

UDK 65.012.4:001  
Izvorni znanstveni članak  
Primljen 5. 5. 2010.  
Prihvaćen za tisak 15. 3. 2011.

BRANKO HEBRANG

Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos  
Kušlanova 50 B, HR-10 000 Zagreb  
[jarbol@jarbol.hr](mailto:jarbol@jarbol.hr)

VLADIMIRA HEBRANG

Odvjetnički ured  
Ulica Crvenog križa 23, HR-10 000 Zagreb  
[info@odvjetnica-hebrang.hr](mailto:info@odvjetnica-hebrang.hr)

---

## UPRAVLJANJE SEMANTIČKIM VRIJEDNOSTIMA MEDIJSKIH OBJAVA I TAKOZVANA DEKRIMINALIZACIJA KLEVETE

---

U članku se istražuju upravljanje javnim znanjem u informacijskom prostoru te komunikacijske metode uvjeravanja i stvaranja suglasnosti za tobožnju dekriminalizaciju klevete u hrvatskom društvu. Na uzorku medijskih objava prikazane su metode uvjeravanja i upravljanja semantičkim vrijednostima poruka u diskursu suprotnom pravnim i moralnim normama kojima je relativizirano značenje i reducirano kažnjavanje klevete. Tako je stvorena i suglasnost za promjenu društvenih vrednota, premda je kleveta, kao semantički štetna poruka, nominalno i dalje kazneno djelo. Ostaje otvoreno pitanje zašto je nevjerodostojna medijska poruka prihvatljivija novinarskomu zanimanju i hrvatskomu pravosudnomu sustavu od jednostavnijega rješenja da novinari i mediji trebaju objavljivati vjerodostojne podatke i obavijesti.

**Ključne riječi:** upravljanje javnim znanjem, uvjeravanje, kleveta, dekriminalizacija klevete

## Uvod

U središtu sustava masovnih medija i novinarstva u suvremenom javnom komuniciranju nalazi se obavijest kao interpretacija stvarnosti koju tvore podatci i dokazi koji kao javno znanje na medijskoga klijenta utječu tako da stvaraju mišljenja, stajališta, dugoročno pamćenje, ponašanje i vjerovanje. Za ulazak poruka u medijski svijet predlagači mogu rabiti različite psiholingvističke metode uvjeravanja koje nisu uvijek posvećene istini.

Radi povećanja efikasnosti uvjeravanja odabiru se komunikacijske metode koje nastoje smanjiti racionalni, a povećati afektivni kapacitet kod medijskih klijenata, poput etiketiranja, cenzuriranja, dezinformiranja, fotomontaže, priopćenja, poticanja straha, isticanja tradicije i ostalo (Hebrang 2009: 78–83). Neke metode uvjeravanja i upravljanja semantičkim vrijednostima medijskih poruka nisu pravovaljane, poput klevete i uvrede, a neke nisu u skladu s novinarskom deontologijom kao, na primjer, pogrešna obavijest, protuobavijest, diskriminacija predlagača (izvora) i klijenta (primatelja). Nekritičko prihvaćanje takvih semantički štetnih poruka može izazvati socijalnu pogrešku u procjeni problema, određivanju cilja, pogrešnom zaključivanju, odlučivanju i akciji (Tuđman 2003: 60–61).

Na promjene u socijalnom ponašanju usredotočeni su predlagači koji žele poticati dobrobit, ali i oni koji žele potaknuti socijalne pogreške u skladu sa ciljevima njihovih politika, u pravilu suprotnih dobrobiti društva. Kako bi se povećao nekažnjivi prostor manipulacije u stvaranju javnoga znanja, trebalo je utjecati na promjene nacionalnih medijskih pravnih pravila i potaknuti mentalne predodžbe da su pod okriljem slobode medija dopuštene i nevjerodostojne poruke u odnosu prema stvarnosti, ali koje su relevantne u odnosu prema drugim medijskim fikcijskim obavijestima.

Komunikacijski smjer i upravljanje medijskim porukama određuju razne utjecajne društvene skupine, a u ovom radu analizirat ćemo nastanak, tijek i efekte fenomena tzv. dekriminalizacije klevete koji je utjecao na promjene temeljnih vrednota u javnom komuniciranju u Hrvatskoj.

Nakon globalno potaknutoga i organiziranoga procesa uvjeravanja o potrebi tzv. dekriminalizacije klevete, u hrvatskom zakonodavstvu u samo nekoliko godina u javni je komunikacijski diskurs utkana nova vrijednost: kleveta u informacijskom prostoru nije nepoželjna jer omogućuje slobodu medija. Izmjenama u poglavlju *Razlozi za isključenje protupravnosti kaznenih djela protiv časti i ugleda* Kaznenoga zakona iz 2004. kleveta je semantički relativizirana, a kaznenopravna odgovornost ograničena na dojam sudbenosti. Svrha je bila promijeniti zakonsku formulaciju kako ne bi bilo kaznenoga djela protiv časti i ugleda u sadržaju “koji je ostvaren ili uči-

njen dostupnim drugima u znanstvenom književnom umjetničkom djelu ili javnoj informaciji, u obavljanju službene dužnosti, političke ili druge javne ili društvene djelatnosti, ili u novinarskom poslu, ili u obrani nekoga prava ili zaštiti opravdanih interesa, *ako iz načina izražavanja i drugih okolnosti jasno proizlazi da se ne radi o ponašanju koje je imalo cilj naškoditi nečijoj časti ili ugledu*". Izmjenom je ubačena nova formulacija: "... *osim ako iz načina izražavanja i drugih okolnosti jasno proizlazi da se radi o ponašanju koje je imalo cilj samo naškoditi časti ili ugledu*" (NN 105/2004, Zakon o izmjenama i dopunama Kaznenoga zakona). Novom izmjenom Kaznenoga zakona godine 2006. ukinuta je zatvorska kazna za kaznena djela protiv časti i ugleda te se počinitelj može kazniti samo novčano (NN 71/2006). Ukidanje zatvorske kazne svakako je opravdano i primjereno u uređenoj građanskoj demokraciji, no kako ćemo pokazati, efekt akcije uvjeravanja u ne-štetnost klevete otvorio je prostor relativizaciji kažnjavanja za klevetu, što je paradoks jer kleveta nije izbačena iz Kaznenoga zakona (dekriminalizirana), nego je proširen okvir uporabe klevete kao komunikacijske metode s kojom se može postići efekt socijalne pogreške.

Svrha ovoga rada bila je istražiti informacijsko-komunikacijske strategije koje su utjecale na upravljanje javnim znanjem u hrvatskom medijskom prostoru tako da se stvorila suglasnost (Lippmann 1995: 182) za promjenu društvenoga ponašanja spram klevete koja je do tada u hrvatskom društvu objektivno smatrana nečasnim ponašanjem. Cilj je također bio otkriti razlike između relevantnih informacija povezanih s dekriminalizacijom klevete i značenjem medijskih poruka, njihov komunikacijski smjer, kauzalnost sa stvarnošću i stupanj revidiranja pravnih i etičkih normi kao konstrukta koji može omogućiti upravljanje javnim znanjem i prisilnu socijalizaciju na izmijenjene društvene vrijednosti koje priznaju i prihvaćaju fikciju kao stvarnost.

Osnovna je hipoteza da uporaba komunikacijskih psiholingvističkih metoda uvjeravanja u sferi fikcije manipulira semantičkim vrijednostima poruka samo kako bi koristila predlažuću, odnosno politikama koje on zastupa. Pomoćna je hipoteza da takve javno komunikacijske metode mogu biti protupravne, da je cilj suprotan vrijednostima u kontekstu dobra za sve i da stoga utječe na promjenu društvenih vrednota.

Kauzalno-dijakronijskom metodom društveni komunikacijski procesi sagledani su u vremenskom slijedu kao cjelovitost uzroka, događaja i posljedica. Metodu utemeljene teorije primijenili smo za sustavno prikupljanje i raščlambu podataka iz kojih smo hermeneutičko-fenomenološkim postupkom identificirali aktivne varijable i kontekst fenomena tzv. dekriminalizacije klevete i epistemološkoga okvira za zaključivanje metodom indukcije.

## Medijska poruka i koncept uvjeravanja

Informacijsko-komunikacijski medijski sustav u semantičkoj paradigmi tvore poruka, obavijesti (informacije) i razumijevanje. Poruka nudi značenje, informacija se odnosi na selekciju značenja unutar sustava, a razumijevanje na mogućnost integracije informacije u predznanje primatelja. Taj dinamički komunikacijski proces stalno je otvoren u skladu s namjerama pošiljatelja – predlagača (Capurro, u: Tuđman 2008: 50). Semantička vrijednost poruke određena je društvenom odgovornošću medija,<sup>1</sup> deontologijom medija, zakonima, konvencijama i kulturom društva. Za okvir komunikacijskoga procesa posredstvom javnih medija služimo se tvrdnjom da je valjana, odnosno vjerodostojna ona medijska obavijest koja zadovoljava najmanje prva dva od sljedeća tri uvjeta:

1. izjava mora biti istinita;
2. iskazivanje mora biti ispravno s obzirom na neki normativni kontekst;
3. simbolički iskaz treba biti relevantan (Tuđman 1990: 90–95).

Struktura poruke u korelaciji je i uzročnosti s funkcijama masovnih medija kao interakcija nakladničke i uređivačke politike koju autonomno određuje vlasnik, a operativno ostvaruje nakladnik uz pomoć novinara i urednika. Pritom oni koji upravljaju mehanizmom medija povremeno su uključeni u postupke koje društvo osuđuje i koji će, ako se nastave, društvo neizbježno zakonski urediti ili nadzirati (Leigh 1947: 20–29).

Konceptu društvene odgovornosti medija, u skladu s libertarijanskom filozofijom, dodane su još ekonomska funkcija oglašavanja, razbibrige i funkcija održavanja financijske stabilnosti nakladnika kako bi bio slobodan od interesnih utjecaja. Sloboda medija ima pozitivne i negativne aspekte: podrazumijeva se uspostaviti slobodu medija *od* i *za* – slobodu medija *od* svih prisila, iako ne od svih pritisaka te slobodu *za* ostvarenje u etičkom smislu utvrđenih ciljeva i društvenih potreba (Siebert i dr. 1963: 74–94).

U masovnim medijima suprotstavljaju se informacijske strategije kojima se stvara javno znanje (svima dostupno) koje nije nužno u korelaciji i uzročnosti s kriterijem istine, već je često samo u funkciji komunikacijske namjere koju određuje predlagač, što može utjecati na integritet obavijesti. Upravljanje integritetom obavijesti odlučujuće je za formiranje javnoga i individualnoga znanja, za stvaranje mentalnih predodžbi koje prethode od-

<sup>1</sup> Funkcije medija su: istinit, sveobuhvatan i inteligentan prikaz dnevnih događaja, razmjena primjedbi i kritika, isticanje mišljenja i stajališta različitih društvenih skupina, predstavljanje i objašnjavanje vrijednosti društva (Leigh 1947: 20–29).

lukama i akcijama. Zato je za pravilno zaključivanje i odlučivanje važna vjerodostojnost obavijesti jer obavijesti koje nose poruke s iskrivljenim značenjem vode u zabludu. Korisnik medija može formirati lažno znanje i biti napunjen negativnim emocijama i zabludama te spreman na destruktivno djelovanje (Hebrang 2007: 53).

Ulogu posrednika obavijesti u informacijskom prostoru u suvremenom društvu najčešće obnašaju organizacije za odnose s javnošću koje predlažu nude informacijsku strategiju i operativno upravljaju komunikacijskim procesima u svoje ime, a za račun predlagača. Za masovne medije takve su organizacije izvor obavijesti. Istaknuti predstavnik američke škole koja je promidžbeni komunikacijski sustav dvadesetih godina prošloga stoljeća preimenovala u odnose s javnošću, Edward Bernays, definirao je odnose s javnošću kao “nastojanje da se pomoću informacija, uvjeravanja i ugadanja proizvede javna potpora aktivnosti, ideji, pokretu ili instituciji” (Bernays 1955: 3–4). Za njega je moderna propaganda dosljedan, trajan napor za stvaranje ili oblikovanje događaja zbog utjecaja odnosa s javnošću za jednu kompaniju, ideju ili skupinu (Bernays 1928/2005: 52). Preimenovanje termina *promidžba* u novu sintagmu *odnosi s javnošću* zapravo je semantička manipulacija koja pripada promidžbenoj metodi denominacije, prikriivanja prave naravi tobože nove discipline nazvane *odnosi s javnošću*. Tako je u javnosti stvorena mentalna predodžba da su odnosi s javnošću humaniji i društveno bolji od propagande, naročito političke koja je bila pogubna za nacije i pojedince.

## Kontekst operacije tzv. dekriminalizacije klevete

U Hrvatskom jezičnom savjetniku (1999) termin *dekriminalizacija* ne postoji. On je u politički, a zatim i publicistički funkcionalni stil uveden preuzimanjem novijega engleskoga glagola *decriminalize*<sup>2</sup> u značenju ‘ukloniti’ ili ‘smanjiti kazneni status’. U hrvatskom jeziku termin *dekriminalizacija* bliže je značenju ukidanja kriminalnoga statusa, pa ga u tom značenju i rabimo; prefiks *de-*, naime, u složenicama znači ‘odjeljivanje’, ‘uklanjanje’, ‘ukidanje’ i slično (Klaić 1987: 261), dok termin *kriminalizacija* znači ‘učiniti da što postane kriminal, prikazati kao da je kriminal’ (Anić 1998: 452). Nevjerodostojne tekstove objavljene u masovnim medijima analizirat ćemo

---

<sup>2</sup> Natuknica *decriminalize* u Merriam–Webster’s Online Thesaurus (pristupljeno 22. studenoga 2009).

u diskursu pravne znanosti kao klevetu i informacijskih i komunikacijskih znanosti, te kao protuobavijest.

Kleveta je neistinit iskaz, pa tako i štetan za osobna prava, a u Kaznenom zakonu Republike Hrvatske utvrđena je na ovaj način: “Tko za drugoga iznese ili pronese nešto neistinito što može škoditi njegovoj časti ili ugledu (...)” (NN 110/1997. i dalje u članku 200). Razlikuje se osnovno kazneno djelo klevete – obična kleveta i kvalificirani oblik klevete počinjen preko tiska, radija, televizije ili na javnom skupu zbog čega ona postaje pristupačna većemu broju osoba. Iznositi znači izjavljivati svoju spoznaju o nečem, a pronositi znači ponavljati tuđu tvrdnju i širiti nešto što je počinitelj doznao o drugoj osobi od neke treće osobe (Kaleb 2006: 17). U širem smislu neistinito znači i iskrivljavanje istine, fragmentarnu istinu, pseudodogađaj, izmišljanje podataka i fikijske interpretacije o njima. Klevetnička izjava mora biti takva da može škoditi časti i ugledu osobe, a može li u konkretnim slučajevima škoditi ocjenjuje sud. Kleveta je usmjerena protiv fizičke ili pravne osobe koja ne mora biti određena, dovoljno je da se može odrediti, odnosno da se u konkretnom slučaju može zaključiti na koga se odnosi. Klevetnička izjava može biti samo tvrdnja, a ne vrijednosni sud jer vrijednosni sud je mišljenje i ne može biti predmet dokazivanja. Iznošenje uvredljivih vrijednosnih sudova može prouzročiti građansku odgovornost, ali ne i kaznenu. Kazneni postupak pokreće se privatnom tužbom u subjektivnom roku od tri mjeseca od dana kada se doznalo za kazneno djelo i počinitelja.

Kada je kleveta pronesena masovnim medijima tada postaje i predmetom informacijskih i komunikacijskih znanosti. U tom diskursu integritet obavijesti narušen je u slučaju protuobavijesti ili dezinformacije i pogrešne obavijesti. Protuobavijest ustvari podrazumijeva djelovanje koje treba navesti primatelja, koji svjesno treba biti zavarano, da prizna kao valjan određeni opis stvarnosti povoljan za predlagača koji ga je predstavio kao pouzdanu i provjerenu informaciju. Svrha je dezinformacije svjesno varanje, pa je ona mnogo više od obična izobličavanja neke informacije (Tuđman 2003: 19, 53; Breton 2000: 62). Protuobavijesti, kao i kleveti, svrha je umanjiti društvenu vrijednost oštećenika. Pogrešna obavijest nastaje bez namjere za stvaranjem semantički štetne poruke.

Bez obzira na uzrok, semantička pogreška može prouzročiti nesporazume u socijalnim odnosima davanjem značenja, odnosno pogrešku u interpretaciji, što iskrivljuje poruku u odnosu prema činjenicama. Socijalne pogreške nastaju pri vrednovanju i uporabi obavijesti. Stvoriti pogreške u socijalnom djelovanju i odlučivanju osnovna je zadaća i namjera protuobavijesti (Tuđman 2003: 59–61).

Deontologija novinarstva nevjerodostojnu obavijest smatra neprihvatljivom komunikacijskom metodom što je i navedeno u međunarodnim, nacionalnim i strukovnim etičkim kodeksima.

Pronositi istinu, što je bitan dio novinarskoga posla, u međunarodnim je etičkim novinarskim kodeksima na prvim mjestima, u hrvatskom je slučaju, tijekom operacije dekriminalizacije klevete, bila na četvrtom mjestu, dok je iz Kodeksa časti Hrvatskoga novinarskoga društva (2009) pojam istine isključen. U Deklaraciji o načelima ponašanja novinara Međunarodne organizacija novinara (1954, <http://www.ifj.org>) u prvom članku istaknuto je: “Najvažnija je obveza novinara poštivanje istine i prava javnosti na istinu.” U Kodeksu časti hrvatskih novinara iz 2001. i 2006. obveza istinita obavještanja bila je definirana u članku 4: “Novinar je obavezan iznositi istinitu, uravnoteženu i provjerenu informaciju (...). Ima pravo i da ne otkrije izvor informacije, ali za objavljeni podatak snosi moralnu, materijalnu i *krivičnu odgovornost*.” Poslije operacije uvjeravanja i promjene mentalne predodžbe o kleveti u verziji Kodeksa iz 2009. članak 5. glasi: “Novinar je obavezan iznositi *točnu*, potpunu i provjerenu informaciju (...). Ima pravo i ne otkriti izvor informacije, ali za objavljeni podatak snosi odgovornost” (<http://www.hnd.hr/> – pristupljeno 17. veljače 2010). Izbrisani su termini *istina* (ono što postoji) i *kaznena odgovornost*, premda su obje kategorije utvrđene pravnim, etičkim i moralnim normama.

Nakon prihvaćanja Pakta o stabilnosti za jugoistočnu Europu 1999, akcije velesila za postizanje trajnoga mira, razvitka i stabilnosti, jačanja regionalne suradnje i uključenja zemalja toga područja u europske i euroatlanske integracije,<sup>3</sup> u Hrvatskoj je pokrenut proces za dekriminalizaciju veleizdaje, uvrede i klevete. Akcijom je upravljala međunarodna organizacija za zaštitu ljudskih prava *Article 19* u sklopu Svjetske kampanje za slobodu izražavanja (*Global campaign for free expression*). Za svoj legitiman i opravdan opći cilj djelovanja, u suradnji s Međunarodnom novinarskom organizacijom, proglasila je zauzimanje za slobodan pristup informacijama i nekažnjivo, kritičko izvještavanje u medijima. Posebno je pokrenuta operacija za blaže kažnjavanje klevete, ili nekažnjavanje, radi omogućavanja slobode kritike vlasti u zemljama nove demokracije ili u onima na niskoj razini demokratske

---

<sup>3</sup> Ta je akcija zakasnila jer velesile nisu odlučno reagirale i zaustavile srpsko-crnogorsku agresiju na Hrvatsku i Bosnu i Hercegovinu. Pakt o stabilnosti prihvaćen je kada je trebalo proširiti i zaštititi tržišne i političke interese jakih aktera u međunarodnoj areni. Tako je uz plemenite ciljeve – “mir, demokraciju, poštivanje ljudskih prava i gospodarski napredak” utvrđeno da bi države u skladu s procesom stabilizacije “slobodno birale ili mijenjale svoje sigurnosne aranžmane, uključujući i sklapanje sporazuma o savezima” (Milardović 2000: 28).

preobrazbe. U operaciji je sudjelovalo trinaest tzv. regionalnih partnerskih organizacija, a u Hrvatskoj je partner bio Hrvatski helsinški odbor. Ciljna skupina bili su vladini službenici, politički nositelji odluka, komunalni i regionalni službenici u tijelima državne uprave, nevladine organizacije, odvjetnici, novinari, mediji i zainteresirani građani.<sup>4</sup> Ciljne skupine otkrivaju vertikalnu strategiju odnosa s javnošću (od vrha prema dolje) s tendencijom prema socijalnoj promidžbi (horizontalnoj).

Globalna filantropska zadaća te nevladine organizacije uglavnom se ne odnosi na SAD i neke druge države stare demokracije, a prema modelu rada pripada području javne diplomacije, što je diljem svijeta proširen poseban oblik profinjene promidžbe velesila – SAD-a, Ujedinjenoga Kraljevstva, Francuske i nekih drugih.<sup>5</sup> U lobiranju, kao otvorenom promidžbenom zagovaranju, posredstvom te organizacije sudjeluju i nacionalne vlasti, a financije se crpe iz državnih proračuna (mrežu tvore pedeset dvije organizacije iz trideset zemalja). Organizacija je osnovana na temelju dobre vjere iz članka 19. *Opće deklaracije o pravima čovjeka* (Ujedinjeni narodi, 1948): “Svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu zadržavanja mišljenja bez vanjskih pritisaka te slobodu traženja, primanja i širenja *informacija* i ideja putem bilo kojega sredstva javnoga priopćavanja i bez obzira na granice.”

To univerzalno pravo, premda je utopijsko jer nema pravnu snagu, počiva na *informaciji* koja je u medijskoj paradigmi (odnosi se na informativne programske sadržaje) prema definiciji vjerodostojan prikaz nekoga zbivanja, odnosno pojave, događaja, ponašanja i akcije.

Za hrvatski je pravni sustav pravosnažna europska *Konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda*<sup>6</sup> (NN 18/1997) kojom je u članku 10. propisano:

“1. Svatko ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu mišljenja i slobodu primanja te širenja *informacija* i ideja bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice. Ovaj članak ne spre-

<sup>4</sup> Prema: [http://www.stabilitaetspakt-soe.de/hrv/europa/article\\_19/](http://www.stabilitaetspakt-soe.de/hrv/europa/article_19/) (pristupljeno 21. veljače 2007)

<sup>5</sup> Terminom *javna diplomacija* prvi se koristio Edmund Gullion, dekan Fletcher School of Law and Diplomacy, 1965. prigodom otvaranja Centra za javnu diplomaciju Edward R. Murrow. U američkoj administraciji termin *javna diplomacija* označuje promicanje njihovih državnih interesa razumijevanjem, obavještanjem i utjecajem na inozemnu javnost, na ciljne skupine (<http://www.publicdiplomacy.org> – pristupljeno 21. veljače 2010).

<sup>6</sup> Ta Konvencija (Rim, 4. studenoga 1950) dio je hrvatskoga pravnoga poretka i po pravnoj je snazi iznad zakona (članak 140. Ustava RH), a primjenjuje se od 5. studenoga 1997.



čava države da podvrgnu režimu dozvola ustanove koje obavljaju djelatnost radija ili televizije te kinematografsku djelatnost.

2. Kako ostvarivanje tih sloboda obuhvaća dužnosti i odgovornosti, ono može biti podvrgnuto formalnostima, uvjetima, ograničenjima ili kaznama propisanim zakonom koji su u demokratskom društvu nužni radi interesa državne sigurnosti, teritorijalne cjelovitosti ili javnoga reda i mira, radi sprečavanja nereda ili zločina, radi zaštite *zdravlja ili morala*, radi zaštite ugleda ili prava drugih, radi sprečavanja oduvanja povjerljivih informacija ili radi očuvanja autoriteta i nepristranosti sudbene vlasti.”

Dakle, sloboda izražavanja nije apsolutna, ona obuhvaća dužnost i odgovornost. Dužnost je u korelaciji i uzročnosti s pravnim i moralnim pravilima, navlastito s medijskim pravom koje tvore međunarodne konvencije, nacionalni propisi u području medijskoga prava, prava osobnosti i etički kodeksi. Medijsko pravo pravna je grana u nastajanju, povezano je s ljudskim pravima i pravom osobnosti, a u užem smislu regulira odnose između građanina i medija (Vodinić 2003: 9). Odgovornost za slobodu širenja informacija odnosi se na:

- a) slobodu širenja obavijesti u skladu s društvenom odgovornošću medija;
- b) na moguća ograničenja kada se objavljuju protuobavijesti (dezinformacije) radi zaštite prava i ugleda drugih, u našem slučaju medijskih klijenata (javnosti), ali i zaštite morala, sprečavanja zločina i očuvanja autoriteta i nepristranosti sudbene vlasti, što je u korelaciji i uzročnosti s vrijednostima moralnoga i pravnoga poretka.

Sloboda širenja informacija ne odnosi se na širenje protuobavijesti.

## Stvaranje suglasnosti za tzv. dekriminalizaciju klevete

Istražili smo proces stvaranja suglasnosti za relativizaciju značenja kaznenoga djela klevete, ublažavanje, odnosno izbjegavanje kažnjavanja počinitelja toga kaznenoga djela te promjenu mentalne predodžbe o novinarskoj istini u Hrvatskom novinarskom društvu. Metodom prikupljanja podataka i studija slučaja stvorili smo prigodan uzorak od trideset medijskih obavijesti od 2003. do 2006. u kojima smo identificirali aktivne varijable metoda uvjeravanja u fenomenu tzv. dekriminalizacije klevete (uzorak je kod autora). Jedinica analize je medijska objava, odnosno samo oni dijelovi relevantni za

naše istraživanje. Temeljni kriterij istraživanja bio je stupanj vjerodostojnosti obavijesti, odnosno istina konkretnoga iskaza. Metodom dekonstrukcije nastojali smo otkriti diskurs uvjeravanja suprotan pravnim i moralnim normama te objasniti skrivene komunikacijske namjere, odnosno diskurs koji uzima u obzir pravna i moralna pravila. U analizi sadržaja za filtraciju stupnja potiskivanja, iskrivljavanja i netočnosti podataka i obavijesti primijenili smo Berelsonov pristup raščlambi simboličke materije prema značajkama sadržaja, osobinama izvora i učincima sadržaja poruke (Berelson 1952: 26).

U Kaznenom zakonu iz 2003. u poglavlju o kleveti teret dokazivanja vjerodostojnosti podataka i obavijesti medijskih poruka u slučaju tužbe za klevetu i uvredu bio je na novinarima. Hrvatsko novinarsko društvo (HND) u priopćenju je istaknulo zabrinutost jer se izmjenom Kaznenoga zakona sužava sloboda govora te olakšava progon i kažnjavanje za informacije koje mogu povrijediti nečiji ugled i čast.<sup>7</sup> Tako je HND, suprotno tada valjanomu članku 4. Kodeksa časti hrvatskih novinara, izvan konteksta odredaba Međunarodne novinarske organizacije i suprotno moralnomu poretku građanskoga društva, relativizirao društveno značenje protuobavijesti koje se mogu kazniti kao klevete. Samo priopćenje pripada diskursu uvjeravanja jer u pravilu iznosi argumente samo jedne strane, kao što je i HND argumentirao da se sužava sloboda govora kao opće pravo, ali nije naveo da je zakonska namjera sankcioniranje odgovornosti za izrečeno u slučaju kada je prekoračen utvrđeni okvir slobode izražavanja. Vlada Republike Hrvatske već je idući dan objasnila kako se ne ograničava sloboda govora i informiranja, nego da će klevetničke informacije biti kažnjene jer nitko, pa ni novinar, nema pravo svjesno iznositi tvrdnje za koje sam zna da su lažne, u diskursu tada pravovaljanih pravnih i moralnih pravila.

Kada je u srpnju 2004. na uvjetnu zatvorsku kaznu zbog klevete u prilogu *Splitski akvarel* HTV-ove emisije *Latinica* nepravomoćno osuđena novinarka Ljubica Letinić, a glavnomu uredniku *Novoga broskog lista* prijetio zatvor zbog neplaćanja kazne za klevetu, ondašnja ministrica pravosuđa i predsjednica stranke Demokratskoga centra Vesna Škare-Ožbolt reagirala je u diskursu uvjeravanja suprotnom pravnim i moralnim normama. Tako je 16. srpnja 2004. zajamčila da novinari zbog klevete više neće moći biti osuđeni na zatvorske kazne, nakon što je izmjenama Kaznenoga zakona dekriminalizirana novinarska kleveta i da Miroslav Jurić neće ići u zatvor zbog klevete jer mu je plaćena novčana kazna.<sup>8</sup> Na presudu gospođi Letinić reagirala je

<sup>7</sup> HIB Eva 15. srpnja 2003: “Izmjene Kaznenog zakona sužavaju prostor slobode govora”, priopćenje.

<sup>8</sup> HIB Eva, 16. srpnja 2004: “Ministrica jamči da novinari neće ići u zatvor zbog klevete” i 19. srpnja 2004: “Škare Ožbolt: u ovoj zemlji novinari neće ići u zatvor” (konferencije za novinare).

20. srpnja i Udruga medija jugoistočne Europe (SEEMO) koja je “izrazila zabrinutost” u pismu predsjednicima Vlade i Hrvatskoga sabora – Ivi Sanaderu i Vladimiru Šeksu.

Suprotno demokratskim načelima nemiješanja izvršne vlasti u sudsku vlast, ministrica je iskoristila svoju političku dužnost i na konferenciji za novinare uvjerala javnost da je novinarska kleveta dekriminalizirana i da novinari više neće moći biti osuđeni na zatvorske kazne, premda je takva kazna ukinuta tek dvije godine kasnije. Protupravno je iznositi i mišljenje u masovnim medijima o sudskim odlukama u kaznenom postupku koji je u tijeku.<sup>9</sup> Naknadno je gospođa Škare-Ožbolt priznala da je ona platila kaznu (12 600 kuna) za gospodina Jurića koji je bio osuđen zbog klevete na novčanu kaznu, no zamijenjena je kaznom zatvora jer ju nije platio (*sic!*).

Kada je presuda na uvjetnu zatvorsku kaznu gospođi Letinić postala pravomoćna, priopćenjem je 11. veljače 2005. reagiralo Hrvatsko novinarsko društvo jer je bilo neugodno iznenađeno da se novinarima dosuđuju zatvorske kazne, iako je ministrica pravosuđa više puta javno isticala kako je navodno izmjenama Kaznenoga zakona kleveta dekriminalizirana. No, zakonska je odredba samo malo ublažena, ali kleveta nije dekriminalizirana.<sup>10</sup> Ministrica Ožbolt istoga je dana navečer priopćenjem Ministarstva pravosuđa poduprla namjeru gospođe Letinić da zatraži od Vrhovnoga suda zaštitu zakonitosti jer poslije izmjene Kaznenoga zakona novinari ne mogu kazneno odgovarati zbog klevete koja je *de facto* dekriminalizirana.

Tako je u hrvatska ministrica pravosuđa, suprotno svetomu načelu trodiobe vlasti u demokratskom društvu, u diskursu uvjeravanja suprotnom pravnim i moralnim normama, utjecala na stvaranje mišljenja, što su medijski klijenti mogli percipirati kao znanje. Ministrica nije upozorila na svrhu pravosudne zaštite od klevete, ni na obveze novinara o istinitom prikazu stvarnosti, ni o potrebnim ograničenjima slobode izražavanja radi zaštite građanina kada je riječ o kleveti. Ministrica je umjesto valjane argumentacije ponudila protuobavijest jer izmjenom zakona od 1. listopada 2004. nije za klevetu ukinuta kazna zatvora niti je kleveta dekriminalizirana. Za uvjeravanje je uporabljena metoda poluge autoriteta (ministrica) kako bi se javnost uvjerila da je tzv. dekriminalizacija klevete pouzdana informacija jer dolazi

<sup>9</sup> U Kaznenom zakonu, u poglavlju *Prisila prema pravosudnom službeniku* stoji: “Tko za vrijeme postupka pred sudom, a prije donošenja pravomoćne sudske odluke, u javnim sredstvima priopćavanja, na javnom skupu ili pred skupinom ljudi, iznosi svoje mišljenje o tome kako bi u tom slučaju pravosudni dužnosnik trebao postupati ili kakve odluke donositi ...” (NN 110/1997. i dalje).

<sup>10</sup> HIB Eva, 11. veljače 2005: “HND neugodno iznenađen presudom novinarki traži dekriminalizaciju klevete”, priopćenje.

iz Ministarstva pravosuđa. Informacijsku asimetriju te obavijesti mogli su prepoznati samo medijski klijenti s dubinskim poznavanjem te problematike, tako da je vjerojatno većina primatelja obavijesti ostala diskriminirana za istinu. Najveća hrvatska novinarska organizacija – HND – u priopćenju je pravilno utvrdila da *kleveta nije dekriminalizirana*, kako je tvrdila ministrica, ali nije upozorila da nisu poželjne poruke s nevjerodostojnim sadržajem jer su suprotne međunarodnim i nacionalnim pravilima komuniciranja u masovnim medijima (*contra clara verba juris et legis*).

Na američkoj državnoj postaji *Glas Amerike* 7. travnja 2005. savjetnik za Europu u nevladinoj organizaciji Odbor za zaštitu novinara iz New Yorka Alex Lupis izjavio je da su Hrvatska i Srbija rijetke europske zemlje u kojima novinar zbog *navodne* klevete tijekom obavljanja svojega posla može završiti u zatvoru.

U diskursu uvjeravanja, izvan okvira pravnih i moralnih normi, objavljena je i pronijeta protuobavijest da je Hrvatska *rijetka europska zemlja u kojoj novinar zbog navodne klevete tijekom obavljanja posla može završiti u zatvoru*. Prvo, od četrdeset šest država, članica Vijeća Europe, u šest uglavnom postkomunističkih država ukinuta je kazna zatvora za klevetu (13 %), pa nije pošteno tvrditi da je Hrvatska po tom iznimka (*rijetka europska zemlja*).<sup>11</sup> Semantičkom manipulacijom da se zbog *navodne klevete tijekom obavljanja posla može završiti u zatvoru*, nastoji se uvjeriti medijskoga klijenta da u spomenutim državama ne funkcionira pravosuđe jer se zbog nečega što je *navodno*, dakle onoga što nije utvrđeno niti potvrđeno kao vjerodostojno, činjenična tvrdnja (prema pričanju, tobože, možda i ogovaranje), može završiti u zatvoru. Takvim komunikacijskim konceptom uvjeravanja omogućuje se upravljanje javnim znanjem posredstvom hrvatskih medija u kojima novinari, kada se relativizira kleveta, više ne će strahovati zato što su prema savjetu predlagača ili zbog promijenjena opažaja objavili obavijest suprotnu pravnim, etičkim i moralnim normama.

Dobro je podsjetiti da je cijeli proces kampanje odnosa s javnošću pokrenula globalna organizacija *Article 19* sa širokom suradničkom mrežom, a da *Glas Amerike* pripada promidžbenoj medijskoj mreži američke vlade (javna diplomacija) i da je emitiranje programa te postaje zabranjeno u SAD-u.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Examination of the alignment of the laws of defamation with the relevant case-law of the European Court of human rights, including the issue of decriminalisation of defamation. Council of Europe, 15 March 2006. (<http://www.coe.int/> – pristupljeno 15. prosinca 2008).

<sup>12</sup> Program ove globalne promidžbene medijske mreže pripremljen je za inozemstvo i ne može biti emitiran u SAD-u. Priopćenja i informacije GA na engleskom jeziku dostupni su, na zahtjev, medijima, studentima i članovima Kongresa (Smith–Mundt Act 1948, par. 501a, [www.usaid.gov](http://www.usaid.gov) – pristupljeno 27. travnja 2006).

U HTV-ovoj emisiji *Otvoreno* 8. studenoga 2005. voditeljica Hloverka Novak-Srzić ponovila je, pozivajući se na izjave ministrice Ožbolt, da je kleveta dekriminalizirana (horizontalna promidžba). Sudac Ranko Marijan, sudionik u emisiji, morao ju je uvjeravati da kazneno djelo klevete postoji i da kleveta nije dekriminalizirana.

Izmjenama i dopunama Kaznenoga zakona od 28. lipnja 2006. (NN 71/2006) s primjenom od 1. listopada 2006. ublaženo je kažnjavanje klevete u prvom koraku tako da je ukinuta zatvorska kazna, a u drugom možda i novčana kazna kao mjera zadovoljštine oštećenoga (oklevetane osobe), a ne kao kazne za klevetnika. Ako novčana kazna nije dobrovoljno u cijelosti ili djelomice plaćena u roku određenom presudom, prisilno će je naplatiti Porezna uprava Ministarstva financija. No, ako se kazna ni tako nije mogla izvršiti, sud će je uz pristanak okrivljenika zamijeniti radom za opće dobro na slobodi. Postavlja se pitanje: ako okrivljenik na tu zamjensku kaznu ne pristane, može li u tom slučaju biti prisiljen na rad? Prema članku 23. Ustava Republike Hrvatske (NN 41/2000, 55/2001) zabranjen je prisilni i obvezatni rad, a kako je to najviši pravni akt, okrivljenik ne bi mogao biti prisiljen na rad za opće dobro na slobodi. Opisanim uređenjem zakonodavac je omogućio da sankcija uopće ne bude izvršena, odnosno da sud izriče kazne koje se ne mogu izvršiti.

## Zaključak

Smatramo da je razlog promjena za ukidanje zatvorske kazne u slučaju klevete i prebacivanje dokazivanja na tužitelja bila posljedica želje da se u većoj mjeri osigura sloboda izražavanja u skladu s načelima građanskoga društva. U proces promjena kaznenih odredbi o kleveti bile su uključene međunarodne i hrvatske organizacije koje su, uz već opisane metode upravljanja javnim znanjem, temeljile komunikacijsku strategiju i na metodi “namještanja karata” (*card stacking*) opisanoj u teoriji promidžbe Instituta za analizu propagande kao efikasnoj za obmanjivanje u komunikacijskom procesu.<sup>13</sup>

Takvim zakonskim uređenjem kaznenoga djela klevete omogućuje se iznošenje neistina u vezi s nečim ili nekim jer se propisana sankcija zapravo

---

<sup>13</sup> Metodu “namještanja karata” rabe akteri u službi odnosa s javnošću (promidžbe) za “ubijanje” istine tako da se koriste svim mogućim načinima kako bi obmanuli primatelja obavijesti i tako osigurali podršku sebi, politici, svojoj naciji, skupini, vjerovanjima, idealima, dogmi. Cilj je zbuniti primatelja i proizvesti pozitivan efekt za svoju stvar (*How to Detect Propaganda in Propaganda Analysis*. 1938. New York: Institute for Propaganda Analysis 1: 5–8).

ne može izvršiti, a novinare se neizravno potiče da se ne pridržavaju deontologije, zakonskoga i moralnoga postupanja. Smatramo da je zakonodavac osigurao slobodu medija i preko dopuštene granice jer zadatak je pravnoga sustava štititi ljudska prava, a ovakvim se uređenjem kaznenoga djela klevete to trenutačno ne omogućuje. Zakonodavac je želio omogućiti slobodu izražavanja, ali je time očito onemogućio efikasnu zaštitu temeljnih ljudskih prava – u ovom slučaju pravo na ugled, čast i dostojanstvo.

Dokazali smo da se u diskursu uvjeravanja suprotnom pravnim i moralnim normama manipuliralo semantičkim vrijednostima medijskih poruka samo zbog koristi za predlagače (identificirani kao centri moći koji su financirali operaciju uvjeravanja) i da je cilj bio suprotan vrijednostima u kontekstu dobra za sve. Također smo dokazali promjenu društvenih vrednota, jer je iz Kodeksa časti hrvatskih novinara (HND-a) u definiciji novinarskih obveza izbačen termin *istina*. Za daljnja istraživanja ostaje otvoreno pitanje zašto je nevjerodostojna medijska poruka prihvatljivija novinarskomu zanimanju i hrvatskomu pravosudnomu sustavu od jednostavnijega rješenja da novinari i mediji trebaju objavljivati vjerodostojne podatke i obavijesti.

## Literatura

- Berelson, Bernard. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: The Free Press.
- Bernays, Edward L. 1928/2005. *Propaganda*. New York: Horace Liveright.
- Bernays, Edward L. (ur.) 1955. *The Engineering of Consent*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Breton, Philip. 2000. *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio.
- Hebrang, Branko. 2007. *Negativna paradigma odnosa s javnošću/promidžbe. Komunikacijske znanosti*. Zagreb: Hrvatski studiji sveučilišta u Zagrebu.
- Hebrang, Branko. 2009. *Politička promidžba kao negativna paradigma*. Zagreb: Filozofski fakultet, disertacija.
- Kaleb, Zorislav. 2006. *Isključenje protupravnosti kod novinarske klevete*. Zagreb: Informator br. 5222/5223.
- Leigh, Robert D. 1947. *A Free and Responsible Press. A General Report on Mass Communications: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lippmann, Walter. 1995. *Javno mnijenje*. Zagreb: Naprijed.
- Milardović, Anđelko. 2000. *Zapadni Balkan. Pojam, ideje i dokumenti o rekonstrukciji Balkana u procesu globalizacije*. Osijek – Zagreb – Split: Panliber.