



HUMAN RIGHTS ACTION | AKCIJA ZA LJUDSKA PRAVA

BILTEN LII: SPECIJALNO IZDANJE, "KOME SLUŽE NOVINARI?", MARIJANA BULJAN

4. jun 2015.

"Novinar je u službi javnog interesa", stoji u prvoj, kratkoj i odrešitoj rečenici Kodeksa novinara Crne Gore. U nastavku se u 12 načela i smjernica razrađuje kako bi se trebao ponašati novinar koji služi javnom interesu. Iako nema jednako kratkog odgovora na pitanje što je javni interes, u najkraćem bi se on mogao definirati kao ono što je od interesa ili od koristi za najveći broj ljudi u nekom društvu. I, ma kako se teza iz prve rečenice činila nesporna, sama po sebi razumljiva i ono što bi za sebe javno rekao gotovo svaki novinar, mnogi na ispitu iz etike padaju već na toj prvoj rečenici.

Jedni brkaju ono što interesira javnost (čaršiju) sa onim što je od interesa za javnost, ili, drugim riječima, od koristi za društvo. Pravo javnosti da zna ne može se koristiti kao proziran izgovor da bi virili u tuđe krevete. Neproverene informacije i anonimno postavljeni snimci, ne mogu se objavljivati u ime zaštite javnog morala. Briga za djecu ne pokazuje se tako da ih se trajno žigoše kao žrtve seksualnog zlostavljanja, ili samoubojice u pokušaju. Objavljivanje snimka ubojstva, o kojemu su i poznate i nesporne sve okolnosti, ne doprinosi ničemu osim dodatnoj patnji porodice ubijenog i zadovoljavanju znatiželje gledaoca. Ali podilaženje najnižim ljudskim porivima se ne može nazvati javnim interesom.

Drugi u crnogorskim medijima, (preciznije, mnogi) ne razlikuju javni interes od interesa oglašivača ili potencijalnih oglašivača. Nije u javnom interesu doslovno prenositi propagandu banaka o izvanrednim ponudama kartica i povoljnim kreditima, o još jednoj uspješnoj poslovnoj godini ili o novoj poslovnici i bankomatu koji radi 24/7. U javnom interesu bi bilo objaviti stručnu analizu i poređenje bankarskih usluga na osnovu kojih bi građani, recimo, mogli sami zaključiti isplati li im se više uzeti gotovinski kredit ili kreditnu karticu, ili saznati tko od mobilnih operatera ima najpovoljniju ponudu. Iako dobra turistička sezona može pridonijeti javnom dobru (teorijski, veća zarada bi trebala kroz porez napuniti državnu kasu, što bi, opet teorijski, trebali osjetiti i građani), služiti javnom interesu ne znači plasirati reklamu za pojedine hotele i restorane usred informativnog programa ili bez napomene da je riječ o plaćenom oglasu.

Brojni su, međutim, i primjeri neetičnosti medija koje nije tako lako navesti, a to su oni u kojima mediji nisu pogriješili zbog onoga što su objavili, već zbog onoga što su prešutili. Lista ignoriranih tema, problema, ljudi i organizacija bila bi impresivna, a otkrila bi da

vrlo često oni koji možda nekome djeluju etički uzorni ili čak bezgrešni, kada se objave statistički podaci o broju uočenih grešaka, grubo krše osnovnu tezu da moraju služiti interesu javnosti.

Mediji se, da bi služili jedinom etički prihvatljivom gospodarstvu - javnom interesu, moraju baviti svim važnim pitanjima u društvu, bez senzacionalizma, i otvoriti prostor komentarima i mišljenjima na koje ne utječe vlada ili biznis. Javni servisi su i utemeljeni s tom namjerom, da služe cijelom društvu, a ne samo političkim ili ekonomskim elitama. Ali, i drugi mediji koji se predstavljaju kao informativni trebali bi težiti tom idealu.

Brojne teorije demokracije i medija pojašnjavaju zašto je u društvu koje bira vlast na izborima važno imati medije koji služe isključivo interesu javnosti. Sve se te teorije dotiču obaveza medija da građane što točnije i uravnoteženije informiraju. To znači da moraju govoriti o svim onim temama koje utiču na zajednicu, i da moraju objavljivati ne samo činjenice, već i stavove i mišljenja svih relevantnih predstavnika u društvu. Ne služi interesu javnosti onaj medij koji samo, metodom produžnog kabla ili protočnog bojlera, prenosi ono što mu je rečeno ili što je saopšteno, a da ne donosi i kontekst, omogućiti komentar, odgovor, i koji ne provjeri sve što je provjeriti moguće.

Pitanje je samo tko na sve to medije može natjerati? Samoregulacija, iako može djelovati kao nedostižni i nametnuti cilj, jedini je odgovor. Ali, etički Kodeks, kao skup pravila za poželjno profesionalno ponašanje, ima stvarnu težinu samo tamo gdje novinari drže do svoje profesije, gdje postoje jaka profesionalna udruženja i gdje su novinari svjesni da njihov ugled i težina u društvu, povjerenje publike, prije svega ovise o etičnosti i integritetu. I, da im to nitko drugi do njih samih ne može osigurati.

Marijana Buljan, novinarka, stručnjakinja za etiku u novinarstvu, u projektu Akcije za ljudska prava "Podrška razumijevanju novinarske etike i slobode izražavanja", koji podržava Ambasada SAD, odgovara na pitanja građana/ki o novinarskoj etici na www.hraction.org.



Bilteni se objavljuju u okviru projekta „Podrška razumijevanju novinarske etike i slobode izražavanja“, koji finansira Ambasada Sjedinjenih Američkih Država u Podgorici
