

Tamara Kunić¹, Matija Mato Škerbić², Ivo Džinić³

Moralne i etičke dimenzije prakticiranja kulturnih djelatnosti: mediji i sport

Kultura je fenomen koji na temelju čovjekove racionalnosti, pa samim tim i sposobnosti za simboličko izražavanje i djelovanje, isključivo pripada njemu, a on, pak, svoje ponašanje može pretvoriti u komunikativno djelovanje. Kulturu komuniciranja možemo shvatiti kao poštivanje etičkih vrijednosti, prisutnost osobnih smjernica koje odobrava društvo te uvažavanje kriterija javne rasprave (Habermas, 1984), a koji se odnose na uključivost, slobodu i autonomnost, jednakost svih sudionika, iskrenost i argumentiranost. Globalna javna sfera, koju je omogućio Internet, izbrisala je granice dostupnosti pojedinih medija. Nedostatak kulture komuniciranja na virtualnim forumima, negativno intonirani govor, pa i govor mržnje, često su tema rasprave u javnosti, među medijskim djelatnicima i znanstvenicima. Cilj ovog rada istražiti je i identificirati nove kulturne paradigme u digitalnom okruženju; istražiti i analizirati etičke vrijednote koje utječu na virtualnu i fizičku kulturu ljudskog djelovanja i odnošenja. U tom smislu, kao *studiji slučaja* pažnja će se posvetiti konkretnom primjeru sportskih kolumni koje je pisao bivši proslavljeni nogometaš Mario Stanić.

Ključne riječi: kultura komuniciranja, etičke vrijednote, mediji, sport, kolumne Marija Stanića

-
- 1 doc. dr. sc. Tamara Kunić, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za komunikologiju, Borongajska cesta 83d, Zagreb, Hrvatska. E-pošta: tkunic@fhs.hr.
 - 2 doc. dr. sc. Matija Mato Škerbić, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za filozofiju i kulturologiju, Borongajska cesta 83d, Zagreb, Hrvatska. E-pošta: mskerbic@fhs.hr.
 - 3 prof. dr. sc. Ivo Džinić, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za filozofiju i kulturologiju, Borongajska cesta 83d, Zagreb, Hrvatska. E-pošta: idzinic@fhs.hr.

1. Medijska kultura

Kultura kao aktivnost iziskuje visok stupanj zajedničkog sudjelovanja jer njome ljudi stvaraju vlastito društvo i vlastiti identitet (Kellner, 2004). Mediji i kultura isprepleću se na četirima razinama: informiranje građana o kulturnim zbivanjima, kritička percepcija kulturnih dostignuća, stvaranje kulturnih vrijednosti, mediji kao dio kulturne tradicije (Lipovčan, 2003). Medijska kultura je visoke tehnologije koja predstavlja jedan od izvora usvajanja kulturnih elemenata, a koju čine medijski sadržaj i sredstva njenog emitiranja. Digitalna konvergencija, odnosno razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija, donijela je promjene i u kulturi komuniciranja. Kultura komuniciranja obuhvaća poštovanje normi standardnoga jezika u govoru i pisanju (Škarić, 1988), ali i zadovoljavanje kriterija javne rasprave (Dahlberg, 2007).

Dahlberg (2001:615) smatra kako je internet unaprijedio političku debatu i sudjelovanje građana i smatra ga idealnim mjestom za vođenje kritičkih i racionalnih debata koje u konačnici doprinose razvoju demokracije. Govori o komunikaciji u javnoj sferi kao inkluzivnoj, slobodnoj, jednakoj, poštenoj, razumnoj i reflektivnoj (Dahlberg, 2007: 49). Dahlberg svoje ideje o javnoj komunikaciji, kako u medijima, tako i u drugim sferama prakticiranja kulture, promatra unutar Habermasove teorije diskurzivne etike. U idealnim uvjetima, idealna komunikacija između dvaju ili više sudionika trebala bi osigurati logičnu i koherentnu argumentaciju. Takva argumentacija, odnosno dokazi utemeljeni na činjenicama, vodila bi do zajedničke potrage za istinom i konačno sporazumom, koji bi se temeljio na najboljem argumentu (Ruiz et al., 2011: 466).

Freelon (2010: 1177-82), opisuje tri komunikacijska modela koji su specifični za modernu komunikaciju na digitalnim forumima, ali i unutar prostora koji medijske kuće otvaraju svojim čitateljima želeći ih tako potaknuti na interakciju i sudjelovanje u kreiranju medijskog sadržaja:

- 1) liberalni individualistički model, koji karakterizira monolog, odavanje osobnih podataka, prepričavanje iskustava te uvrede i neprihvatljivi govor,
- 2) komunitaristički model identificira snažnu povezanost, ideološku i komunikacijsku pripadnost istomišljenika, poziv na zajedničko djelovanje i propitivanje stavova unutar zajednice,
- 3) deliberativni model, koji opisuje racionalnom i kritičkom argumentacijom, usmjerenošću na javni interes, ravnopravnost među sudionicima, usmjerenost na temu rasprave, komunikacija s neistomišljenicima i međusobno propitivanje stavova.

Ovu vrstu digitalne komunikacije karakterizira još nekoliko značajki. Internet je prostor koji korisnicima omogućuje izražavanje svojih stavova i komunikaciju bez ograničenja i gotovo uvijek bez kontrole. Internetske postavke korisnicima olakšavaju skrivanje identiteta, a u nekim slučajevima čak i privatnih informacija, što snažno utječe na karakteristike komunikacije u digitalnoj javnoj sferi. Ovakvi tipovi komunikacije potvrđuju neke od glavnih argumenata pobornika Interneta, a to je da će globalna mreža međusobno povezanih korisnika postati sila demokracije i dobra u cijelom svijetu čime će se ukinuti monopol nad informacijama i centralizirana kontrola nad komunikacijama (McChesney, 2004). Skeptici pak tvrde da se javlja sve veći broj usamljenih ljudi, znanje je površniji i slabije, a ljudi postaju ovisni o internetu (ibid).

2. Kulturna konvergencija medija i neprihvatljivi govor

U današnjoj kulturnoj medijskoj konvergenciji teško je odrediti gdje prestaje amaterizam i počinje profesionalizam (Rosenstiehl, 2013: 33). Nestao je stari jaz koji je dijelio novinare od javnosti, producente od potrošača, a javni se konsenzus dramatično smanjio, čime su se rastegnule i etičke granice komuniciranja. U ekosustavu digitalnih medija, granice među proizvođačima, publikom, sadržajem, tehnologijom i poslovima nestaju kako platforme i algoritmi sve više prikupljaju i distribuiraju informacije putem više kanala, enormnom količinom informacija i zabavnih sadržaja koji su neprimjetno integrirani u ljudske živote, a građani sve više interaktivno sudjeluju u stvaranju medijskih sadržaja u obliku komentiranja vijesti, slanja priča ili dijeljenja vijesti na društvenim mrežama (Suau, Masip, 2014).

U takvim uvjetima sudjelovanja u masovnim medijima, koji i dalje postavljaju agendu i smjer rasprave, komunikacija građana ne zadovoljava uvijek elemente konstruktivne javne rasprave, niti doprinosi promociji javnog diskursa. Medijski napisi mogu snažno utjecati na to kako različite strane doživljavaju konflikt i aktere priča, bilo prema izboru priča koje se pokrivaju ili emitiraju, bilo prema izvorima koje koriste ili stavu koji zauzimaju prema etičnom izvještavanju (Reychler, Paffenholz, 2001: 302). U takvoj se atmosferi pojavljuju i takozvani „mrzilački mediji“ (*hate media*), koji se mogu definirati kao oni koji podržavaju nasilne aktivnosti, tenzije ili mržnju među rasama, etničkim skupinama ili društvenim grupama, zemljama, kako bi postigli političke ciljeve ili pojačali sukobe prikazujući samo jednu, pristranu stranu ili mišljenje i kako bi

obmanuli javnost (Reychler, Paffenholz, 2001: 304). Mrzilački mediji primjer su kako se sloboda govora koristi kako bi se namjerno pogoršale postojeće tenzije među zemljama i unutar njih rasplamsavajući nacionalističke osjećaje i/ili etničku mržnju. Cohen Almagor (2001.) ističe kako je prilikom određivanja govora mržnje ili neprihvatljiva govora bitan i sadržaj govora, način izražavanja govora, namjere i motivi govornika te okolnosti u kojima se odvija govor, što dovodi do različitih definicija neprihvatljiva govora u različitim kulturama, političkim sustavima, a u konačnici i nedosljednoj sudskoj praksi.

Osim mrzilačkih medija, i komunikacija koju građani ostvaruju u medijima i putem medija može posve kršiti etičke standarde. Unatoč velikomu demokratskom potencijalu, doprinosi čitatelja medijskom sadržaju nisu pretjerano promišljeni; impulzivni su, plići, agresivniji i nepristojniji od drugih oblika participacije publike (Reich, 2011). Istraživanja neprihvatljiva govora na internetu pokazala su kako su manjine i žene najčešće žrtve neprihvatljiva govora i uvreda u komentarima čitatelja na informativnim portalima (Kunić, 2022; Manne, 2017; Zuckerberg, 2018). Kako javna sfera nije neutralan prostor i u njoj se reflektiraju nejednakosti koje se doživljavaju u izvanmrežnom svijetu, ove su skupine jedne od meta napada na internet, ali i u stvarnom životu. Zbog svoje globalne, neposredne i participativne prirode internet može postati prostor za izražavanje i širenje netolerantnih ideja i uvjerenja te mjesto za zagovaranje i širenje diskriminacije koja potencijalno može dovesti i do zločina iz mržnje (Lopez, Lopez, 2017: 12). Rekonstrukcija nove digitalne etike komuniciranja mora se pozabaviti s trima problemima: digitalizacijom medija, globalizacijom medija i korištenjem digitalnih, globalnih medija za širenje dezinformacija, lažnih vijesti i netolerantne ideologije (Ward, 2021: 23). Odgovornost za kulturu komuniciranja u novom digitalnom okruženju, a u sklopu medijske kulture, nije više samo na medijskim profesionalcima, nego i na amaterima kojima mediji svakodnevno ustupaju sve više prostora tretirajući ih kao ravnopravne sudionike u proizvodnji medijskih sadržaja za široku publiku.

3. Otvorena medijska etika

Ward i Wasserman (2010) ispitali su kako takva evolucija medija promiče prijelaz sa zatvorene profesionalne medijske etike na „otvorenu medijsku etiku“, gdje je etika briga svih građana. Ti su procesi posebno vidljivi u svjetskim

medijima gdje se sučeljavaju različiti normativni okviri, a publika različito reagira na medijske sadržaje ovisno o svojoj političkoj, kulturnoj i društvenoj poziciji. Prvi novinarski kodeksi zahtijevali su od novinara profesionalnost, služenje javnosti i objektivno izvještavanje, odvajanje vijesti od mišljenja i održavanje uredničke neovisnosti (Ward, 2010: 142-143). S konvergencijom medija i dolaskom masovnih tehnologija za proizvodnju, reprodukciju i dijeljenje sadržaja, medijska etika također se promijenila u smislu korisnika kojima je upućena, razina i vrsta sudjelovanja te sadržaja. Kako bi odgovorila na etičke izazove novog digitalnog doba, Ward (2021) predlaže reformu medijske etike na tri razine:

(1) reforma moralne ideologije novinarstva, odnosno što je novinarstvo, koji su temeljni profesionalni principi i kako se oni ostvaruju;

(2) reforma „sadržaja“ novinarske etike, odnosno koje su nove smjernice potrebne kako bi se valjano pristupilo problemima komunikacije u digitalnoj javnoj sferi;

(3) reforma medijskih institucija i struktura, koja se odnosi na okupljanje novinara, građana i drugih skupina, na lokalnoj i globalnoj razini, kako bi zajednički radili na detoksikaciji javne sfere, poboljšali mehanizme medijske odgovornosti i izvršili pritisak na one koji ne slijede etičke i kulturne oblike komuniciranja.

U digitalnoj kulturnoj konvergenciji građani su ti koji preoblikuju medijsku etiku putem novih medija, a u isto vrijeme oni su potencijalni akteri za stvaranje globalnog etičkog diskursa koji je uključiv i participativan. Etika se više ne odnosi samo na ponašanje novinara i urednika u redakcijama, već se tiče svih koji su uključeni u kreiranje sadržaja. Ward i Wasserman (2010: 282) stoga vjeruju da je etika „stvar svih nas koji dijelimo nagađanja, glasine, činjenice, fotografije, informacije i mišljenja globalnom komunikacijskom mrežom.“

4. Medijska etika i sport: slučaj kolumni Marija Stanića

Kao konkretan primjer iskoristit ćemo sportske kolumne koje je pisao Mario Stanić, istaknuti bivši nogometaš Dinama iz Zagreba, talijanske Parme, portugalske Benfice i engleskog Chelsea te brončani hrvatski reprezentativac iz 1998. godine. U ovom je osvrtu korišteno 18 tekstova objavljenih kao kolumne na portalima *igralište.hr* i *net.hr* te u dnevnim novinama „Sportske novosti“ (SN) između 2011. i 2017. godine.

Stanićevi su tekstovi donijeli novi, svježiji i nadasve neposredni pogled na sportsko-nogometnu stvarnost iz jedinstvene perspektive koja se temelji na i proizlazi iz iskustva bivšeg vrhunskog nogometaša. U svom izričaju, Stanić je izravan, iskren i duhovit, uvijek donoseći stav i reakciju.

Zanimljivo je kako očite manjkavosti koje se mogu uočiti u tekstovima kolumni – poput spisateljske ograničenosti i simplificiranosti, skućenijeg vokabulara, korištenja jeftine sofistike i „narodskih“ uzrečica i floskula, smanjenog analitičkog dosega, (koji su vjerojatno povezani s) manjkom formalnog obrazovanja – nimalo ne umanjuju njihovu vrijednost, posebnost i važnost. Naime, vrlo je rijedak slučaj u kojem se čuje glas „iz svlačionice“ odnosno od sportskog profesionalca, a posebice na ovako izravan i precizan način. Stanićeva perspektiva iz koje promatra i razmatra nogomet jedinstvena je i unikatna jer proizlazi iz profesionalnog igračkog praktičkog iskustva koje novinari, baš kao i čitalačka publika, nikako ne mogu imati. Iako grubo i neizbrušeni te prema opsegu kratki, njegovi su pogledi svježiji, drukčiji, neposredni, precizni, efektni i jasni.

Njegovi su tekstovi izabrani za ovaj rad zbog toga što su svojevrsan egzemplar iz više razloga. U prvom redu jer su izrazit primjer komunitarnog modela medijske komunikacije s nekim elementima deliberativnoga. Tako se Stanić obraća zajednici praktičara nogometnog sporta (Škerbić, 2021), uz pozive na propitivanje svojih stavova i (moralnije) djelovanje. U drugom redu, zbog izrazito moralnih inklinacija i karaktera kolumni koje imaju konačnu inklinaciju k uspostavljanju moralnog prakticiranja sporta odnosno nogometa, kao jedne iz širokog spektra ljudskih djelatnosti koje čine kulturu. Stanićevi su tekstovi nadasve moralno upozoravateljski i prokazateljski na cijeli niz moralnih mana i nemoralnih pojava (Tablica 1.) koje uočava u i oko sporta odnosno nogometa.

Konkretnije, Stanić donosi reakcije i upozorenja na moralno upitne, nemoralne i nepravedne prakse, pojave i čine, te vrši njihovo razotkrivanje. No, ne staje na razotkrivanju i prokazivanju, već traži proaktivnost i potiče (re)akciju. On poziva na zauzimanje stava protiv nemoralna i nepravdi te daje smjernice za moralno ponašanje odnosno nudi alternative poput prizivanja i slijeđenja vlastite savjesti, te očuvanja uvriježenih moralnih vrijednota i stjecanja vrlina.

Tablica 1. Moralne vrijednote i vrline, nemoralne pojave i mane

Moralne vrijednote	Moralne vrline	Nemoralne pojave	Moralne mane
Poštenje i <i>fair-play</i> Poštivanje i zaštita ženskih prava Humanitet Poštovanje vrijednosti Snošljivost Domoljublje	Skromnost Samokritičnost Lojalnost Nepotkupljivost Odgovornost Hrabrost Nepotkupljivost Razboritost Poniznost Upornost	Politički nepotizam i protekcijonizam Nepravde Relativizacija vrijednosti Korupcija Nepoštivanje i zaobilaženje zakona Prijevare Zastrašivanje Egoizam /sebičnost Omalovažavanje	Nesnošljivost Licemjerje Neodgovornost Ulizivanje Nasilnost Nekompetentnost Glupost Lakomost Netrpeljivost

Tako Stanić zadire u cijeli niz iznimno važnih pitanja sporta kao aspekta ljudske kulture. U tematskom smislu, kako je prikazano u Tablici 2., tekstovi se mogu podijeliti u četiri bloka: 1) komentari i osvrti na nogometnu reprezentaciju Hrvatske, 2) angažirani tekstovi i reakcije, 3) obrane sportaša, i 4) kritike prijedloga i nastojanja u nogometu.

Tablica 2. Teme kolumni

Teme tekstova	Broj tekstova	Godine izdanja	Mjesto objavljivanja
Komentari i osvrti na nogometnu reprezentaciju Hrvatske (SP Brazil, kvalifikacije za SP)	4	2013., 2014.	<i>igraliste.hr</i> , <i>net.hr</i>
Angažirani tekstovi i reakcije (političari; prodaja sportaša; status sportaša; navijači; Z. Mamić)	8	2011.–2017.	<i>igraliste.hr</i> , „Sportske novosti“
Obrane sportaša/nogometaša (D. Srna, L. Modrić, J. Kostelić)	2	2015., 2017.	<i>igraliste.hr</i> , „Sportske novosti“
Kritike prijedloga i nastojanja u nogometu (modernizacija; tehnologije; M. Platini i UEFA)	4	2012.–2014.	<i>igraliste.hr</i>

Pa ipak, Stanićev tekst iz lipnja 2017. godine (Stanić, 2017) u kojem nastoji (o)braniti Luku Modrića pred kritikama javnosti zbog svjedočenja na suđenju Zdravku Mamiću u Osijeku 13. lipnja 2017. (Štefančić, 2017) potpuno odstupa od opisanog obrasca. U njemu, s ciljem obrane L. Modrića pred javnosti, Stanić primjenjuje trostruki postupak: 1) miješa slučaj Luke Modrića na sudu u Osijeku s međusobno nepovezanim i zapravo potpuno odvojenim slučajem vrijeđanja Janice Kostelić te o njima govori kao da su identični, 2) negira i omalovažava moralne norme i moralno ispravno postupanje, te 3) *ad hominem* vrijeđa i napada (moguće) neistomišljenike.

U smislu teme ovog rada, posebno ćemo se osvrnuti na postupke omalovažavanja morala s jedne strane te vrijeđanja neistomišljenika s druge strane jer ih smatramo osobito važnim i zabrinjavajućim.

Svoju „obranu“ Modrića, Stanić vrši u dvama koracima i na dva načina. U prvom koraku on u diskurs uvodi nepravednu državu i njene institucije, koje „ne štite slabije i poštene” nego se kao jače izivljavaju nad slabijim (Modrićem) uz zaključak da bi se zapravo njima trebalo suditi (dakle političarima i pravosuđu). Ovdje nikako nije jasno na koji se to točno način institucije izivljavaju na Modriću i kako je to točno država nepravedna prema njemu? U drugom pak koraku „opravdava“ Modrića jer je samo „napravio ono što su napravili svi” i „ništa što već mnogi drugi nisu napravili” odnosno što bi „na njegovu mjestu napravila većina”. Ovakvo moralno rezoniranje nužno odvodi u moralno dezorijentiranje i izgubljenost te omalovažavanje, obezvrjeđivanje i umanjivanje uloge i snage moralnih vrijednota i vrlina. Naime, ako nam elementarno poštenje, moralna ispravnost, iskrenost pred sudom i poštivanje zakona nisu neke od temeljnih moralnih vrijednota, onda se postavlja pitanje što jest. Da bude sasvim razvidno, naš nemoralan čin ne postaje ništa manje nemoralan zbog toga jer ga i drugi čine, baš kao što nemoralno činjenje drugih ne amnestira naše nemoralno činjenje. S druge pak strane, opći nemoral društva ili nemoralni kontekst u kojem smo neposredni (ne)moralni akteri ni na koji način i ni najmanje ne umanjuje i ne dotiče univerzalne moralne vrijednote i vrline, te potrebu ili dužnost da ih slijedimo i njima se vodimo u moralnom odnošenju spram drugih i drugog. Konačno, ovakav javni istup utječe na dovođenje u pitanje valjanosti, važnosti i uloge općih moralnih vrijednosti i oportunitizam u smislu povoda za „većinom koji bi učinili isto“, umjesto da potiču na principijelnost u stavovima i nepokolebivost u zauzimanju za ono što je neupitno moralno i dobro.

Naravno da pritom valja u obzir uzeti i činjenicu da se u ovom kontekstu radi o vrhunskim sportašima koji, bilo svojim izjavama, bilo svojim postupcima, značajno mogu utjecati na zainteresiranu javnost, a posebno na mlađe generacije u smislu formiranja njihovoga sustava vrijednosti.

Ovime Stanić radi najmanje trostruki promašaj. S jedne strane, umanjio je sve što je u dotadašnjim kolumnama pisao, kako nastojanja oko upozoravanja na i umanjivanja nemorala koji je beskompromisno prokazivao, tako i umanjivanja važnosti vrjednota i vrlina za koje se zalagao. S druge strane, šalje poruku da bi neki pojedinci trebali biti ili jesu iznad osuda i dohvata moralnih prosudbi i normi, pa čak i zakonskih regulativa. Konačno, kao javna osoba kojoj je stalno dostupna platforma za obraćanje i utjecanje na veoma velik auditorij, svoju je poziciju zlorabio na moralno neprihvatljiv način koji je nasuprotan ne samo novinarskoj nego i općoj (normativnoj) etici.

Drugi Stanićev postupak koji je u kontekstu teme našeg rada potrebno posebno razmotriti njegov je *ad hominem* napad i vrijeđanje svih koji se možebitno ne slažu s njime i njegovom „obranom“ upućujući ih da se „propitaju što je s njihovom kralježnicom - nije valjda atrofirala kao i naši mozgovi“. (Stanić, 2017) Nažalost, postupak vrijeđanja Stanić vrši i u drugim tekstovima, ponekad i na vrlo degutantno i primitivno način. Tako je u tragikomičnoj kvazi-lingvističkoj interpretaciji termina „analiza“ odn. „analiziranje/ti“ (vidjeti Stanić, 2014) pokazao nadmenu i arogantnu nesnošljivost spram novinarske (i ine) kritike, kritičkih osvrti i analitičkih razmatranja o nogometu.

Ovakvo postupanje moralno je neprihvatljivo i pogrešno na više načina. Naime, koliko god iziritiran bio zbog mnoštva nekvalitetnih i neznalačkih „kritičkih“ razmatranja nogometa, posebice nestručnih i pogrešnih analiza utakmica i njezinih aktera, vulgarno i primitivno omalovažavanje i vrijeđanje nikako nije prihvatljiva reakcija. S druge strane, sama činjenica da neupitno postoji mnoštvo loših analitičkih i kritičkih tekstova nikako ne povlači konkluziju da su analiza ili kritika odnosno kritičko promišljanje kao takvi loši, neprihvatljivi ili nepotrebni. Dapače, upravo medijska razgranatost i sloboda daju mogućnost Staniću da iskaže svoju stručnu superiornost u odnosu na autore takvih tekstova. U svojim kolumnama tako može najbolje upozoriti na što precizniji i što pedantniji način zašto i kako su određene analize, kritički tekstovi, autori i mediji manjkavi kvalitetom i znanjem, te stručno nedorasli. S druge strane, primjerima dobre prakse može na najbolji način pokazati kako bi trebala izgledati kvalitet-

na i plauzibilna analiza ili kritički osvrt. Ovakvim bi se postupcima nametnuo na više načina: 1) kulturom medijskog ophođenja koja uključuje elementarnu pristojnost i poštovanje (su)dionika medijskog prostora, 2) stručnom razinom gdje bi argumentiranom diskusijom nametao autoritet znanja i stručne kvalitete u promišljanju i analiziranju sporta te konačno 3) moralnom odgovornošću brigom za očuvanje i promicanje moralnih vrijednota, vrlina i etičkih normi.

Konačno, stav je autora da je u medijima nužno potrebna kultura dijaloga koju karakterizira uključivost mišljenja, otvorenost za raspravu i toleranciju te držanje ozbiljne i etički prihvatljive razine rasprave.⁴ Dobar (su)govornik ne smatra da posjeduje istinu, pa je stoga i oprezan u pogledu njezina dohvaćanja i razabiranja ne gubeći nikada iz vida i ozbiljnost takvoga nastojanja. Stoga, kvalitetan govornik u medijskom prostoru istovremeno treba propitkivati i vlastite stavove i uvjerenja, ali i prihvatiti činjenicu da dovođenje u pitanje vlastitih početnih tvrdnji može biti jedan od koraka u kompleksnom poduhvatu iznalaženja istine.⁵

5. Zaključak

Pitanje kulture komuniciranja nije pitanje isključivo medijske etike i aktera uključenih u novu digitalnu etiku otvorenog kodeksa koja uključuje ne samo medijske djelatnike (novinare i urednike), praktičare različitih kulturnih djelatnosti, već i građane koji svojim sudjelovanjem u medijima mogu djelovati kao barijere protiv neprihvatljivog izražavanja. U središtu medijske etike konvergencija je vrijednosti poput ‘univerzalne istine’ i ljudskog dostojanstva, kao i normativnih etičkih načela kao što su dužnost, pravila, objektivnost i nepristranost (Al-Zo’by, 2022). Medijska etika usko je povezana s usponom novinarstva, kao profesije u kojoj su pitanja javnog političkog života bila neraskidivo povezana s porastom javne kritike, građanstva, ustavnih sloboda i ekonomskog odlučivanja. Osnovna pretpostavka na kojoj se temelji udruživanje slobodnih medija kao čuvara javne etike, slobode i istine koncept je koji je sinonim za slo-

4 Mirela Marković Španjol u kontekstu vođenja rasprava navodi da svatko „tko zaista želi diskutirati, taj želi zajedničkim putem i zajedničkim promišljanjem iskreno doći do istine”. Pritom navodi riječi jednoga političkoga aktiviste da je diskusija „nemoguća s nekim tko istinu ne traži, nego smatra da je već posjeduje“, u: Mirela Španjol Marković, *Moć uvjeravanja. Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postići)*, Zagreb 2008., str. 247.

5 Zbog te složenosti pitanja istine učitelj govorništva Ivo Škarić upozoravao je na potrebu da se poslušaju i drugačije mišljenje, pa i na spemnost da ju se u potpunosti uvažava ako ono odgovara stvarnosti. Usp. Ivo Škarić, *Temeljci suvremenog govorništva*, Zagreb, 2000., str. 72.

bodna društva i u konačnici snaga koja održava samu slobodu. Prevladavajući karakter medijske etike uglavnom se usredotočuje na moralne vrline kao što su objektivnost, točnost, pristojnost, nepristranost, dužnost, poštenje i istina. Osnovna pretpostavka na kojoj se temelji udruživanje slobodnih medija kao čuvara javne etike, slobode i istine koncept je koji se zalaže za slobodna društva te se smatra kulturnim vrijednostima i političkim vrlinama koje čine bit medijske etike u zapadnim društvima. Upravo kultura novih medija potiče transparentnost i interaktivnost te podrazumijeva da su uređivački procesi mainstream medija, kao i svih drugih uključenih u proizvodnju sadržaja, otvoreni za javno promišljanje, kritiku i sudjelovanje.

Literatura

- Al-Zo'by, Mazhar (2021). Global Media Ethics: Ideology, Politics and Eurocentrism. Essay. U: *Global Media Ethics and the Digital Revolution* (ur.) Noureddine Miladi, str. 71-88. London: Routledge.
- Cohen-Almagor, Raphael (2001). *Speech, media and ethics: the limits of free expression*. Springer.
- Dahlberg, Lincoln (2001). The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere. *Information, Communication & Society* 4 (4), str. 615-633. DOI: 10.1080/13691180110097030.
- Dahlberg, Lincoln (2007). The internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media and Cultural Politics* 3 (1), str. 47–64.
- Freelon, Deen G. (2010). “Analyzing online political discussion using three models of democratic communication.” *New Media & Society* 12 (7), str. 1172–90.
- Habermas, Jürgen (1984). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press.
- Kellner, Douglas, M. (2004). *Medijska kultura (studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma)*. Beograd: Clio.
- Kunić, Tamara. (2022) Neprihvatljiv govor prema ženama u komentarima čitatelja na hrvatskim informativnim portalima. *Medijska istraživanja* 28 (2), str. 87-108. <https://doi.org/10.22572/mi.28.2.4>

- Lipovčan, Srećko (2003). Prinos analizi temeljnih odnosa medija i kulture u hrvatskom društvu. *Društvena istraživanja* 38 (6), str. 909-925. <https://hrcak.srce.hr/19267>
- López, Cesar Arroyo; López, Roberto Moreno (2017). Hate speech in the online setting. U: *Online Hate Speech in the European Union: A Discourse-Analytic Perspective*, (ur.) Stavros Assimakopoulos, Fabienne H. Baidier and Sharon Millar, 10-20. Cham: Springer. <https://library.oapen.org/bitstream/id/0f142418-7403-46aa-8d83-684218e72417/1002250.pdf>
- Manne, Kate (2017). *Down Girl: The Logic of Misogyny*. Oxford University Press
- McBride, Kelly; Rosenstiel, Tom (2013). *The New Ethics of Journalism: Principles For The 21st Century*. The Poynter Institute, Sage.
- McChesney, Robert W. (2004). *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the Twenty-First Century*. NYU Press.
- Reich, Zvi. (2011). "User Comments." U: *Participatory Journalism, Guarding Open Gates at Online Newspapers*, (ur.) Jane B. Singer, David Domingo, Ari Heinonen, Alfred Hermida, Steve Paulussen, Thorsten Quandt, Zvi Reich, Marina Vujnovic, str. 96-119. Chichester: Willey-Blackwell. doi: 10.1002/9781444340747.ch6.
- Reychler, Luc; Paffenholz, Thania (ur.) (2001). *Peacebuilding: a field guide*. Lynne Rienner Publishers
- Ruiz, Carlos, David Domingo, Josep Luis Micó, Javier Díaz-Noci, Koldo Meso, and Pere Masip (2011). Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers, *The International Journal of Press/Politics* 16 (4), str. 463–487.
- Stanić, Mario (2017). Od heroja do izdajnika - kratak je to put u lijepoj našoj, *Sportske novosti*, dostupno na <https://sportske.jutarnji.hr/sn/od-heroja-do-izdajnika-kratak-je-to-put-u-lijepoj-nasoj-a-to-najbolje-znaju-janica-i-luka-evo-sto-o-svemu-misli-legendarni-nogometas-vatrenih-6253056>
- Stanić, Mario (2014). Puni su novinski stupci analiza..., dostupno na <https://net.hr/sport/nogomet/kod-nas-u-hrvatskoj-zivi-najveci-broj-anal-lizatora-f7d8cece-b1c5-11eb-84be-0242ac130046>
- Škarić, Ivo (1988). *U potrazi za izgubljenim govorom*. Zagreb: Školska knjiga.
- Škarić, Ivo (2000). *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.

- Škerbić, Matija Mato (2017). Utjecaj medija u sportu- moralna perspektiva. Slučaj kolumni Marija Stanića, u: Alić, Sead (ur.). *Međunarodni interdisciplinarni znanstveni simpozij FILOZOFIJA MEDIJA*. Zagreb: Centar za digitalno nakladništvo, Sveučilište Sjever.
- Škerbić, Matija Mato (2021). *Filozofija sporta. Nastanak i razvoj jedne discipline*. Zagreb: Pergamena.
- Španjol Marković, Mirela (2008). *Moć uvjeravanja. Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postići)*, Zagreb: Profil.
- Štefančić Lepan, Suzana (2017). Modrić o ključnom aneksu: Ma ne, krivo ste me razumjeli, *Večernji list*, dostupno na <https://www.vecernji.hr/vijesti/lu-ka-modric-i-dejan-lovren-svjedoce-na-sudjenju-braci-mamic-zdravko-zo-ran-1176183>
- Suau, Jaume; Masip, Pere (2014). Exploring Participatory Journalism in Mediterranean Countries., *Journalism Practice* 8 (6), str. 670–87. doi: 10.1080/17512786.2013.865964.
- Ward, Stephen, J.A. (2021) Democratically Engaged Journalists: Ethical Invention amid Unreasonable Publics u: News Media Innovation Reconsidered: ethics and Values in a Creative Reconstruction od Journalism (ur.) Luengo, Maria; Herrera-Damas, Susana, str. 20-40. Hoboken: Willey-Blackwell.
- Ward, Stephen J. A.; Herman Wasserman. (2010). Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse. *Journal of Mass Media Ethics* 25 (4), str. 275–292. doi: 10.1080/08900523.2010.512825.
- Zuckerberg, Donna (2018). *Not All Dead White Men*. Harvard University Press.

The Moral and Ethical Dimensions of Practicing Cultural Activities: Media and Sport

Summary

Culture is a phenomenon that, on the basis of human rationality and therefore the ability for symbolic expression and action, belongs exclusively to humans. In turn, humans can turn their behaviour into communicative action. Communication culture can be understood as respect for ethical values, the presence of personal guidelines approved by society and respect for the criteria of public discussion (Habermas, 1984), which refer to inclusiveness, freedom and autonomy, the equality of all participants, honesty and argumentation. The global public sphere enabled by the Internet has erased the boundaries for the availability of particular and specific media. The lack of a culture of communication on virtual forums, negatively intoned speech, and even hate speech, are often a topic of public discussion, among workers in the media and academia. The aim of this paper is to investigate and identify new cultural paradigms in the digital environment, but also investigate and analyze ethical values that influence the virtual and physical culture of human action and behaviour. In this sense, as a 'case study', attention will be paid to the specific example of sports columns written by the notable Croatian former football player Mario Stanić.

Keywords: communication culture, ethical values, media, sport, Mario Stanić's columns