušnjić, Đuro, *Dijalog i tolerancija*, Čigoja štampa, Beograd, 2007.

Šušnjić, Đuro, „Istine imaju heroje, interesi - robove“, u: Čedomir Čupić, *Medijska etika i medijski linč*, Čigoja štampa, Beograd, 2010.

Šušnjić, Đuro, *Otpori kritičkom mišljenju*, Čigoja štampa, Beograd, 1995.

Šušnjić, Đuro, *Ribari ljudskih duša*, Čigoja štampa, Beograd, 1995.

Žaket, Dejl, *Novinarska etika*, Službeni glasnik, Beograd, 2007.