



Stevanovic, A. (2008), „Code of Ethics for Journalists
and Media Ethics Necessity”,
Media dialogues / Medijski dijalozi, Vol. 1, No. 3, pp. 89-100.

ANA STEVANOVIĆ,
doktorant men. umetnosti i medija
Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti,
Srbija

CODE OF ETHICS FOR JOURNALISTS AND MEDIA ETHICS NECESSITY

Abstract: *The paper problematizes the issue of media and journalistic ethics and seeks to show that the true application of the Code of journalists of Serbia in everyday media practice is one of the main prerequisites of a democratic society. The aim is to formulate normative ethical principles of right and honest journalism. In order to fulfill its public opinion function, and that those who shape public opinion contributed to the reduction of anomalies in the society, the most important is the existence of a certain moral framework. Journalists and media professionals are those that create or destroy moral attitudes in our society and quality journalism comes down primarily to the individual ethics of responsibility. The greatest threat to journalistic truth usually occurs during periods of social and political crisis, which undoubtedly testifies empiricism media in Serbia from 1990-ies of XX century. Code of Ethics of Journalists has a fundamental sense only if it results from the broader social context that is characterized by acceptance of a certain system of universal values. In Serbia, serious regulation of ethics of the media not only has not begun, but it could be said to be some kind of record deficits in terms of both strategic and descriptive, empiric, technological aspects of regulation and standards of ethical issues.*

Key words: media ethics, code of ethics of journalists, media manipulation, democratic nature of society, media freedom.

ETIČKI KODEKSI NOVINARA I NEOPHODNOST ZA ETIKOM MEDIJA

Apstrakt: Rad problematizuje pitanje medijske i novinarske etike i teži da pokaže kako je istinska primena Kodeksa novinara Srbije u svakodnevnoj medijskoj praksi preduslov i jedna od osnovnih pretpostavki demokratskog društva. Cilj normative etike je formulisanje načela ispravnog i poštenog novinarskog rada. Da bi javno mnjenje ispunilo svoju funkciju, odnosno da bi oni koji oblikuju javno mnjenje doprineli smanjenju anomalija u društvu, najvažnije je postojanje izvesnog moralnog okvira. Novinari i medijski poslenici su oni koji stvaraju ili razaraju moralne stavove u našem društvu te se kvalitetno novinarstvo svodi prvenstveno na individualnu etiku odgovornosti. Najveća pretnja novinarskoj istinitosti obično se javlja tokom perioda društvenih i političkih kriza, o čemu nesumljivo svedoči medijski empirizam u Srbiji počev od 1990-ih godina XX veka. Etički kodeks novinara ima suštinskog smisla samo ako je proizašlo iz šireg društvenog konteksta koji karakteriše prihvatanje određenog sistema univerzalnih vrednosti. U Srbiji, ozbiljna regulacija oblasti etike medija ne samo da nije počela, već bi se moglo reći da se beleži neka vrsta deficita u pogledu kako strateškog tako i deskriptivnog, empirijskog, tehnološkog aspekata uređenja etičkih pitanja i standarda.

Ključne reči: Medijska etika, etički kodeks novinara, medijska manipulacija, demokratičnost društva, sloboda medija.

*Kada bi se svi slagali oko etičkih principa
život bi možda bio uredeniji,
ali bi svakako bio i dosadniji.*

Alvin Dej, Luis

1. UVOD

Mnogi domeni ljudske aktivnosti prožeti su etičkim pitanjima. To je slučaj, između ostalog, i sa informisanjem i novinarstvom, čiji je značaj u savremenom društvu toliko jasan da ga više uopšte nije potrebno dokazivati. Etička pitanja i pitanja moralnih načela u svim oblastima života privlače izrazitu pažnju izazivajući često suprotstavljene stavove. Razloge tome možemo tražiti u višeslojnosti ovih

fenomena, njihovoj uslovljenosti socio-političkim, kulturnim, profesionalnim, poslovnim i konačno najsitnijim ličnim aspektima.

„Masovni mediji su među najuticajnijim preduzećima u demokratskom društvu, na raskršću između građana i njihovih političkih, ekonomskih i društvenih institucija. Osim toga, medijski radnici su ključni za prenošenje kulturnih vrednosti. Oni određuju uslove za to koje vrednosti će biti važne i oni nude simbolične putokaze za standarde postupanja, uključujući tu i etičko ponašanje“ (Arvin, 2008, s. 44). Mediji su primarni izvor informacija u demokratiji. Tačne i pouzdane informacije osnovni su sastojak demokratskog procesa. Možda su najočigledniji igrači u ovom protoku informacija novinari, koji dobijaju svakodnevni pristup podacima i pokušavaju da pruže tačne informacije građanima, kako bi ovi mogli da donesu inteligentne političke odluke zasnovane na obaveštenosti. U kapitalističkom društvu informativni mediji takođe moraju da poštuju i zahteve tržišta, dakle da zadovolje apetit javnosti za senzacionalnijim i spektakularnijim aspektima života što se ogleda u neutojivom apetitu tabloidnog novinarstva za nasilnim i seksualno eksplicitnim sadržajem i neprestanom fascinacijom privatnim životom istaknutih ljudi. Takozvani „mainstream“ mediji takođe su taoci tržišta i sve više vremena provode praveći informativne sadržaje koji nemaju mnogo veze sa demokratskim procesom.

„Pitanja etike informisanja povezana su, naravno, pre svega sa glavnim akterima u informisanju, novinarima i onima koji se nalaze na čelu medija, ali i sa korisnicima kojima se informacije upućuju“ (Korni, 1999, s. 7). Razmatrati pitanje etike informisanja znači zadržati se samo na aspektima povezanim sa tom funkcijom koja se daje novinarim i ti aspekti su dovoljno složeni. Novinari nisu jedini medijski radnici koji obavljaju suštinsku funkciju davanja informacija u kapitalističkom društvu. Ekonomske poruke oglašivača i rad menadžera za odnose s javnošću na izgradnji imidža kompanija takođe pružaju relevantne i korisne informacije potrošačima i drugim grupama.

„Medijski empirizam svakodnevno nam donosi obilje podataka čijom se analizom može ustanoviti kršenje određenih etičkih standarda, njihovo izokretanje, zloupotreba i tome slično, što je ipak samo jedna, najčešće upadljivo vidljiva strana ovog složenog problema istraživanja“ (Vuksanović, 2010, s. 103). Mediji i kultura u celini su pod stalnim preispitivanjem, posebno u nedovoljno definisanim i nestabilnim društvenim uslovima kakvi upravo karakterišu Srbiju u prvoj deceniji XXI veka.

2. NOVINARSKA ETIKA U PERIODIMA KRIZE I DRUŠTVENIH PREVIRANJA

Najveća pretnja novinarskoj istinitosti obično se javlja tokom perioda kriza. Izveštavanje o bilo kojoj nacionalnoj drami riskantan je posao s etičke tačke gledišta, ali je obim onoga što se dešavalo u našim okolnostima od početka 1990-ih godina, preko promene vlasti 2000. sve do posledice tranzicionih procesa suočio novinare sa teškim izazovom - kako pružiti tačne izveštaje o događajima u kontekstu promovisanja

razumevanja i istine kao najveće vrednosti. Stoga najintenzivnije primere manipulacije, raznovrsnost manipulativnih tehnika korišćenih i u štampanim i u elektronskim medijima i kršenja etičkih standarda na prostorima Srbije vezujemo za period uspostavljanja višepartijskog sistema 1989, zatim za raspad SFRJ i tokom građanskog rata. To je bio period u kome su i medijska i radijska praksa obilovale primerima kršenja opšte ljudskih i profesionalnih etičkih principa u proizvodnji i distribuciji programa koji su bili u priličnom sukobu sa istinom i realnošću. Gotovo celu deceniju, sve do 2000, većina radio stanica karakterisala se po brojnim primerima neobjektivnog i neistinitog izveštavanja u kome je jezik mržnje bio dominantan.

Nakon 5. oktobra 2000. javni govor se nije mnogo izmenio pošto su pokušaje dekontaminacije javne sfere nakon oslobađanja medija pratili su i retrogradni procesi. Nastavila se politika poturanja neistina, širenja glasina, masovnog „pranja biografija“ novinara iz propagandne mašinerije porazenih političkih snaga, ali i političara. Bivši prorežimski mediji, umesto promene uređivačke politike na čvrstim temeljima profesionalne etike, strmoglavu su promenili stranu kojoj bi da služe. Javna reč i komunikacija, dakle, nisu upotrebljeni da potpomognu dubinski proces oslobađanja od nacionalističkih i propagandnih zabluda, što bi istovremeno bio i proces demokratske edukacije građana i političkih aktera.

U ovdašnjim okolnostima imali smo primere da svojevrsnog „medijskog haosa“ jer su se bez ikakvog plana, reda i dozvola osnivale radio i televizijske stanice koje su nelegalno emitovale program čime je uništen svaki profesionalizam, počev od uredničkog, preko novinarskog i producentskog. „U vreme preobilne ponude medijskih sadržaja građani su se izgubili u „informativnoj mećavi“. Paradoksalno je, ali tačno, da su mogućnosti manipulacije i zavođenja takođe porasle paralelno sa povećanjem broja medija i jačanjem njihove međusobne konkurencije. Poučena nekolicinom loših primera, javnost reaguje smanjivanjem opšteg poverenja u medije“ (Radojković, 2004, s. 59).

3. ETIKA MEDIJA KAO POKAZATELJ DEMOKRATIČNOSTI DRUŠTVA

Termini poput *profesionalne medijske etike* mogu se podvesti pod nauku o moralu, filozofsku disciplinu koja se bavi oblicima ljudskog vladanja i kriterijima za njihovu ocenu. Teorija medija definiše medijsku etiku kao skup načela i pravila prema kojima se postupci medijskih institucija, grupa ili pojedinaca u njima ocenjuju kao dobri, zli ili moralno indiferentni. Prilikom konstituisanja pojedinih zanimanja u profesije razvila su se posebna pravila - etički profesionalni kodeksi, od lekarskog, advokatskog do novinarskog (Dragičević-Šešić, 2010, s. 14). *Medijska etika* zasniva se na jukstapozicioniranju principa autonomnosti medija, mogućnosti nezavisnog delovanja medijskih profesionalaca i društvene odgovornosti profesija i medijskih institucija. Delovanje i donošenje odluka medijskih profesionalaca treba da je motivisano isključivo u skladu sa svojom savešću i zahtevima profesije o istinitosti, pravednosti, objektivnosti u prezentiranju situacije, programiranju sadržaja itd. (Ibid. s. 15). Prema Alvi-

nu Luisu Deju (2008, s. 20) „*proučavanje etike u masovnim komunikacijama predstavlja nastavak sokratske tradicije, zato što aktivnosti novinara, oglašivača i ljudi zaduženih za odnose s javnošću, podležu kritičkom istraživanju kao nikada ranije*“. Cilj, međutim, nije da se donose etičke odluke s kojima će se svi složiti ili odluke koje će biti u skladu s društvenim očekivanjima. Najizazovnije etičke dileme podrazumevaju ravnotežu suprotstavljenih interesa u situacijama gde nema „ispravnog“ odgovora. S druge strane, kako navodi Dragičević (2010, s. 17), *medijska manipulacija* predstavlja stalno i sistematsko zloupotrebljavanje medija, najčešće sasvim svesno kršenje etičkih normi. U potpunosti je dovela u pitanje etiku profesije u periodu koji je karakterisao napuštanje jednog etičkog obrasca (socijalistička, samoupravna etika koja je podrazumevala angažovanost novinarstva, ali na precizno određenim društvenim vrednostima: jednakosti, bratstva i jedinstva, vlasti radničke klase...), a da novi etički principi nisu uspostavljeni niti su prihvaćeni obrasci zapadnih demokratija (ljudska prava, kulturni pluralizam, interkulturalnost...).

Mediji i medijski sistem kao deo kulturnog i informativnog sistema predstavljaju jedan od važnih pokazatelja stepena ostvarene slobode i demokratičnosti jednog društva. Ograničavanje slobode u bilo kom domenu (vlasničke strukture, regulative, upravljanja, programskog funkcionisanja ili emitovanja) predstavlja sužavanje i redukovanje prostora slobode medija kao važnog faktora građanskog društva. Direktna posledica sužavanja slobode medija je narušavanje slobode celine građanskog društva i potencijalno je direktan put za uspostavljanje autoritarizma i ukidanje demokratije. I obratno, širenje te slobode predstavlja automatski važan element razvoja građanskog društva sa neposrednim posledicama očuvanja i razvijanja demokratskog političkog poretka. Uticaj masovnih medija na formiranje javnog mnjenja čini od njih upravo onaj segment građanskog društva koji ulazi u sve ostale segmente i u interakciji sa njima podstiče, usmerava ili ograničava težnje ka ostvarivanju većeg stepena autonomije insitucija građanskog društva, individualnih građanskih sloboda itd. Razumljivo je da je osnovno insistiranje novinara na tome da njihova delatnost bude slobodna, lišena pretnji, ucena i cenzure. To je prirodno, pogotovo ako se uzme u obzir teško nasleđe koje ova profesija nosi još iz vremena jednopartijske politike, kao i iz skorašnjeg iskustva režima koji je bio aktuelan tokom cele poslednje decenije XX veka.

U svakom društvu koje pretenduje da bude uređeno, sva pitanja bitna za funkcionisanje medija uključujući i etička, trebalo bi da budu regulisana zakonskim i podzakonskim aktima kao i drugim normativima kao što su pravilnici, statusi, kodeksi... Ne smemo zaboraviti na činjenicu da celokupan korpus normativa jedne zemlje najdirektnije utiče na sve, time i na etičke okvire u kojima funkcionišu građani i mediji. Drugu grupu normativa koji su subordinirani nabrojanim zakonskim aktima i njihovim rešenjima, i koji, manje ili više, iscrpno regulišu etičke principe delovanja medija, radio stanica i zaposlenih u njima su: normativi koje donose same radio stanice, kao emiteri i kojima regulišu unutrašnje principe funkcionisanja i normativi koji regulišu pitanja strateške etike. U ovu grupu spadaju etički kodeksi koje utvrđuju le-

gitimna udruženja, u želji da profesionalne standarde i modele poslovanja i funkcionisanja medija, radio stanica, podignu na viši nivo. „*Uticao tehnika manipulacije u našem društvu, koje sebe doživljava kao „društvo komunikacije“, demokratsko, transparentno i racionalno, ne samo što ne opada, već se stalno pojačava. Ove tehnike, ne nailazeći gotovo ni na kakav otpor, osvajaju ne samo svet politike, reklame, odnosa sa javnošću, već i emocije i druge međuljudske odnose*“ (Breton, 2000, s. 9). One se zasnivaju kako na sredstvima kognitivne manipulacije, kojom se javno mnjenje zatvara u krug neosnovanog i pogrešnog rasuđivanja, tako i na afektivnoj manipulaciji, koja uključuje erotizam, hipnozu ili ponavljanje da bi se usvojile inače neprihvatljive poruke.

4. NEOPHODNOST ZA ETIKOM MEDIJA I PITANJE MEDIJSKE MANIPULACIJE

Mediji su sveprisutni u našim životima i u najmanju ruku razumno je zaključiti da oni utiču na naše ponašanje na način koji tek treba odrediti i kome treba posvetiti pažnju. Komentarišući uticaj medija na kriminalno ponašanje Alvin Luis Dej izveo je ovaj logički zaključak: „*Ako toliki komercijalni i politički interesi ulažu toliko novca u medijsko oglašavanje, apsurdno je verovati da mediji nemaju uticaj na naše ponašanje. U suprotnom, oglašivači su protraćili milijarde dolara*“ (2008, s. 230).

Prvi oblici političke manipulacije, a samim tim i narušavanja etičkih principa, najpre pojavili u štampi, novinama koje su kao i današnje obilovale političkim sadržajima, počev od onih koji su imali za cilj najopštije informisanje, do onih koji su pokušavali i uspevali da stavove javnog mnjenja modifikuju prema željama neke od političkih opcija. „*Manipulacijom se želi na silu prodrati u nečiji duh da bi se tamo usadilo neko mišljenje ili ponašanje, a da čovek nije svestan prisile. Sve je u tom činu, koji sam od sebe krije svoju manipulatorsku prirodu. U tome je njegova suštinska agresivnost*“ (Breton, 2000, s. 25). Zbog mogućnosti lake manipulacije: rečima, slikom, montažom, potreba da se uspostavi etički kodeks u procesima masovnog komuniciranja nametnula se poslednjih desetak godina. Opšte opadanje etičkih standarda posebno je pogodilo komercijalizovanu medijsku sferu u kojoj se usled borbe za povećanje gledanosti, veći komercijalni uspeh, prihvatao svaki postupak makar se on ticao uništavanja privatnih života, bio zasnovan na lažnim informacijama, prikriivanju istinitih, ali „neatraktivnih“ informacija... Medijski profesionalci izuzetno su uticajni u oblikovanju javnog mnjenja, ali njihovo delovanje može imati mnogo reperkusija na živote i sasvim konkretnih pojedinaca. Etika javne reči je izuzetno kompleksno područje i ne odnosi se samo na novinarstvo i uređivačke kolegije medija, već na sve učesnike u procesima masovnog komuniciranja, sve političare, intelektualce, umetnike... koji su u prilici da stalno ili povremeno oglase svoja razmišljanja kroz medije. Kako primjećuje Vasović (2004, s. 249), mogućnost da se utiče na ljudski um, te da se posredstvom toga usmerava ljudsko ponašanje u željenom pravcu, postavljalo se uvek iznova kao veoma značajan naučni, ali i moralni problem“.

Paralelno sa napretkom društva, komunikacija i svesti, napredovale su i tehnike manipulacije. Treba biti oprezan prema stavu da je čovek današnjice slobodan, jer mu tu slobodu navodno omogućavaju i garantuju njegova obaveštenost i život u komunikacijskom društvu. U tom društvu mediji su slobodni onoliko koliko im to vlasnik dozvoljava (u okviru postojećih propisa), sve je transparentno, ali to ipak nema za posledicu odumiranje manipulacija. Pogrešan je stav da je javnost u komunikacijskom društvu postala imuna na glasine i manipulacije. Svaka manipulacija teži da postane stvarnost bar u određenom vremenu. A vrhunska manipulacija u tome obično i uspeva.

Da bi javno mnjenje ispunilo svoju funkciju, odnosno da bi oni koji oblikuju javno mnjenje doprineli smanjenju anomalija u društvu, najvažnije je postojanje izvesnog moralnog okvira. Moralni okvir pre svega uključuje tradicionalni osećaj pravde i poštenja, odnosno postojanje izražene moralne osetljivosti da se tome teži. Moralni okvir ne samo da služi da se građani podstiču da postupaju prema moralnim uverenjima, već i kao osnova koja treba da omogući da se među suprotstavljenim interesima postigne pošten i pravičan kompromis. Taj okvir se lagano menja i nadograđuje, ali bez njega je nemoguće graditi društvo u kome građani imaju elementarno povrenje jedni u druge, bez obzira na kojim se socijalnim položajima nalazili.

Kršenje moralnih normi obično je stvar opšte zakonske regulative, za razliku od etičkih principa čije definisanje i usvajanje kroz različite kodekse obavezno povlači sankcionisanje njihovog nepoštovanja. Dakle, u smislu praktične primenljivosti i uređenja medijske prakse, funkcionalnijim se pokazuju etički kodeksi od univerzalnih moralnih čija ispravnost ne može biti stvar debate, ali koji zbog stepena svoje apstrakcije ne mogu biti univerzalno i automatski primenjivani. Stavovi o moralnosti, mogu se, dakle, posmatrati kao paketi vrednosti u kojima se kombinuju osećanja, misli i dela. Ali, odakle potiču naši stavovi i vrednosti? Koje sile oblikuju naš moralni razvoj? Odgovori na ta pitanja su važni zato što moralno ponašanje pojedinca čini temelj institucionalnih standarda postupanja. Napomenimo samo da se ne ponašaju se institucije neetički, već to čine ljudi.

5. NASTANAK PROFESIONALNIH KODEKSA NOVINARSKE ETIKE U SVETU I SRBIJI

Rasprave o etičnosti medija bivale su aktuelne najčešće u situacijama poremećenih društvenih odnosa izazvanih ratovima, sukobima, političkim previranjima, pri čemu su pristrasnost, propagandno delovanje, čak i neetičnost smatrani opravdanom potrebom očuvanja nacionalne ili koaliciono-savezničke sabornosti. Aktuelne okolnosti koje karakterišu drugačije političke prilike i nezaustavljiv tehnološki napredak u smislu distribucije informacija i medijskih sadržaja, pokazali su neophodnost za raspravom o etičkim pitanjima u oblasti medija.

U rešavanju etičkih pitanja učešće moraju imati podjednako građani, politički i ekonomski subjekti, medijska regulatorna tela, medijski radnici kao najodgovorniji za kršenje etičkih standarda i profesionalnih normi, ali i najizloženiji pritiscima i uticajima. Cilj normativne etike je formulisanje načela ispravnog i poštenog novinarskog rada. Mada kodeksi ne nude rešenja u osetljivim etičkim situacijama, oni reflektuju filozofiju koja se tiče moralnih vrednosti i kojima treba da se oda priznanje. Kodeksi se smatraju ozbiljnim pokušajem da se bar prepoznaju suštinske vrednosti i principi koje medijske organizacije zastupaju (Alvin, 2008, s. 508).

Prvi kodeksi nastali su početkom XX veka, već tokom prve decenije u SAD, a u Evropi deceniju kasnije. U isto to vreme ustanovljeni su i prvi Saveti za štampu, zaduženi za regulisanje profesionalne prakse. U Evropi su prve u tome bile skandinavske zemlje¹. „Deklaracija o pravima i dužnostima novinara“ ili, kako je poznatija, Minhenska deklaracija o pravima i obavezama novinara Evropske zajednice smatra se temeljnim dokumentom koji se bavi pitanjima etike u međunarodnim okvirima. Usvojili su je predstavnici novinarskih sindikata šest zemalja Evropske zajednice, 1971, a već naredne postala je svojina Međunarodne federacije novinara sa sedištem u Briselu.² Ključna formulacija Deklaracije nalazi se već u njenoj preambuli gde se određuje da „*prava i dužnosti novinara proističu iz prava javnosti da bude informisana o događajima i mišljenjima*“. Iz toga proističe da je „*odgovornost novinara prema javnosti preča od svake druge odgovornosti, posebno one prema poslodavcima i javnim vlastima*“ (Vojnović, 2004, s. 175). Ovo je temeljni princip novinarske samoregulacije i poluga na koju novinari mogu da se oslone kad se suoče sa državom, političkom elitom ili finansijskim moćnicima.

Istovremeno, ovaj princip unosi u odgovornost novinara i jednu nesumnjivu aktivističku crtu, pored one samoograničavajuće jer iz njega proističe i njihovo pravo, koje je u Minhenskoj deklaraciji definisano prvo po redu, „*na slobodan pristup svim izvorima informacija*“³ i, kako se odmah dodaje, „*da slobodno istražuju sva događanja od uticaja na javni život*“ (Ibid.). Ovo pravo preokreće se u odnosu na same novinare u dužnost razotkrivanja tajni koje to ne bi smele da budu i traganja za informacijama koje ostaju skrivene u aktuelnim događanjima, tj. u dužnost otkrivanja i istraživanja, čime se upotpunjuje čisto izveštačka funkcija novinarstva. U skladu s tim, prva tačka poglavlja o pravima Minhenske deklaracije završava se rečenicom: „*Stoga tajne koje se tiču javnih ili privatnih poslova (povezanih s*

¹ U Švedskoj je sud časti osnovan već 1916. godine, a etički kodeks usvojen je 1923. godine. U Finskoj je odluka o osnivanju sličnog organa doneta odmah posle usvajanja Zakona o slobodi štampe, 1919. godine. Kodeks je napravljen 1924. godine, ali Savet za štampu obrazovan je tek 1927. godine; taj organ pretvoren je 1968. godine u Savet za medije. U Norveškoj je savet ustanovljen 1928. godine, a novinari su sami sačinili i usvojili svoj kodeks 1936. godine; savet je reformisan 1972. godine.

² Nakon pada Berlinskog zida, učlanjivanjem novinarskih udruženja iz nekadašnjih zemalja istočnoevropskog bloka u ovu organizaciju, Minhenska deklaracija postala je još šire prihvaćena.

³ Minhenska deklaracija o pravima i obavezama novinara Evropske zajednice

javnim životom) mogu se pred novinarima skloniti samo u izuzetnim slučajevima i uz jasno naznačen motiv“ (Ibid.).

Smatra se da je u obavljanju svog posla novinar ograničen iznad svega kodeksom svoje profesije, njenim pravilima i načelima, odnosno sopstvenom savešću. Zbog toga se, pored ostalog, odgovornost prema državi tako retko pominje u savremenim evropskim kodeksima, a kad se i navodi neka formulacija tog tipa ne prelaze se okviri nužnih ograničenja slobode izražavanja definisanih u Univerzalnoj deklaraciji o pravima čoveka Ujedinjenih nacija i Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima. U kodeksu Međunarodne federacije novinara (Deklaracija o načelima ponašanja novinara, inovirana verzija iz 1986.), u završnoj, devetoj odredbi jasno se kaže: *„U okvirima zakona svake zemlje, novinar će poštovati jedino nadležnost svojih kolega u pitanjima koja se tiču profesije, do isključenja mešanja vlada ili drugih subjekata bilo koje vrste“ (Vojnović, Ibid., s. 176).*

Prema Nikiću (2004, s. 11) *„etički kodeks novinara i ostalih medijskih profesionalaca samo je drugo ime za ‘pravila igre’ koja utvrđuje i koja je spremna da poštuje sama novinarska profesija. Ta pravila imaju smisla jedino ako su proizašla iz šireg društvenog konteksta koji karakteriše prihvatanje određenog sistema univerzalnih vrednosti“.* Puni i pravi smisao etičnog novinarstva može doći do izražaja samo ako služi ostvarenju temeljnog ljudskog prava i slobode svakog čoveka da poseduje sve informacije od interesa za realizaciju svih ostalih svojih sloboda i prava, za širenje polja slobode i uživanje u istoj, i da se energično odupire svakoj nezakonitoj uzurpaciji takvih informacija. Dugim rečima, etično novinarstvo može biti samo potpuno slobodno novinarstvo. A, etičan novinar samo dobar profesionalac, potpuno svestan pravila profesije, i svestan posledica u slučajevima kada se ta pravila zloupotrebljavaju ili krše.

Pošto su prava i odgovornosti medija i novinara definisani u kodeksima profesionalne etike, veoma je bitno da ovi dokumenti budu kvalitetno urađeni i prihvaćeni konsenzusom. Njihov uticaj zavisi od logične pretpostavke da će dogovor u čijem su stvaranju učestvovali svi (novinari i vlasnici medija u prvom redu) biti dobrovoljno poštovan i lako primenljiv. Naravno, tačno je i obrnuto. Zbog nepostojanja teških sankcija kodeksi profesionalne etike mogu se lakše kršiti nego zakon, o čijim kaznenim merama se stara država. Međutim, dostignuće savremene civilizacije je udaljavanje države od mešanja u rad medija, pa se stoga zahteva da ona više ne bude ni njihov vlasnik niti kontrolor. Pitanje je da li su ovdašnje okolnosti i blizu ovom idealu.

Kako se smatra da je najbolje ako novinara kontrolišu, i štite, kolege iz profesije, njima se priznaje pravo da pokrenu svoje kolektivne akcije kao oblik solidarne zaštite, ali se očekuje i da uspostave etičke norme u svojoj profesiji. Profesionalne organizacije su, takođe, pozvane da brinu o dignitetu profesije i prilikom prijema novih članova i tokom njihovog rada. U tom smislu, kodeksi profesionalne etike u novinarstvu dobijaju sve veći značaj kao liberalniji način za određivanje granica slobode štampe i novinarskog rada.

Kao glavni akteri u procesu uspostavljanja etičkih standarda u delatnost medija u Srbiji, promovisala su se dva udruženja: Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) i Asocijacija nezavisnih elektronskih medija (ANEM) koja su definisala i usvojila svoje etičke kodekse⁴. Prema odluci i ovlašćenju Skupštine NUNS-a, Izvršni odbor NUNSa je u oktobru 2006. usvojio Kodeks novinara Srbije, a isti dokument je i UNS usvojio na svojoj Skupštini, krajem decembra 2006. tako da je Kodeks postao važeći dokument.

Radojković (2004, s. 62) navodi da „u većini kodeksa profesionalne etike novinarstva u uvodnom delu dominira prihvatanje odgovornosti medija i novinara prema javnosti, odnosno, publici. U tom smislu proklamuje se da informacije moraju biti istinite, jasne i nedvosmislene. Novinari prihvataju obavezu da poštuju i brane prava građana i izražavaju svest o tome da su glavni stvaraoci javnog mnjenja. U okviru ove norme, kodeksi zahtevaju da objavljene informacije budu pluralističke, izvori informacija provereni, da se jasno razdvoje vesti/činjenice i komentari/vrednosni sudovi, kako bi primaoci informacija bili načisto s tim da li im se saopštavaju fakti ili njihova interpretacija. Takođe, smatra se da je obavezno jasno razgraničavanje uređenog dela novina, odnosno, programa od oglasnog (zakupljenog) prostora i vremena”. Ukratko, početni paragrafi svakog kodeksa profesionalne etike imaju oblik svečane obaveze koja građanima treba da garantuje da će mediji biti otvoreni za njihov uticaj s jedne, i da će medijski proizvodi koji im se serviraju biti kvalitetni, s druge strane. Naravno, mnogi od ovih principa dovode se u pitanje ako su materijalni uslovi za rad medija i novinara loši, i ako oni pristanu da žrtvuju kvalitet informacija drugim, lukrativnim ciljevima. Zato se obično u uvodnim paragrafima kodeksa profesionalne etike naglašava i spremnost potpisnika tog dokumenta da se dobrovoljno povinuju svakoj odluci tela zaduženog za sprovođenje u njemu sadržanih vrednosti.

6. ZAKLJUČAK

„Etika je u savremenom društvu bačena u zapećak, merila vrednosti su odavno poremećena, tako da se danas i različite manipulacije podvode pod termin etika“ (Milivojević, 2004, s. 150). Pretpostavka demokratskog društva jesu - definisane i poštovane etičke norme, a pretpostavka profesionalnih medija - utemeljeni profesionalni standardi i etički kodovi koji se dosledno primenjuju. O medijskoj etici generalno možemo govoriti kao o potrebi za donošenjem normativa kojima bi se utvrdila odgovornost pojedinca prema samom sebi kao stvaraocu, auditorijumu, poslodavcu i poslodavca prema zaposlenom, profesiji i društvu. Razvoj radio-difuznog sistema naše zemlje i buduće evropske integracije biće u tesnoj vezi sa spremnošću da se uspostave i sprovedu etički i profesionalni standardi medija.

⁴ U tom smislu, Nezavisno udruženje novinara je svoj kodeks izradilo rukovodeći se standardima i kodeksom BBC-ja, dok je ANEM-ov primarno usmeren ka regulisanju etičkih pitanja u elektronskim medijima, a urađen je sa preporukama i uz saradnju Saveta Evrope i OSCE.

Nijedan etički sistem ne može da pruži kompletna i gotova rešenja svih složenih moralnih problema s kojima se suočavamo. Razuman i sistematski pristup tim pitanjima jeste sve što se može tražiti, istovremeno imajući na umu da su svakodnevna mudrost i čvrsti sudovi nezamenljivi sastojci moralnog života. Nepostojanje lepih rešenja možda može osnažiti gledišta onih koji su skeptični ili cinični u pogledu mogućnosti novinarske etike, ali takva gledišta se zasnivaju na lažnim premisama da je svet jedno uredno mesto istine i laži, dobrog i lošeg, bez grubih crta neodređenosti i rizika. Upravo suprotno je slučaj: donošenje moralnih sudova i rešavanje moralnih dilema zahtevaju ravnotežu često loše definisanih suprotstavljenih tvrdnji. *„Definisanje globalne etike medija odvija se tokom zajedničkog sticanja svesti i bez isključivanja činilaca informisanja, odgovornih lica iz medija, javnosti, država, radi određivanja onoga što bi, u informisanju, moglo odgovarati „načelu odgovornosti’: o opštoj i solidarnoj odgovornosti koja se ogleda u učešću svakog činioca u slobodi komuniciranja kao zajedničkom dobru društva“* (Korni, 1999, s. 142).

Novinarstvo koje nije etično teško da uopšte zavređuje da nosi to ime jer pravo profesionalno novinarstvo se od tih drugih i drugačijih delatnosti, izdvaja pre svega po etičkim, ali i upotrebnim vrednostima. U tom smislu možemo reći da slobodni mediji mogu da korespondiraju samo sa demokratijom. Demokratija, s druge strane, funkcioniše kada građani mogu slobodno da se informišu i formiraju svoje mišljenje. Ove osnovne pretpostavke demokratije i slobodnih medija ne mogu da se ostvare u društvima u kojima država i interesne grupe utiču na medije, a mišljenja smo da se upravo to događa u našim okolnostima. Napomenimo činjenicu da je Srbija gotovo već više od decenije u procesu transformacije, prestrukturiranja i u pokušaju da se približi standardima koje pred nas postavljaju zemlje Evropske unije, među primarnim postavljena su pitanja funkcionisanja medija i posebno etičkih normi, u skladu s kojima bi trebalo da ostvaruju svoju delatnost. U ovim okolnostima primetan je zamah senzacionalizama, koncentracija, ukrštanje i nepoznato vlasništvo nad medijima, iza zovi novih tehnologija, gubitak poverenja javnosti u medije...

„Mediji moraju da dele moralnu odgovornost za srozavanje demokratskih vrednosti u onoj meri u kojoj je javnost odustala od ozbiljnog sadržaja u zamenu za banalnost. Ali kada mediji nisu odani demokratskom mandatu da opslužuju politički i ekonomski sistem koji im je omogućio da postoje, oni postaju kulturno disfunkcionalni i sistemu uskraćuju vitalnost“ (Alvin Dej, 2008, s. 105). Etički standardi medijskih stručnjaka nisu odvojeni od ostatka društva. Oni koji rade u medijima moraju da razreše svoje etičke nedoumice kroz isti proces moralnog rezonovanja kao i svi ostali. Zbog činjenice da zauzimaju tako ključnu i istaknutu poziciju u komunikacijskim kanalima društva, novinari, stručnjaci za odnose s javnošću i producenti masovne zabave moraju da budu na čelu onih koji stvaraju moralne stavove u ovom raznolikom društvu.

Prema tome, zaključimo da se kvalitetno novinarstvo prvenstveno svodi na individualnu etiku odgovornosti. Neko ko poštuje sebe neće dozvoliti sebi da saopštava laži ili besmislice, da promovise beščašće i glupost. Sloboda znači uvek izbor

koji nije uvek lak. No, nepohodno je prevazići nivo proste profesionalne etike, koja apeluje na individualni moral novinara, iako taj nivo ostaje suštinski, ali na njemu se, izgleda, zadržalo i blokiralo raspravljanje društva o etici informisanja. To prevazi- laženje mora biti usmereno ka medijskim kućama kao organizacijama, kao i ka druš- tvu, dovodeći onda do preispitivanja u vezi sa očekivanjima javnosti u pogledu novi- narske etike i sa sopstvenim etičkim odgovornostima.

REFERENCES (Literatura)

- Alvin, D., L. (2008), *Etika u medijima*, Klub Plus, Beograd.
- Breton, F. (2000), *Izmanipulisana reč*, Clio, Beograd.
- Brigs, A., Kobli, P. (2005), *Uvod u studije medija*, Clio, Beograd.
- Clifford, G. C., Mark F., Kim B., R., McKee, K. B. (2001), *Media Ethics: Cases & Moral Reasoning*, Addison Wesley Longman, New York.
- Grupa autora (2004), *Etika javne reči u medijima i politici*, Centar za liberarno-demok- ratske studije, Beograd.
- Korni, D. (1999), *Etika informisanja*, Clio, Beograd.
- Kosjerina, Z. (2009), *Encensbergerova teorija i medijske manipulacije i novi mediji*, Master rad, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd.
- Kultura*, br. 127 Lorimer, R. (1998), *Masovne komunikacije*, Clio, Beograd.
- Mek Kvin, D. (2000), *Televizija - medijski priručnik*, Clio, Beograd.
- Nikšić, S., Davičo, A. (2004), *Etika novinarstva*, Centar za profesionalizaciju medija, Beograd.
- Vuksanović, D. (2007), *Filozofija medija - ontologija, estetika, kritika*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju FDU – Čigoja štampa, Beograd.
- Vuksanović, D. (2008), *Knjiga za medije – mediji za knjigu*, Clio, Beograd.
- Zbornik radova fakulteta dramskih umetnosti br. 8-9

Evropska konvencija o ljudskim pravima i osnovnim slobodama
Kodeks novinara Srbije – uputstva i smernice, Fondacija Konrad Adenauer
Osnivački akt Saveta za štampu Srbije
Statut Saveta za štampu
Minhenska deklaracija o pravima i obavezama novinara Evropske zajednice
<http://nuns.rs/dosije/31/03.jsp>