

## Virtuelna škola demokratskog rukovođenja

### Mediji I javnost– Marijana Bojanić IX lekcija



*Marijana Kadić Bojanić*  
rođena 5. marta 1976.  
Kontakt: [bojanic@t-com.me](mailto:bojanic@t-com.me) i [marijana@bojanic.me](mailto:marijana@bojanic.me)  
Udata, troje djece

*Sadašnja pozicija: pomoćnik direktora tv Vijesti, novinarka nedjeljnika Monitor*

*Obrazovanje: Filozofski fakultet, odsjek za jezik i književnost*

*Ranija zanimanja: urednica jutarnjeg programa tv Vijesti*

*urednica i voditelj emisije Krug TV Vijesti*

*urednica i voditelj emisije Načisto TV Vijesti*

*urednica magazina Bezbjednost*

*dopisnica brojnih regionalnih i evropskih medija*

*autorka izvještaja o korupciji u Crnoj Gori za USA Global Integrity*

*Autorka priručnika za novinare "Ljudska prava i mediji", dobitnica Zelene zvijezde za praćenje tema o životnoj sredini, dobitnica regionalnog Bells priznanja - Ambasador zaštite životne sredine, dobitnica nagrade za istraživačko novinarstvo Instituta za medije Crne Gore. Pohađala brojne obuke za istraživačko novinarstvo i novinarstvo, uopšte. Bavi se volonterskim i humanitarnim radom.*

## UVOD

Sloboda mišljenja i izražavanja je jedno od temeljnih građanskih i političkih prava i ugrađena je u sve međunarodne instrumente koji se odnose na ljudska prava. Pa se tako - ne može ni zamisliti demokratija u društvu modernog doba bez garancije prava na slobodu mišljenja i izražavanja.

Poštovanje slobode medija smatra se ključnim za dobrobit sistema demokratske vladavine. Upravo srž slobode javnog izražavanja je u tome da ono što neko zna i misli – bez bojazni od posljedica može da saopšti drugima.

Normalno je – kako se mediji razvijaju, postaju brži i pristupačniji građanima – sve je veći njihov uticaj. A kako jača uticaj medija na javnost tako jača i interesovanje onih koji imaju moć i novac da utiču na medije jer, prirodno – onda imaju jači uticaj na javnost. Tako je otvoreno pitanje sve snažnijeg uticaja masmedija i načina njihovog instrumentalizovanja. – kako se oblikuje javnost prema potrebama vladajućih elita ili prema potrebama vlasnika medija ili korporacija koje odlučuju o njihovom opstanku oglašavanjem ili neoglašavanjem u tim medijima.

Šta možemo očekivati od javnosti kojoj informacije donose mediji koji su u čeličnom zagrljaju sa vlašću i koje, umjesto svoje primarne uloge psa čuvara demokratije – kako prirodnu ulogu medija vidi Evropski sud za ljudska prava – čuvaju revnosno elite na vlasti? Sa druge strane – privatni mediji ili su pod uticajem privatnih interesa vlasnika i oglašivača ili, pokušavajući da informišu javnost, jer javni servisi to ne čini kako treba, i budu društveno-korisni, pokušavaju opstati ne surovom tržištu na kojem se, naposljetku, sve vrti oko moći i novca.

Tako prirodne uloge javnih servisa i komercijalnih medija mogu biti pomiješane i u finansijskom i u tematskom smislu. Pa da se javni servisi, i pored dotacija države tj. građana, grčevito bore za tržišni kolač, a da istovremeno ne izvršavaju svoju primarnu ulogu – javnog servisa. A da komercijalne televizije – popunjavaju praznine koje ostaju iza javnog servisa informišući građane o svim onim temama koje bi trebali “pokriti” javni servisi. Ili, pak, na tržište izlaze sa hiperprodukcijom raznih show programa koji privlače široke narodne mase, a time i oglašivače.

## OPRAVDANI JAVNI INTERES

A čarobne riječi, za rješavanje svih dilema u novinarstvu, pred kojima bi svi trebali ustuknuti su – opravdani javni interes. Upravo tu leži ključ dobre relacije medija i javnosti. Ukoliko mediji nude informacije koje javnost opravdano ima pravo da zna – javnost, prirodno, na njih reaguje i koristi ih kako bi unaprijedio društveni sistem. To je osnovna i prirodna relacija medija i javnosti. Druga interakcija je kada javnost ide ka medijima – pružajući informacije koje treba publikovati jer je to, opet, u interesu javnosti. Ova interakcija se posebno ubrzano razvija posljednjih godina razvojem tehnologije i rasta popularnosti društvenih mreža.

Da bi ilustrovala navedene načine interakcije – objasniću ih na dva primjera. *Afera Snimak* će nam poslužiti da objasnimo šta se dešava kada mediji objave nešto za što postoji opravdani interes javnosti da zna. A slučaj kako javnost ide prema medijima – možemo najlakše objasniti na primjeru priče o službenim automobilima koje građani, sem medijima i NVO sektoru, odnedavno, mogu da prijavljuju nadležnima ukoliko smatraju da ih državni službenici zloupotrebljavaju.

## INFORMACIJA IZLAZI U JAVNOST

U trenutku kada nešto što znamo ili mislimo prenesemo drugima putem medija – nastaje informacija koja izlazi u javnost i počinje da “živi”. Koliko će dugo ona “živjeti”, da li će se išta iz nje “izroditi” ili će brzo nestati i biti zaboravljena – zavisi od nekoliko stvari. Od važnosti, istinitosti, brzine kojom je plasirana informacija, od toga na koji način je ona prezentovana, koliko je saopština, kojim povodom, koliko je dobro provjerena i kolika je njena provjerljivost... Puno je načina da se “izmjeri kvalitet” informacije. Najbitnije je, ipak, da za njeno pojavljivanje postoji potpuno jasan javni interes. Da javnost ima pravo da je zna.

No, ima tu još jedna ključna stvar. Mnogo toga, naime, zavisi i od same javnosti. Od javnosti kojoj je informacija namijenjena. I da li tu javnost zanima ponuđena informacija. Možda je i zanima – ali, dešava se da ne namjerava da je “upotrijebi” jer ne zna šta bi, tačno, sa njom ili iz nekog drugog razloga.

Dakle - pitanje je – koliko je javnost spremna da prihvati neku informaciju koja jeste od nesumnjivog javnog interesa. Da li će znati da je iskoristi u svoju korist i uz njenu pomoć podstakne, pogura, ubrza – sta je već potrebno kom društvu - demokratske procese.

Postoje informacije koje izgledaju šokantno, koje, kada izađu na naslovnim stranama ili se čuju u udarnim vijestima izgledaju kao da će izazvati tektonske poremećaje u određenim strukturama na koje se konkretna informacija odnosi. U prvi mah nam se učini da će pljuštati ostavke, tresti se fotelje, makar disciplinske kazne.... No, od afere ne ostane ništa sem niz naslova u novinama, saopštenja za javnost opozicije i nevladinog sektora, kolumni intelektualaca... Vinovnici tamo gdje su i bili. Neki i avanzovali.

Situaciju, donekle, možemo uporediti sa umjetnikom koji je siguran da je napravio iskorak u umjetnosti i da će njegovo novo djelo, kad izađe pred publiku i kritiku, izazvati divljenje – a ono, ne samo da završi bez ovacija i slave, već potpuno neshvaćen ostane da životari do nekih drugih vremena i neke druge publike koja će ga jednom, kad dođe vrijeme za to – razumjeti. Za takve se umjetnike kaže da su ostali neshvaćeni i bili ispred svog vremena. Umrli su, naravno, siromašni i ubogi.

E tako je slično i sa informacijom koja, iako izgleda kao da će pokrenuti važne procese, da će javnost ustuknuti pred njom – a ona ostane bez odjeka. A odjek bi bio važna i potrebna promjena u društvu. Korak naprtijed. Demokratski iskorak – kako je to danas, dok se gužvamo u EU predsoblju, popularno reći. No, važna je razlika između neshvaćene umjetnine i neshvaćene informacije. Neshvaćena umjetnina će itekako da vrijedi jednoga dana kada je, napokon, shvate. Neshvaćena informacija u medijima može da bude važna samo onda kada je objavljena. Njen vijek je kratak. Društvo se, na globalnom nivou mijenja i razvija i ako ne koristimo postojeće informacije da bi lakše oblikovali i unaprijeđivali naše društvo u skladu sa onom poznatom da su mediji psi čuvari demokratije u društvu – gubimo korak i posustajemo u trci za demokratijom.

## IMA LI KRITIČKE JAVNOSTI?

Opšteprihvaćano je da su mediji od odlučujućeg značaja za nastajanje i funkcionisanje djelotvorne i kritičke javnosti. Posebno u društvima kakvo je naše, u kojem kritika nije baš društveno-prihvatljiva kategorija. Treba je njegovati, ne ustručavati se, truditi se oko nje. Kritikovati, naravno, samo kada treba. A treba – počesto.

Primjera radi, Evropski sud za ljudska prava je ustvrdio da član 10 Evropske konvencije o slobodi izražavanja ne štiti samo informacije ili ideje koje se povoljno primaju ili se smatraju neuvredljivima ili nečim što ne izaziva reakcije, već i one koje vrijeđaju, šokiraju ili uznemiravaju, takvi su zahtjevi pluralizma, tolerancije i

širokumnosti bez kojih nema demokratskog društva. To je zaključeno u predmetima Handyside protiv Ujedinjenog Kraljevstva, Sunday times protiv Ujedinjenog Kraljevstva, Lingens protiv Austrije, Oberschlick protiv Austrije, Thorgeir Thorgeirson protiv Islanda, Jersild protiv Danske...I brojnim drugim.

Mišljenja izražena oštrim jezikom takođe su zaštićena, a obim zaštite zavisi od konteksta i svrhe kritike. U pitanjima javnih kontroverzi ili javnog interesa, tokom političke rasprave, u predizbornim kampanjama ili kada se kritike upućuju Vladi, političarima ili državnim organima, oštre riječi i gruba kritika mogu se očekivati i Evropski sud ih toleriše u većoj mjeri.

Toleriše ih, naravno, zbog zagarantovane slobode izražavanja, zbog toga što upravo takve rasprave mogu podstaći široku društvenu debatu o važnim temama koje mogu biti I od presudnog značaja za razvoj demokratije određenog društva.

No, što činjati kada ni žestoke rasprave ne podstiču promjene? Mediji u demokratskom društvu imaju kontrolnu funkciju. U našem slučaju uloga medija se može uporediti sa ulogom kontrolora koji svaki dan ustanovi da je isti građanin pogrešno parkirao auto, napravi zapisnik I preda ga sudu, ali on, I pored gomile prijave koje je podnio kontrolor, ne kažnjava nesavjesnog građanina zbog čega građanin, a i ostali koji čine iste prekršaje, iz dana u dan ponavljaju nelegalnu radnju.

## JAVNOST UZVRAĆA UDARAC

Tako dolazimo I do aktuelnog trenutka u kojem javnost, kao nikada do sada, ima put kojim lako može svoja interesovanja I teme nametnuti medijima da izvještavaju o njima. U 21. vijeku svaki građanin je dobio šansu da I sam postane reporter I putem interneta, kao sveopšteg I sveprisutnog medija, obavijesti javnost o onome što je vidio, čuo ili pomislio. Blogovi, twitter, facebook, sve kompleksniji i moćniji mobilni uređaji koji omogućavaju građaninu da fotografiše, napiše I odmah podijeli sa svima na internetu vijest – su doveli do munjevitog smjenjivanja raznih informacija. I pravi razvoj građanskog novinarstva koje je začetke imalo u čuvenim rubrikama – čitalac reporter ili, ako je tv stanica u pitanju, gledalac reporter.

„Internet je prosječnim građanima dao mogućnost globalnog prenosa informacija. Ta je moć nekad bila rezervirana samo za najveće od najvećih medijskih korporacija i novinskih agencija“, piše na about.com.

Tako su, uz pomoć društvenih mreža, I građani Crne Gore ušli u krug onih koji ne moraju da imaju diplomu žurnalistike I radnu knjižicu u nekom mediju pa da ukažu na neku nepravilnost ili povedu raspravu o temi koja je društveno značajna. Sada ulazimo u sferu digitalne ili elektronske demokratije čiji tempo donekle diktiraju svi koji donose I pronose informacije. No, ne I kod nas.

Mediji, ipak, i dalje uglavnom funkcionišu na tradicionalni način – ali i najčešće objeručke prihvataju sve što im čitaoci ili gledaoci šalju. Međutim, pošto je u pitanju građansko novinarstvo, na građanima je da ga i pokrenu. Novi mediji uz malo ulaganja nude mnogo mogućnosti i njih svako društvo treba da iskoristi na putu ka stabilizaciji. Njegov razvoj treba konstantno podsticati, jer se na taj način podstiče i kritičko razmišljanje građana.

Internet je, zasigurno, doveo do bolje informisanosti građana i njihovog većeg učešća u raznim vidovima društvenih aktivnosti. Ipak, i dalje se ide mravljim koracima ka suštinskom učešću građanina u odlučivanju, ka poštovanju građanina kao nekoga od čijeg novca radi glomazni i tromi državni aparat koji građanina potcjenjuje i ne izlazi mu u susret iako mu je on finansijer.

Model elektronske demokratije i građanskog novinarstva će narednih mjeseci biti na ispituu. Vidjećemo kako to kod nas, u praksi, na jednom dobrom primjeru – funkcioniše. Naime, svjedoci smo da i u godinama sveopšte krize i posruća crnogorske ekonomije – mnoštvo službenih automobila jezdi Crnom Gorom uzduž i popijeko, toči se gorivo, sve na račun poreskih obveznika, mijenjaju se rezervni dijelovi, plaća registracija, kupuju nova i nova vozila. I nema ko ih ne vozi. Posvuda stižu. I tetku iz Berana da prevezu do Igala, u banju da pođe, i brataničnu što studira u Podgorici iz Bara da preseli početkom semestra sa sve stvarima, ide se i na svadbe i saučesća, vozi se građevinski material, drva, ma za sve su ta naša a njihova službena kola. I nakon što je NVO Građanska alijansa ukazivala na ovaj problem, brojni mediji, građani stavljali fotografije na facebook stranice i twitter naloge – odlučila Vlada da otvori internet adresu na koju građani mogu da šalju fotografije službenih automobila za koje sumnjaju da su voženi van radnog vremena i potrebnog obima posla. Objavljivaće ih, obećavaju, na posebnom sajtu. Građani sem fotografije, treba da pošalju i tačno vrijeme i mjesto fotografisanja službenog vozila.

I nije ovdje samo pitanje šta će sa tim prijavama da uradi Vlada. Ovdje je pitanje i – šta će sad da urade građani sa mogućnošću koja im je pružena.

Sada ćemo da vidimo koliko građana će da iskoristi kamerice na svojim mobilnim telefonima, stane i fotografiše državnog službenika koji iz auta sa CG tablicama istovara kacu tetkinog sira ispred pijace ili vodi djecu subotom kad šef odmara - malo na more, da prošetaju. Sad ćemo da vidimo koliko će građana da pošalje na Vladinu adresu sa svog e-maila fotografije na kojima su službenici te iste Vlade uhvaćeni kako troše državne resurse.

Ako građani ne odreauju na nepravilnosti, neće ni Vlada. Ako građani neće da iskoriste ovu priliku i javno, sa dokazima, pritisnu Vladu da kažnjava nesavjesne službenike koji nam svima zavlauče ruku u ionako bušan zajedniči džep – blago Vladi koja ima takve građane. Ne mora da brine, dovijeka će živjeti.

Manje građana koji vide nepravilnosti, nepravde i zloupotrebe, manje kontrole, manje pritiska. Što slabije javnost reaguje na medije i njihovo izvještavanje o mogućim zloupotrebama i ostalim devijacijama u društvu – otvara se veća mogućnost i bojazan da mediji manje počnu da izvještavaju o onome što je u interesu javnosti (jer javnost slabo reaguje na to) a više o onome što je interesantno najširoj javnosti. A između ta dva pojma velika je i, najčešće, nepremostiva razlika.

**Literatura:**

**Sloboda izražavanja, Vodič za primjenu Člana 10 Evropske Konvencije o ljudskim pravima, Priručnik iz oblasti ljudskih prava, br. 2, Monica Macovei**

**Predlog reforme odgovornosti za povredu časti I ugleda u Crnoj Gori (Reforma zakona o kleveti I uvredi) Akcija za ljudska prava**

**Pitanja za diskusiju:**

1. Kako objasniti način na koji crnogorska javnost (ne) reaguje na pitanja od očiglednog javnog interesa koje iznose mediji - poput zloupotrebe službenog položaja I sl?

2. Kako objasniti prisutnu disproporciju – u Crnoj Gori više građana čita, gleda I ima više povjerenja u medije koji nisu pod kontrolom vlasti I koji objavljuju sadržaje koji ne idu na ruku vladajućoj eliti - ali, istovremeno, više građana glasa za one o kojima više vole da čitaju kritičke nego afirmativne tekstove?

3. Na koji način polarizacija medija utiče na javnost?