

dr Dijana Gupta, docent¹

Fakultet humanističkih nauka, Univerzitet Džemal Bijedić (Mostar), BiH

Kriza morala u novinarstvu²

Apstrakt: Kriza profesije novinarstva pojavljuje se iz više razloga, prvenstveno kao posljedica pada oglašavanja, nedovoljnog iskorištavanja prednosti marketinga kao i prerizičnih finansijskih ulaganja. Kao posljedica dolazi do otpuštanja novinara kao i stvaranja neizvjesnosti na novinarskom tržištu medija. Korupcija se uvlači u medije i novinare, zato moćni političari koriste krizu za ucjenjivanje vlasnika medija. Stoga dio medija ne služi javnosti već interesima politike i oglašivačke industrije. Zbog tendencije profesionalnog kolapsa novinarstva, novine se pretvaraju u tabloide praćenja privatnih života slavnih. I umjesto da dolazi do širenja moralnih vrijednosti kroz prenošenje vijesti, vrijednosti koje šire mediji ruše i same medije. "Moralno neobrazovani urednici" veličaju zatečeno stanje korupcije i krađe, ne tražeći reviziju stanja, kao ni povećanje plaća novinara. Stoga, novinari stigmatizirani kao glasnogovornici ukradenog kapitala, narušene demokratije i lažljivog oglašavanja postaju marginalizirani i funkcioniraju kao dio oglašivačkog tržišta, a ne kao dio slobode javnosti.

Ključne riječi: *mediji, novinar, etika, moral, profesija*

¹ dijana.gupta@tel.net.ba

² Rad je prezentovan na Drugoj međunarodnoj naučno-stručnoj konferenciji Mediji i PR - Novinarstvo kriza profesije, koja je održana u Bijelom Polju u junu 2014. godine.

PhD Dijana Gupta, docent

Faculty of Humanities, University Dzemal Bijedić (Mostar), BiH

The Crisis of Moral in Journalism

Abstract: The crisis of the profession of journalism occurs for several reasons, primarily as a result of plunge in advertising, insufficient exploitation of the benefits of marketing, as well as financial investments have become too risky. As a consequence, there comes the dismissing of the journalists, as well as creating the uncertainty in the market of journalistic media. Corruption is drawn into the media and journalists, because the powerful politicians used the crisis to blackmail the owners of the media. Therefore, some of the media does not serve the public interest, but politics and advertising industry. Given the tendency of professional collapse of journalism, newspapers turn into tabloids monitoring private lives of celebrities. And instead of having the spread of moral values through the transmission of news, values being disseminated by the media are destroying the media themselves. "Morally uneducated editors" praise the status quo of corruption and theft, not seeking for either revision of the status or increasing in salaries of journalists. Therefore journalists stigmatized as spokesmen of the stolen capital, violated democracy and mendacious advertising are becoming marginalized and function as a part of the advertising market, and not as a part of the public liberty.

Key words: *media, journalist, ethics, moral, profession*

Uvod

Novinari profesionalci trebali bi znati da je njihova profesija puno više od publiciteta. Model publiciteta ne radi samo kod novinara, već i kod političara raznih profila, pa čak i kod običnih građana. Svi žele da budu zvijezde medija, pojave se na televiziji, radiju ili u novinama, po cijenu bilo koje moralne vertikale.

Oni imaju svoju priču, koju žele da drugi čuju ili vide. Važno je ponuditi priču koja će se maksimalno distribuirati u korist konačnog profita ili samo po cijenu self-promotion.

Ali to je vrlo često mač sa dvije oštrice. Dobra priča ili tekst može pomoći da uspiješ, a loša da se zauvijek uništi reputacija. Razne vijesti, informacije ili priče promatraju se iz raznih uglova. Jedni je odobravaju. Najviše je onih koji će imati koristi kao povećanje profita, npr. političari ukoliko će im pomoći da umanje vrijednost opozicije. Građani iz zabave i radoznalosti čitat će stvari koje su negativne sa oduševljenjem, jer će se na neki način potvrditi, kako su oni puno bolji i moralniji jer nisu dio te priče. Kako god se promatralo, ono što dođe u javnost bilo dobro, a češće dođe loše, skandalozno je. To je kao jastuk pun perja bačen sa najviše zgrade. Teško da bi se poslije sve to moglo skupiti, da bi se nešto moglo demonstrirati. Zato novinar koji se ogriješi o svoju profesionalnost i pusti u javnost neku priču, uvijek je i potencijalni neprijatelj. Svi znaju kako je teško boriti se sa problemom.

Mediji kao stvarnost

Ljudi često ne razumiju stvarnost, niti jedni druge. Neki uzimaju stvari sasvim osobno, neki su rezervirani, a neki prihvaćaju sve, samo neka se to njih ne tiče. Želje su uvijek iste i kod novinara, građana, medija, političara. Treba zadovoljiti temeljne interese. Uvijek je tu proces nedovršen. U tom procesu treba se uvijek gledati odnos svih strana, onih koji daju i onih koji primaju informacije. Ego je uvijek uključen u suštinske pozicije. Tu su u pitanju namjere, stavovi, odgovori ili pitanja. Ono što čujemo na radiju, TV-u ili pročitalo u novinama razvit će se u dosta našeg intelektualnog razumijevanja ili nerazumijevanja.

Kakve su onda šanse da preživi kvalitetno i profesionalno novinarstvo? Ima li nade da će izići iz slijepe ulice, a prije nje puno raskrsnica?

“Kada su ljudi u stanju izraziti se, oni će to i učiniti. Kada oni to mogu učiniti sa moćnim, a još i ne-skupim načinima, oni brzo ulaze u novo medijsko kraljevstvo. Kada su oni u stanju doprijeti do potencijalno globalne publike, oni doslovno mogu promijeniti svijet” (Gilmor, 2006:XV). Mnoga novinarska mjesta postaju nesigurne stolice i ne samo na Balkanu već i u Evropi i cijelom svijetu. Upitno je da ono što je istinito može biti i atraktivno. Ono što je skandalozno, to je uvijek prodato bilo istinito ili izmišljeno. Postavlja se pitanje morala, etike ili kontrole informacija?

Križa novinarstva ili cenzura

Danas nije moguća cenzura, ne zbog toga jer daje nekome slobodu ili je uskraćuje. Nove tehnologije to kontrolišu. A tu su i alternativni načini prenošenja informacija npr., građani novinari ili pojava blogova. Svaki građanin komentariše neki događaj.

“Elektronska demokracija teži širem i aktivnijem sudjelovanju građana putem interneta, mobilnih komunikacija, i drugih tehnologija u današnjoj reprezentativnoj demokraciji, kao i kroz više sudioničke ili izravne oblike učestvovanja građana u bavljenju javnim izazovima”.³ To znači da klasično novinarstvo doživljava duboku krizu. Štampa svugdje u svijetu doživljava veliku krizu. Tiraži štampe rastu 0,1%. Više od toga raste samo u Aziji (Kina, Indija itd.) U Aziji i Africi raste više jer imaju manje TV-a i interneta. U EU i Americi padaju jer imaju manje oglašivača i marketinških sredstava koja se ulažu u štampu. “RTV reklame, novinski oglasi, reklame na Internetu i drugi oblici multimedijalnog izražavanja jednostavno su prevagnuli nad istinskom pluralnom informacijom. Oblikuje se medijska ontologija, po kojoj je informacija dobra ako je isplativa” (Drašković, Lakić i dr. 2010:268). Kriza u medijima nije jednaka kao u drugim sektorima društveno-gospodarskog života. Da li je novinarstvo u kategoriji zanata ili profesije ili podobnosti? Dobar novinar jednako je kao razina pismenosti.

Novinar kao politički akter

Tu možemo govoriti o sferi sukoba interesa koja je nastala rivalstvom između dvije profesije, novinarstva i politike. Oni tvore sistem vrijednosti i djelatnosti, gradeći svoj identitet kao jedno ili drugo. U totalitarnim društvima nije se mogla razvijati novinarska profesija, tako da dominira politika nad profesijom. Medije kontrolišu politika, a novinari ostaju društveni i politički radnici. Kako komunikacija među ljudima stvara zajedništvo, mora biti i dijaloga. A tu dijaloga nema. Komunikacija je zapravo poklon koji svaki čovjek može dati svom sagovorniku. Novinar mora ozbiljno shvatiti svoj zadatak. To je zadatak koji mu je pružila profesija za koji se školovao. Novinari su ogledalo “profesionalne informacije”, koji moraju nekoga upoznati s nečim, moraju ponijeti društvenu stvarnost, ali onu koja je aktuelna, nova i relevantna. Danas više nije dovoljan talenat i radno iskustvo. Novinarstvo je danas upitno kao profesija jer svako može biti novinar i bez službenog certifikata. Niko ne kontrolišu ulazak novinara u struku. Zbog toga se novinarska struka stavlja u nezavidan položaj. Zbog dominacije politike nad novinarstvom, osnovni pojmovi novinarskog zanimanja promijenili su značenja. Izjednačavaju se istina i zabluda, vjerodostojnost podataka i mišljenja, a najviše razina profesionalnog novinarstva proglašava se subjektivnom. To ipak govori da politika dominira nad novinarima. Brisanje granica između profesionalnog novinarstva ili samo “novinarstva” ukazuje na krizu novinarske etike.

³ <http://en.wikipedia.org/wiki/E-democracy>, podatak pronađen 29.decembra, 2012.

Novinarstvo u raznim dijelovima svijeta susreće se sa problemima suprotnosti deprofesionalizacije. Zbog opće erozije već postignutih etičkih standarda, profesionalizam polako klizi i ulazi u globalne dileme o budućnosti novinarstva. Novine danas dosežu do najekstremnijih fotografija i tekstova, sve to u svrhu veće prodaje. Nije samo potrebno znati nečije ime i funkciju kako bismo znali što se dogodilo. Slika govori više od riječi. Dovoljno je samo objaviti, bez ili sa podcjenjivanjem čitateljske inteligencije. Dakako nisu samo novinari krivi. Navedena je i odgovornost ovog drugog. "Ljudska prava impliciraju oboje i ovlasti i odgovornosti. To znači da se snaga ovlasti ne može pasivno uživati, nego se mora aktivno postizati i čuvati" (Hamelink, 1995:12). Trebalo bi pokazati da znamo bolje i bez ružnih slika i kompromitirajućih tekstova i potresnih detalja.

Biti obrazovan znači biti sposoban-obavljati posao koji nam je dala profesija. Novinarska profesija nije slična nijednoj drugoj profesiji, zahtjeva puno odricanja. Katkad i bez dobiti, osim one društvene. To današnji svijet jako malo cijeni. Krize raznih identiteta mogu se prevladati ako se samo malo više potrudimo oko nas samih. Ne bi trebalo dopustiti da političari i veliki novinski oglašivači stanu na put etici i profesiji koja se brine za onog drugog. Nije lako biti novinar.

"Čovjek je često zbunjen u pogledu onoga što bi on ili neko drugi u određenoj situaciji trebao učiniti - njegovu potrebu ne predstavlja neka stvarna etička instrukcija, nego jednostavno ili dodatno činjenično stanje ili veća kompetencijska jasnoća" (Juka, 2006:23). Novinari sami sebe vide kao objektivne sudionike procesa proizvodnje novina, koji se pridržavaju profesionalnih pravila i objektivnosti. Nastoje ostvariti kredibilitet, sačuvati svoju autonomnost i integritet. Suprotan pristup tome je takav da uloga novinara naglašava zagovarateljsku komponentu i traži od novinara da bude zagovornik-advokat, PR za one za koje piše. Angažovano ili kupljeno novinarstvo ne osjeća obavezu da se pridržava neutralnosti ili etike, nego se identifikuje sa vrijednosnim sudovima javnosti ili određene potencijalne javnosti. Novinarstvo je znatiželjna profesija, laički rečeno primitivna špijunaža. Novinari se često ponašaju selektivno i ne odnose se prema drugima uvijek jednako. "Novinari se ne mogu smatrati profesionalnom klasom". Postoje dokazi kada je riječ o autonomnom zanimanju, koje ne zadovoljava sve uvjete profesije sa nedefiniranim pravilima obrazovanja, čestim izbjegavanjem novinarske odgovornosti. Sloboda i odgovornost se reflektuju na novinarski rad. 48% Nijemaca smatra da ne morate imati adekvatno obrazovanje da budete novinar (Donsbah, et. al. 2009:125). 54% građana u Hrvatskoj izjavilo je da je novinarstvo u Hrvatskoj pod uticajem određenih interesnih grupa ili politike. 77% tvrdi da postoji kontrola ili cenzura.⁴

Zaključak

Krizu identiteta u novinarstvu treba istražiti u širem kontekstu krize prelaska modernog doba u post-moderno vrijeme. Završeno je razdoblje u kojem nam se činilo da je profesionalizam riješio problem javne sfere nad privatnom. Mediji se

⁴ Fakultet političkih znanosti, (2009). Media Meter, Sveučilište Zagreb.

susreću sa ekonomskim problemima. Iz tih razloga oni sužavaju novinarsku neovisnost tj., autonomiju. Novinarstvo je prisiljeno prilagođavanju interesima neovisnih priča za puko preživljavanje. Za različito usmjerene medije karakterističan je egoizam. Dugoročno se gleda samo korist. Kao takvi ne služe interesima javnosti. Erozija sadašnje profesionalne etike je tržišni pristup novinarstvu. Novinar je normativno novinarski subjekt. On mora paziti da li je pregazio zahtjev i ukus onih koji ga plaćaju. Sva etika i načela su stvar trenutnog interesa ili razumijevanja. Ljudska realnost je nesređena i dvosmislena pa su i moralne odluke i etika u koliziji. Post-moderni stav kaže da je sve promjenljivo. Glavna riječ savremenog novinarstva ima ekonomski status koji čini čovjeka redukcionističkim.

Novi vid tog ekonomizma ima značenje pragmatizma. Cilj je financijski uspjeh. Pri tome ne uzimamo u obzir da čovjek nosi cilj u sebi. Cilj se zbog toga ne svrstava u etiku. Pogreške se samo potvrđuju ako je to u svrhu koristi. Vodilja je da pravda slijedi moć. Moral je stvar slabosti i personalne nesigurnosti. Bolje je nešto iskoristiti već biti iskorišten.

Makijavelističko novinarstvo radi po principu cilj opravdava sredstvo u svrhu samo ako donosi korist. To se opravdava potrebom "Neka narod zna". Kada se pitanje etike postavi tako da se svede na subjektivizam u tom kontekstu gubi se značenje etike. Sve zahtjeva različite uvjete i standarde. U jednom se trenutku treba odlučiti šta je dobro i korisno, a šta loše. U tome se uvijek griješi. U svakidašnjem životu govorimo onako kako se "govori". Ono o čemu se govori prenosi se glasinama. Glasine su uglavnom neautentičan govor. To je govor koji govori o drugima, a ne o sebi. Vrijednosti koje šire mediji ruše i sami sebe.

Govoriti o bilo kakvom obliku novinarstva i etici bilo bi opravdano bez uspostavljanja podizanja opće razine obrazovanosti društva i odgoja na etičkim načelima.

Moral je napravljen po mjeri malih običnih ljudi koji su idealizirali i društvo i sebe. Moderno doba se sve više prepoznaje kao doba reklamnog manipulisanja čovjekom.

Život nisu samo mediji ili novine koje treba otvoriti i pročitati. Kada imate ogledalo trebate ga posmatrati sa svih strana.

Literatura

- Donsbach, W. (et. al.) (2009). *Entzauberung eines Berufs – Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden*. Konstanz: UVK.
- Drašković, V. (et. al.) (2010). *Globalizacija u ogledalu razvoja, krize i medija*, Elit, Podgorica, 2010.
- Fakultet političkih znanosti, (2009). *Media Meter*, Sveučilište Zagreb.
- Gilmor, D. (2006). *Mi Mediji: Žurnalizam u širokim slojevima preko ljudi, za ljude*. Sebastopol: O'Reilly
- Hamelink, C.J. (1995). *Politika svjetskih komunikacija*, London: Sage.
- <http://en.wikipedia.org/wiki/E-democracy>, podatak pronađen 29.decembra, 2012.
- Juka, S. (2006). *Etika postanka i teorije*, Mostar: Fram - Ziral.

