

## Masovni mediji kao subjekti manipulacije

Etičke vrijednosti nasuprot »trendovskoj tržišnoj kulturi«  
manipuliranja nasiljem, nesrećama i zločinima

Jasna Burić\*

### Sažetak

*Autorica razmatra ulogu masovnih medija u modernome društvu, osobito u svjetlu očitog trenda uredničkog uvrštavanja negativnih, loših događaja u sam vrh novinarskih vijesti.*

*Je li neodgovorno novinarstvo, koje u središtu svoje ideje ima dobru zaradu od prodaje postignute senzacionalističkim, nerijetko brutalnim odnosom spram privatnosti, značajka medija 21. stoljeća?*

*Može li se u kaotičnome, neuređenome prostoru bez ozbiljnih obveza i sankcija govoriti o demokratskim medijima koji poštuju/uvajavaju prava najslabijih? »Top–udarne vijesti dana« mogu postati anonimni, nepoznati ljudi, pod uvjetom da su učinili nešto izrazito loše, negativno za sebe ili za druge. Trendovi koji se mogu uočiti pokazuju svojevrsnu krizu identiteta hrvatskoga novinarstva: svi mediji počinju nalikovati jedan drugome, a uređivačka koncepcija koja potiče negativne vijesti postaje dominantnom koncepcijom. Praksa potvrđuje tezu da novinar nema mjesto subjekta koji donosi vijest, već postaje vojnik profita medijskih vlasničkih struktura. Ako nema subjekta, nema ni odgovornosti ni sankcija, pa tada ni etičnog novinarstva.*

*Analitičkim diskursom autorica podsjeća na važnu zadaću etike u postmodernome društvu na pozadini žutih trendova novinarstva ovog stoljeća te upućuje na mogućnost drukčijeg djelovanja medija: onog koje uključuje etička načela i principe od opće dobrobiti za sve ljude.*

*Ključne riječi: masovni mediji, javnost, kultura, vrednote, etika medija, odgovornost, senzacionalizam, ljudska prava, suicid, ljudsko dostojanstvo*

\* Dr. sc. Jasna Burić, Sveučilište u Dubrovniku. Dugogodišnja urednica–mentorica u Znanstvenom programu Hrvatske televizije. Adresa: HRT, Prislavlje 3, 10 000 Zagreb, Hrvatska.  
E–pošta: jasna.buric@hrt.hr

## Uvod

Brojni negativni događaji, teška ubojstva, zločini, nasilje na svakom koraku, gospodarske afere i osobne drame poznatih, te široj javnosti i nepoznatih ljudi, niz suicida djece i mladih, dominantni su sadržaji vijesti posljednjih godina u nas. Primjerice, suicidi djece i mladih u medijima su bili praćeni detaljno, svakodnevno, u nastavcima, s brojnim pojedinostima te nastojanjima novinara da najbliži članovi obitelji nesretno preminulih za publiku opišu svoje osjećaje. Uočeno je da su se nakon medijske objave tih događaja zaredali novi tragični događaji suicida među mladima. Struka je reagirala<sup>1</sup>: o samoubojstvima mladih u javnosti ne treba govoriti detaljno niti ih treba smještati kao udarne vijesti dana, jer takvi opisi nesumnjivo potiču druge mlade na sličan čin. U medicinskoj i psihologijskoj znanosti ta je lančana reakcija poznata kao *Wertherov efekt*.<sup>2</sup> Gdje je etičnost, pravo na privatnost i zaštitu prava te najboljeg interesa djeteta, gdje je granica do koje novinar smije prenositi stvarne i *novinarske istine*? Što medijima predstavlja ljudsko dostojanstvo i pravo na uvažavanje? Jesu li kapital, novac, interesi i zarada ovladali masovnim medijima do te mjere da je etika disciplina kojoj se raduju još samo filozofi?

### 1. Sloboda medija kao izraz tržišnih zahtjeva vlasnika medija

Čitav svijet je postao veliki globalni medij. Umreženi smo sa svih strana, povezani informacijama i dezinformacijama, istinama i lažima. Oko nas postoje i skrivaju se veličanstvene, uzvišene, ali i opasne mogućnosti. Kao razumno biće čovjek ima sposobnost da u njima otkrije svrhe, da spozna njihovu unutarnju strukturu, da ih razumije, uspoređuje i vrednuje.<sup>3</sup> Konceptualni most između čovjekova razumijevanja, uspoređivanja, želja, potreba i aktivnosti je evaluativno ponašanje koje traži određeni red. Tako iza vrednota, kao osnovnih smjernica reda, stoje pitanja: što je ispravno, što je vrijedno čovjekova zalaganja?<sup>4</sup> Činjenica je da čovjek današnjice sebe više ne promatra u sklopu stalnih vrednota ili na pozadini stvarnosti koja je veća od njega. Ne proživljavamo samo, kako primjećuje ugledni etičar

1 *Je li izvješćivanje o ljudskim nesrećama u interesu javnosti ili profita, u: Psihologija–mediji–etika*, Zaključak s Konferencije stručnjaka s područja psihologije i medija, Poreč, 1—4. listopada 2008.

2 *Werterov efekt–sindrom*: medicinska i psihologijska znanost poznaju taj termin kao sinonim kojime se objašnjava oponašanje ili kopiranje nekog samoubojstva (dobio je ime prema liku iz romana W. Goethea »Patnje mladog Werthera«). Utvrđeno je da nakon što televizija izvijesti o samoubojstvu u sljedećih deset dana poraste broj samoubojstava. Kada je 1774. godine objavljena Goetheova priča, izazvala je brojna samoubojstva. Slično se dogodilo i nakon izlaska romana L. N. Tolstoja »Ana Karenjina«, zatim u New Yorku, nakon izlaska knjige »Final Exit« Dereka Humphryija te u Francuskoj nakon tiskanja priručnika »Samoubojstvo, napuci za uporabu«.

3 Ivan Koprek, *Zlo vrijeme za dobro*, Zagreb, 1997, str. 107.

4 Jasna Burić, *Masovni mediji u oblikovanju vrijednosti etičkoga i civilnoga društva u: Kršćanska i/ili univerzalna etika*, Zbornik radova međunarodnog znanstvenog simpozija održanog u Rijeci 6–7. prosinca 2002, Pazin, 2003, str. 151, 153, 154.

Ivan Koplek, krizu metafizike; proživljavamo krizu vrednota i dobra. Krajem modernoga industrijskog doba nadolazeća epoha nove informacijske i komunikacijske kulture i civilnoga društva postavlja nova pitanja i traži nove etičke odgovore.

Gubeći svijest, čovjek današnjice gubi i savjest. Došla su, primjećuje Koplek, *loša vremena za dobro*. Popucali su i rasprsnuli se obzori smisla. Smisao se više ne pronalazi, a ako ga se ne pronalazi, on se više i ne traži. Poljuljana mjerila vrednota, o kojima je u vremenu subjektivističko/relativističkih shvaćanja teško govoriti, najsnažnije se osjećaju u vrednovanju života. Ljestvica vrednovanja postaje onakva kakva u određenome trenutku kome treba. Takva relativizirana etika izaziva dugi niz nesporazuma od politike do genetike.<sup>5</sup> Pritiskom na dugme, klikom na miš, povezani smo s cijelim svijetom. S pravom poznati teoretičar medija Marshall McLuhan konstatira da mediji čine svijet *globalnim selom*.<sup>6</sup>

## 2. Javnost kao konzument medija

Iz dana u dan javnost/publika je izložena novom obliku medijskog pristupa čovjekovoj svakidašnjici u kojemu dominiraju žutilo i deprimirajuće vijesti i događaji. Nekoć su samo na stranicama crnih kronika objavljivane tragične vijesti. U pravilu su oslikavale mjesto događaja, nikako tragično stradale ili unesrećene. Danas masovni mediji koriste novi oblik pristupa negativnim vijestima, osobama i događajima: takvi događaju ispunjavaju naslovnice tiskanih medija, pune prve minute dnevnika i vijesti, iz prostora crnih kronika *sele* u udarne televizijske minute programa. Otkuda takav snažan zaokret u uređivačkome smjeru masovnih medija u odnosu na dva–tri desetljeća ranije? Na senzacionalizam i žutilo više nije *otporan* nijedan medij. Koje vrijednosti i slike o čovjeku u građanskom društvu implicira proces informatiziranja i što on mijenja? Koje se vrijednosti i slike o čovjeku u medijima umnožavaju? Kako se na svim područjima možemo s tim vrijednostima kompetentno i kritički suočiti? Teoretičari znanosti u kontekstu društvenih struktura *medij* nazivaju novcem. Tehničari pojam *medija* povezuju s materijalnim funkcijama između odašiljatelja i primatelja. Filozofija *medij* naziva posredovnom instancijom između jezika i svijesti.

Riječ *medij* je supstantivirajući izvod neutruma latinskoga pridjeva *medius*, tj. biti u središtu, posredan; ono što je između. Latinska imenica *medium* označava središte, središnju točku ili centar. Već je iz govorne uporabe starih Rimljana jasno da *medium* zapravo označava *javnu ulicu*, publiku, javnost, odnosno ono što je svima poznato ili pristupačno. Tako se u latinskome *in medium proferre aliquid* prevodi: objaviti, donijeti do izražaja, izreći. Ili: *aliquid in medium dare* moglo bi se prevesti: svima dostupno, zajedničko, javno uporabivo.

5 Ivan Koplek, *Zlo vrijeme za dobro*, Zagreb, 1997, str. 107.

6 Marshall McLuhan, *The Medium is the Message*, Corte Modera (Gingko), 1996, str. 26.

### 3. *Narav medija i medijska moć i manipulacija*

Koje su informacije važne za javnost, koje trebaju biti dostupne svima? Na koji način mediji mogu u tim komunikacijskim javnim ulicama neku nevažnu informaciju za širu javnost učiniti viješću koja postaje glavni događaj o kojemu svi govore? Kakva je narav medija i zašto se stječe dojam da neki mediji *manipuliraju*? Što uopće mislimo pod tim kada kažemo da neki mediji manipuliraju javnošću? Medije s pravom nazivamo moćnom silom. Ništa više nije moguće bez njih. Ovo stoljeće je zasigurno stoljeće medija. Iz dana u dan svjedočimo neslućenim razmjerima njihova razvoja. Ono što je bilo nezamislivo još prije desetak godina, danas je već zastarjela pamet i tehnologija. Medije odlikuje nevjerovatna moć razvoja, prilagodbe, širenja utjecaja na sve pore društva. Dok su se nekoć građani okupljali na trgovima kako bi doznali vijesti i javno raspravljali o njima, danas vijesti donose, a nerijetko i stvaraju masovni mediji i raspravljaju za nas. Sve relevantne informacije koje se događaju u planetarnim razmjerima saznajemo iz medija. Mediji su u svojoj biti konstruirani da bi pomogli, olakšali čovjeku život. No njihova uloga se od antičkoga, rimskoga doba ili srednjega vijeka na ovamo uvelike promijenila. Mediji ne donose samo vijesti; oni sudjeluju u kreiranju naše stvarnosti. Danas teoretičari medija razmišljaju o njihovoj snazi i utjecaju koji imaju na javnost, o zakonitostima njihova djelovanja te o nevjerovatnim mogućnostima njihove zlorabe. Posebno mjesto se pridaje medijskoj pedagogiji, učenju medijskoj kompetenciji te *prevenciji ovisnosti o medijskoj manipulaciji*.<sup>7</sup> Dostupnost medija mladima i snažni procesi informatizacije složene su pojave s kojima se svakodnevno suočavamo. Manipulacija je pri tome pojam koji struka često koristi da bi opisala neželjene pojave u medijskoj praksi, i novinarska struka pod time podrazumijeva korištenje medija u krive svrhe. Mediji posve jasno mogu proizvesti pozitivne i negativne učinke. Papinsko vijeće za društvena obavijesna sredstva koje je promišljalo etiku u medijima zamjećuje snažan utjecaj obavijesnih sredstava, jer ljudima oblikuju mišljenja i vrijednosti. Oni prenose informacije, ideje, a često i sam život postaje medijima posredovano iskustvo.<sup>8</sup>

Etika medija kao znanstvena disciplina kritički reflektira moral medija i traži spoznaje i vrednovanja koja omogućavaju odgovorno djelovanje. Moguće djelovanje se ispituje s obzirom na posljedice i izražava u okvirima individualne i kolektivne odgovornosti.<sup>9</sup> Odgovornost za objavljene informacije ili odgovornost za ozračje u društvu koje mediji stvaraju prioritetom vijesti koje objavljuju, danas je predmet široke i žive rasprave te brojnih istraživanja. U tu svrhu i egzaktno istra-

7 Nenad Vertovšek, Zlatko Miliša, Mirela Tolić, *Mediji i mladi, Prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2009.

8 *Etika u obavijesnim sredstvima*, Papinsko vijeće za društvena obavijesna sredstva, Vatikan, 2000.

9 Jasna Burić, *Masovni mediji u oblikovanju vrijednosti etičkoga i civilnoga društva u: Kršćanska i/ili univerzalna etika*, Zbornik radova međunarodnog znanstvenog simpozija održanog u Rijeci 2002, Pazin, str. 154.

živanje u ovom radu potvrđuje uočenu tendenciju masovnih medija, koju karakterizira usmjerenost na negativne pojave u društvu, poput suicida djece i mladih.

#### 4. Metodologija istraživanja

U samome središtu ovoga egzaktnog istraživanja su središnje informativne vijesti televizijskih kuća s nacionalnom koncesijom tijekom dva tjedna u studenome 2007. godine te dva tjedna prvog tromjesečja 2008, s naglaskom na udio vijesti u njima čijom objavom su se ozbiljno kršila prava djeteta i mladih. Analiziramo naslovne, središnje vijesti najtiražnijih dnevnih tiskovina te prostor koji je ustupljen takvim vijestima. Tijekom obrađenoga razdoblja obuhvaćamo središnje dnevne emisije nacionalnih tv–kuća (dnevnici, vijesti).<sup>10</sup> Cilj istraživanja je bio utvrditi intenzitet i količinu objavljenih negativnih vijesti o djeci i mladima u elektroničkim i tiskanim medijima koje su bile pretežiti dio minuta ili stranica medijskih sadržaja. Prilog (tv–reportaža, izvještaj, vijest) osnovna je jedinica analize koju smo proveli za elektroničke medije. Pritom smo utvrdili pravila koja su prevladavala u izvještajima, a koja nisu uvažavana prilikom izvještavanja o djeci i mladima. U profesionalnom novinarskom izvješćivanju u informativnim programima zadani su točno određeni kriteriji i pravila koje valja poštivati:

- procijeniti utjecaj događaja na javno mišljenje, kao i na nove događaje u zajednici
- upućivati na ispravno — dobro ljudsko djelovanje
- poštivati profesionalne novinarske i etičke norme i načela.

Skup kriterija koje smo operacionalizirali kao relevantne u informiranju u vijestima, a gdje su djeca i mladi glavni akteri:

- sačuvati privatnost, ime, podatke, mjesto, školu koju dijete pohađa
- ne objavljivati fotografiju i ime maloljetnika
- ne opisivati detaljno događaj, odnosno tijek događaja i nagađati uzroke
- ne smještati vijest o suicidu kao najvažniju vijest
- ne izvješćivati senzacionalistički, s mjesta događaja
- poštivati privatnost obitelji.

#### 5. Grafički pregled i interpretacija istraživanja

Negativni događaji snažno zaokupljaju pozornost masovnih medija. Najčešće objavljivane vijesti o djeci i mladima tijekom studenoga 2007. i prvog tromjesečja 2008. godine u elektroničkim medijima, kao i na naslovnicama dnevnih tiskovina u RH, sadržavale su negativne pojave i primjere ponašanja mladih: ubojstva, samoubojstva, nasilje u školama ili predoziranja. Stoga smo u ovome pregledu is-

10 Ranko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, četvrto izdanje, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci i Ekonomski fakultet Univerze u Ljubljani, Rijeka, 2000.

traživanja obuhvatili najintenzivnija razdoblja suicida djece, studeni 2007. i prvo tromjesečje 2008. godine, i odnos televizijskih medija prema tim događajima, prateći učestalost njihova izvještavanja. Konkretno, u središnjim informativnim emisijama svih triju istraživanih televizija s nacionalnom koncesijom, u dnevnicima i vijestima, uočljivo su dominirale vijesti o suicidima djece i mladih.<sup>11</sup> Nakon čitavoga vala tih događaja te kontinuiranog izvještavanja o tim temama uslijedila je reakcija struke.<sup>12</sup> Također, održane su stručne konferencije o istoj temi na kojima je upozoreno na štetno izvještavanje o tim događajima.<sup>13</sup>

Prva tablica prikazuje ukupan broj televizijskih priloga o samoubojstvima djece i mladih u studenome 2007. godine te periodično tijekom prvog tromjesečja 2008. u informativnim emisijama televizijskih postaja s nacionalnom koncesijom u Hrvatskoj. Televizijski programi istraživanih televizija bili su preplavljeni priložima o takvim suicidima, što je bilo najintenzivnije i najuočljivije kroz čitav studeni 2007. Na sve tri televizije u različitim informativnim emisijama bila je uočljiva pretjerana usmjerenost na te događaje, a osobito je bilo zamjetno inzistiranje na izvjavama roditelja žrtava, rodbine, njihovih prijatelja, na snimkama plača, očaja, izgubljenosti, najuočljivije u izvješćivanju Nove tv.

Tablica 1: Televizijski prilozi o suicidima djece i mladih u različitim informativnim emisijama s nacionalnom koncesijom

*Table 1: TV features on the suicide of children and youth in various informative programmes with a government concession*

Razdoblje:	HTV	NOVA	RTL
2007. g.	8	16	12
2008. g.	6	4	5

Druga tablica prikazuje udio televizijskih priloga s tematskom orijentacijom suicida djece i mladih u središnjim informativnim emisijama tijekom studenoga 2007. i periodično tijekom prvoga tromjesečja 2008. godine. U središnjim informativnim emisijama svih triju istraživanih televizija u navedenome razdoblju dominirale su vijesti o takvim samoubojstvima.

11 Analizu novinskih članaka i objavljenih televizijskih sadržaja (priloga) u istraživanome razdoblju obavile su novinarka–urednice Znanstvenog programa HTV–a: Nikolina Dragošević, Sanja Skorić i Jasna Burić.

12 International center for Education of journalists, Media and Bioethics, World Congress of Bioethics, Jasna Burić: Mediji i neka bioetička pitanja, Hanna Peka Laiho, *Book of abstract: Humanitarian Aid, Ethics and Media*, Opatija, rujna 2008.

13 *Je li izvješćivanje o ljudskim nesrećama u interesu javnosti ili profita, u: Psihologija–mediji–etika*, Zaključak s Konferencije stručnjaka s područja psihologije i medija, Poreč, 1–4. listopada 2008. Na profesionalnome skupu psihologa i medijskih djelatnika željelo se ukazati na brojne primjere kršenja profesionalnih kriterija novinarskog izvješćivanja u sferi prava djeteta, osobito u slučajevima fenomena suicida mladih koji su snažno obilježili razdoblje krajem 2007. te početkom 2008. godine u nas.

Tablica 2: Televizijski prilozi središnjih informativnih emisija (dnevnici, vijesti) o suicidima djece i mladih

*Table 2: TV features incorporated into prime-time informative programmes (daily news broadcasts, news reports) on the suicide of children and youth*

Razdoblje:	HTV	NOVA	RTL
2007. g.	8	11	9
2008. g.	2	6	3

Treća tablica prikazuje ukupan broj novinskih izvještaja/članka o suicidima djece i mladih u domaćim dnevnim listovima (Večernji i Jutarnji list, Slobodna Dalmacija) u studenome 2007. te periodično tijekom prvog tromjesečja 2008. godine. Istraživani tisak objavljivao je detalje opisa samoubojstava, nije se vodilo računa o pravima djeteta na privatnost, na poštivanje kriterija navedenih u Međunarodnoj konvenciji UN-a o pravima djeteta<sup>14</sup>, prema kojima se ne smiju objavljivati njegovi osobni podaci niti njegova slika.

Tablica 3: Novinski izvještaji/članci o suicidima djece i mladih

*Table 3: Newspaper reports/articles on the suicide of children and youth*

Razdoblje:	JUTARNJI LIST	VEČERNJI LIST	SLOBODNA DALMACIJA
2007. g.	12	10	8
2008. g.	6	5	5

Četvrta tablica prikazuje ukupan broj objavljenih naslovnica sa sadržajem suicida djece i mladih u istraživanome razdoblju. Navedeni događaji su zasjenili vrlo bitne događaje u zemlji. U tom su se razdoblju naime održavali parlamentarni izbori u Republici Hrvatskoj. Unatoč tome medijski uređivački interes je bio čvrsto usmjeren prema suicidima djece i mladih.

Tablica 4: Objavljene naslovnice sa sadržajem suicida djece i mladih u istraženom razdoblju

*Table 4: Published headlines with content on the suicide of children and youth during the research period*

2007. g.	JUTARNJI LIST	VEČERNJI LIST	SLOBODNA DALMACIJA
Naslovnice	3	2	2

<sup>14</sup> Konvencija o pravima djeteta usvojena je na Generalnoj skupštini UN-a 1959. godine, te predstavlja jedini dokument koji se isključivo i cjelovito bavi pravima djeteta.

Ne ulazeći ovom prilikom u znanstvenu, medicinsku pozadinu fenomena suicida među mladima, ovim istraživanjem se potvrdilo da su ponavljanjem i ustupanjem središnjega medijskog prostora tim događajima mediji neizravno utjecali na druge nesretne mlade ljude da sličnim postupcima »riješite svoje probleme« (jer će i oni onda u svojoj mladenačkoj predodžbi, kada dospiju na naslovnice novina ili u središnji dnevnik neke televizije, imati svu pozornost javnosti). Unatoč dokumentima koji su još 2005. godine pravilno regulirali postupanje medija u slučajevima samoubojstava djece i mladih, poput »Naputaka Ministarstva branitelja i međugeneracijske solidarnosti«, brojni nesretni događaji u kojima su glavni sudionici djeca i mladi preplavili su masovne medije.<sup>15</sup>

Pod tim vidom jasno je da su mediji ustupili neprihvatljivo velik i značajan prostor suicidima mladih, a tisak je od tih događaja napravio neprihvatljiv medijski cirkus. Mladi koji konzumiraju medije nemaju još stvoren kritički odnos prema njima; u njih imaju povjerenja, te je stoga uloga i odgovornost medija za stvaranje ozračja u društvu još značajnija. Teoretičari medija Manca Košir, Nada Zgrabljic Rotar i Rajko Ranfl primjećuju kako su mediji snažni poput oružja, da im mladi ljudi vjeruju jer još nisu izgradili svoje mišljenje o njima. Mediji im donose vijesti i informacije o njihovim junacima, idolima, omiljenim zvijezdama, pa je povjerenje vrlo mladih u medije očito.<sup>16</sup>

## 6. Dostojanstvo čovjeka nasuprot medijskom interesu

Osobe postaju statistički brojevi u nužnom bilježenju događaja i mjerenju njihove pravilnosti i učestalosti u jedinici vremena. Sadržaj informacija danas su spoznaje i vrednovanja u smislu i na način podataka. Podaci su slike, brojevi, tonovi, događaji, tj. sve što nam je posredovano osjetilima. Spoznaje su rezultat zakonitih ovisnosti, tj. navoda po kojima su podaci stavljeni u uvidni, principijelno shvatljiv kontekst–informaciju. Informacija začine (inicira) znanje o spoznaji i vrednovanju. No prijelaz od *znanja o podacima spoznaje i vrednovanja* do *spoznaje i vrednovanja znanja podataka*, taj prijelaz dakle od znanja do spoznaje i vrednovanja, mogli bismo reći i prijelaz od informacija do odgoja, ne može biti ostvaren po sa-

15 Izvadak iz Naputaka Ministarstva branitelja i međugeneracijske solidarnosti, Zagreb, 2005. godine:

»Stupanj publiciteta koji dobiva priča o samoubojstvu proporcionalan je broju samoubojstava koja uslijede. Publicitet koji mediji daju samoubojstvu jedan je od čimbenika koji ranjivu osobu može navesti da izvrši suicid. Najopasnije su priče koje dobivaju najveći publicitet, pojavljuju se u različitim programima, na svim TV postajama, u tiskanim medijima i internetu.

Davanje publiciteta samoubojstvu može stvoriti ideju da je ono normalno. Ponavljano i dugoročno izvještavanje o samoubojstvima ima tendenciju izazivanja i promoviranja samoubilačkih preokupacija među adolescentima i mladim odraslim osobama. Način na koji mediji izvještavaju o slučajevima suicida može utjecati na druge: može potaknuti ili spriječiti oponašanje suicidalnog ponašanja.«

16 Manca Košir, Nada Zgrabljic Rotar, Rajko Ranfl, *Život s medijima*, Doron d.o.o, Zagreb, 1999. str. 19.

mome mediju. Stoga ni onu zasigurno važnu zadaću, prijelaz od informativnog do odgojenog društva, nije moguće ostvariti preko medija. Subjekt koji transformira društvo znanja u odgojeno društvo je čovjek koji vrednuje i koji je *odgovoran*.<sup>17</sup>

Živimo u informatičkome dobu i nema mogućnosti prešućivanja bitnih informacija za javnost, informacija od općeg interesa i dobrobiti za sve ljude, bile one političke, kulturološke, gospodarske ili razvojne važnosti i značaja za zemlju. Poznati stručnjak za moralnu etiku i bioetiku Valentin Pozaić podsjeća kako svaki čovjek ima udjela u *zajedničkom dobru*. Cilj svakoga pojedinačnog života, kao i cjelokupne zajednice, je omogućiti ispravan odnos prema ljudima koji nas okružuju. Zajedničko ili *opće dobro* traži da svakome na ovom svijetu, prema tome i meni, bude omogućen život dostojan čovjeka.<sup>18</sup> Samoubojstvo je, podsjeća V. Pozaić, jednako neprihvatljivo kao i ubojstvo; takvo ljudsko djelovanje znači odbacivanje vrhovne Božje ovlasti i njegova plana ljubavi. Isto tako, samoubojstvo je često odbacivanje ljubavi prema samome sebi, nijekanje naravne težnje za životom, bijeg pred obvezama pravednosti i ljubavi prema bližnjima, bilo prema raznim zajednicama, bilo prema cijelom ljudskom društvu, premda katkada na čovjeka utječu psihološke činjenice koje mogu umanjiti ili posve ukloniti odgovornost.

## 7. Kriza novinarske etike

Zašto su događaji koji su nekoć imali mjesto samo u crnim kronikama danas zauzeli središnje mjesto u udarnim televizijskim minutama ili na naslovnicama dnevnih novina? Želi li javnost doista znati sve detalje pojedinih nesreća, načina izvršenja teških ubojstava, razloga i motiva ubojica? Želi li javnost krvave slike na naslovnicama i fotografije poginulih ili mučki ubijenih osoba? Utjecaj vlasnika medija je nedvojbena; iako ih nigdje nitko ne proziva za uređivački *ton* novina, ipak je jasno da upravljačka vlasnička struktura mora ispuniti svoje tržišne ciljeve, pa i patnja postaje roba koja se može tržiti. Suočeni smo s *krizom novinarske etike*, upozorava Melita Poler Kovačić, predavačica novinarske etike u Ljubljani, pojašnjavajući kako je riječ o krizi (samo)identifikacije novinarstva, o krizi identiteta novinara i novinarskog diskursa.<sup>19</sup> Kriza identiteta novinarstva kao kriza (novinarske) etike, navodi Kovačić, prije svega je kriza subjekta, kriza novinara kao subjekta, onoga koji senzacionalistički zadire u privatnost te to proglašava svojim no-

17 Isto, str. 153.

18 Valentin Pozaić, *Ekologija*, Biblioteka Bioetika, Zagreb, 1991, str. 111.

19 Melita Poler Kovačić, *Medijska istraživanja*, Doron, d.o.o., Zagreb, 2001. str. 26.

Subjekt shvaćamo kao temelj, nositelja djelovanja, ali time utvrđujemo da se u suvremenom novinarstvu mijenja upravo temelj. O onome o čemu bi trebali, u skladu sa svojom profesionalnom kompetencijom, odlučivati novinari (i urednici), danas sve više, iako često prikriveno, odlučuju drugi: medijski vlasnici, oglašivači, njihove službe za odnose s javnošću, izvori informacija i dr. Novinar kao subjekt koji izvještava nestaje, njegovo mjesto nadzora nad procesima u medijskoj realnosti preuzimaju bezosobne strukture i mehanizmi moći, vlasnici kapitala i nositelji vlasti.

vinarskim zadatkom. Što je mladima bliže nasilje u medijima, to su bliži krizi identiteta, zamjećuju pedagozi Zlatko Miliša i Jasminka Zloković u knjizi »Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima«, te se pokazuje potreba za znanstvenim diskursom u raspravljanju o utjecaju fenomena nasilja u medijima. Autori podsjećaju da nasilje u medijima koje djeca gledaju ima izravni utjecaj na njihovu kasniju agresivnost ili frustriranost. Znanstveno istraživanje i medijska pedagogija, ističu autori, moraju imati za cilj emancipaciju pojedinca od medijskog nasilja, razvijanje kritičkog stava, nedopuštanje da mediji upravljaju njegovim životom, nego da on znade živjeti s njima. Nasilje je kapilarno i posvuda prisutno, a masovni mediji ga uspješno uzdižu na pijedestal svoje tržišne logike. Ono postaje životni osjećaj, navodi jedan od vodećih njemačkih znanstvenika u području znanosti o odgoju Hartmunt von Hentig; nasilje u školi, teorije o agresivnosti, upotreba sile među mladima, sve se to razlaže u pojedinačne pojave i pojedinačne teme: nasilje kako ga doživljavaju učenici, nasilje na televiziji, filmovi strave, nasilje među djecom i mladima. Sve se više razvijaju znanosti koje se bave problemima mladih i *mladima kao problemom*<sup>20</sup>. Znati živjeti s medijima jedan je od ključnih problema današnje mlade generacije.<sup>21</sup> Masovni mediji koji nas zasipaju negativnim vijestima medijske stručnjake potiču na razmišljanje: što se događa s pozitivnim vijestima? Ugledni komunikolog i etičar prof. dr. sc. Stjepan Malović pita: Ima li dobra vijest šanse? Primjećuje kako je za mnoge medije upravo »loša vijest — dobra za objavljivanje«. <sup>22</sup> Zamisao o ljudskom dostojanstvu uključuje i potrebu uvažavanja. Čak i mrtvi koji više ne mogu nešto zahtijevati imaju, prema općem mišljenju, pravo na uvažavanje pri njihovu spomenu i ophođenju s njihovim lešom<sup>23</sup>, zamjećuje.

## 8. Odgovornost medija kao imperativ civilnog društva

Pitanje etike u masovnim medijima je slojevito, s površinskim slojem o kojemu se najviše raspravlja, a riječ je o problemima i pitanjima javnoga ukusa. Isticanjem suicida u medijima te davanjem publiciteta tim događajima može se stvoriti ideja da je taj čin nešto normalno, čak smjelo, hrabro ili odlučno! Čovjek i njegov život

20 Hartmunt von Hentig, *Humana škola*, Educa 31, Zagreb, 1993, str. 13.

21 Zlatko Miliša, Jasminka Zloković, *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima*, Markom d.o.o., Rijeka, 2008, str. 127.

22 Stjepan Malović, *Mediji i društvo*, Sveučilišna knjižara d.o.o., Zagreb, lipanj 2007, str. 111. Masovni mediji ovise o masovnoj publici, a to su kupci novina, gledatelji tv–a i slušatelji radio–vijesti. Ako pri odabiru nekih novina nema svih »crnih« događaja koji su za široku publiku zanimljivi, opada broj kupaca i oglašivača, koji se okreću medijima koji dobro pokrivaju ta zbivanja. Izdavači i vlasnici su podložni tom kriteriju, nameću ga urednicima i novinarima i oni ih jednostavno moraju poštivati. Dobre vijesti se mogu probijati samo u posebno određenim uvjetima ili emisijama koje koji put služe kao namjerna protuteža lošim vijestima.

23 Ivan Koprak, *Ljudska prava — čovjekovo dostojanstvo*, Filozofsko–teološki institut Družbe Isusove, Zagreb, 1999, str. 97.

su najviše vrijednosti koje u svijetu susrećemo, podsjeća Koprek<sup>24</sup>. Odgovornost medija mora biti imperativ, zajedničko kulturno dobro, *fluid* društvene komunikacije ili komunikacije zajednice, ističe teoretičar medija i medijske kulture Thomas Bauer, iskazujući stajalište kako je povjerenje društva u medije izraženo u očekivanju i zahtijevanju prema njima<sup>25</sup>. Drugim riječima, nužni su kompetentni mediji koji razumiju javnost i njezine potrebe, mediji koji ne stvaraju uređivački sadržaj na temeljima pretpostavki i utrživosti ideja pod svaku cijenu, pa makar i onih koje nemaju odrednicu *od općeg interesa za javnost*. Pitanje etike usmjereno je na kvalitetu ljudskog djelovanja i na stvarnost koju kao zadanu treba djelovanjem ostvariti. Budući da mediji predstavljaju izazov za određenje stvarnosti, svaka refleksija o njima dovodi i do etičkih izričaja. Moderno medijalno informacijsko društvo tvori nove razine stvarnosti i otvara nove pristupe koji prije nisu utjecali na prostor čovjekova djelovanja, individualnoga i kolektivnoga. Principijelno, ali i situativno područje insceniranja, od blizine do distance, od igre do ozbiljnosti, činjenica i tumačenja slike i isječaka slika u medijalnom kontekstu informacija dovode do teško kontroliranog premještanja i prožimanja najrazličitijih razina stvarnosti. Kakvu strukturu stvarnosti posreduju mediji, s kakvom je povezanošću ona spojena? Etička relevantnost ove strukture (ona nije ništa drugo nego prenošena tvrdnja: takva je, eto, stvarnost) ovisi o šansi da se ona verificira (ili falsificira). Kada se razine stvarnosti više ne mogu razlikovati, tj. kada se više ne mogu posredovati različiti kriteriji koji omogućuju razlikovanje, svako odgovorno djelovanje ne gubi samo svoj okvir orijentacije — tada više nije moguće ni razlikovanje između stvarnosti kakva ona uistinu jest i stvarnosti kakva bi trebala biti. Čudoredno djelovanje postaje nemoguće. Djelovanje postaje potpuno suvišno, degradirano do igre. Etičko se djelovanje gubi u maglovitim rekonstrukcijama i dekonstrukcijama. Ono se zapravo zamjenjuje neodgovornim konstruktima stvarnosti.<sup>26</sup>

### 9. *Opća dobrobit za javnost: zadaća etike u prostoru medija*

Postavlja se pitanje: zašto je potrebno suprotstaviti se tržišnome trendu masovnih medija koji ističu negativne vijesti, dajući im neutemeljeno velik prostor? Zašto je potrebno tu pojavu istražiti te znanstveno braniti/zastupati ideju općeg dobra i interesa u medijskome izvješćivanju javnosti? Mediji naime neskriveno pokazuju zabrinjavajuće komercijalno lice, vlasnički pritisak snažan je u očekivanju

24 Isto.

Nema toliko vrijednog ovozemaljskog predmeta koji bi netko mogao ili smio pretpostaviti životu čovjeka. A ipak, u praksi se događa da se čovjeka tako lako žrtvuje nekim drugim vrijednostima, materijalnim ili idejnim. Kad se ljudska prava utemeljuju na čovjekovu dostojanstvu, onda je razumljiva znatiželja mnogih koji su razmišljali upravo o tom dostojanstvu.

25 Thomas Bauer, *Mediji za otvoreno društvo*, Sveučilišna knjižara d.o.o., Zagreb, 2007, str. 22.

26 Jasna Burić, *Masovni mediji u oblikovanju vrijednosti etičkoga i civilnoga društva u: Kršćanska i/ili univerzalna etika*, Zbornik radova međunarodnog znanstvenog simpozija održanog u Rijeci, Pazin, 2002, str. 157.

profita i što bolje prodaje. Ne pita se za žrtvu, bitna je zarada. Pri tome obeshra-bruje činjenica da je etički diskurs u promišljanju društvenih fenomena, pojava ili događaja na samoj margini interesa onih koji kreiraju urednički rukopis. Kako na-vodi doktor teologije Marijan Jurčević, čovjek nije jednostavno bačen u svijet, već nosi u sebi smisao i vrednote, koje su u njegovoj strukturi koja dolazi od Stvorite-lja. On je u trajnoj napetosti između ograničenosti i neograničenosti. Živi u ogra-ničenom svijetu i usmjeren je prema neograničenom. Na njemu je da savladava ograničenosti i prelazi u neograničenost. Čovjek je vječni putnik. Ovaj današnji živi u vremenu tehnološkog milenarizma. Rađa se novi čovjek i novi svemir — moglo bi se reći da se traži i stvara novo lice čovjeka i svemira. Traži se novi hu-manum i humanitet. Hoće li se dogoditi da će to biti čovjek bez duše i kulture, čovjek civilizacije koji se gubi u masi? Može se dogoditi, misli Jurčević, da ljudska zajednica postane samo udruga interesa, što ni u kojem slučaju ne bi razvijalo ljud-skost u čovjeku.<sup>27</sup> Profesionalni i odgovorni mediji moraju procijeniti kakvu dru-štvenu korist ili značaj ima senzacionalistička objava vijesti koje nisu od općeg in-teresa za javnost. Zadaća je etike da se uvijek iznova vraća na vrijednost osobe i njezina dostojanstva. Jer dostojanstvo čovjeka je izvan dometa njegove moći: ono je tu bez obzira na okolnosti u kojima pojedinac živi. Čovjek ga može ili ne mora poštovati, ali ga ne može dodijeliti niti oduzeti. Snagom svojega dostojanstva svaki čovjek, u svakome stadiju svojega života, pa i unatoč teškoj bolesti ili patničkome umiranju, uvijek zadržava pravo i dužnost na poštovanje temelja i preduvjeta tog dostojanstva.<sup>28</sup> No unatoč ohrabrenju koje može dati znanost svojim razložnim objašnjenjima problema, bespomoćnost je velika. Civilno društvo vrednuje ulogu i moć masovnih medija, živo se raspravlja o njihovoj biti i značenju. Želimo li ih dohvatiti, trebamo dohvatiti čovjeka u fenomenu njegove želje za spoznajom.

### Zaključak

Pitanje o ophođenju s medijima izražaj je ljudske kulture i zadaća etike. Čovjek se u svijetu određuje svojim djelovanjem, pa i sam medij pripada njegovu samoo-dređenju. Ta antropološka činjenica kvalificira čovjeka kao odgovornoga inicija-tora i uređivača svojega svijeta, pokazuje ga kao kulturni subjekt u kontekstu svi-jeta. To je zadaća i etike i ovoga razmišljanja, u svjetlu etičnog izvješćivanja koje uvažava humanum i humanitet, kao težnju za nečime za čim ide i čezne čovjek. Medijsko–etička rasprava danas se manje odnosi na principijelno medijsku kultu-ru čovjeka, a više na ophođenje sa suvremenim medijima. Aktualnost toga pitanja ne može se poreći, o čemu primjerice svjedoče elektronički mediji.

Svakodnevna se novinarska praksa predstavlja kao stvarnost označena norma-tivnošću, koja je prvotno skup vrednovanja prožet mnogobrojnim uzrocima dje-

27 Marijan Jurčević, *Osamostaljenje humanuma u modernom svijetu u: Kršćanska i/lili univerzalna eti-ka*, Zbornik radova međunarodnog simpozija održanog u Rijeci 6. i 7. prosinca 2002, str. 15.

28 Ivan Čehok, Ivan Koprek, *Etika — priručnik jedne discipline*, Školska knjiga, Zagreb, 1996, str. 278.

lovanja, pisanim i nepisanim zapovijedima i zabranama, prokušanim pravilima profesije i oblicima ophođenja. Provedeno egzaktno istraživanje u ovome radu upućuje na zaključak da su novi nesretni događaji, tijekom istraživnog razdoblja, povezani sa senzacionalističkim objavljivanjem tih vijesti u istraženim medijima. Često se nije procjenjivala stvarna informativna vrijednost vijesti koje se mogu suštinski kvalificirati kao tragična bizarnost, a ne kao događaj koji ima značenje od općeg interesa za širu javnost. Ovim se istraživanjem potvrdila nužnost primjene etičkih načela u izvještavanju o događajima u kojima su glavni akteri djeca i mladi, kao i potrebna detaljnija normativna regulacija prava djeteta u masovnim medijima. Etika medija u tematiziranom katalogu vrijednosti treba uz odlučan stav za istinom zauzeti i razborit odnos prema vijestima koje nisu od općeg dobra za javnost. Etička se pitanja ne postavljaju samo u individualnoj svakidašnjici onih koji se bave medijima ili ih recipiraju nego jednako i iz perspektive društvenog razbora, jer bi taj poziv trebao biti poziv od dobrobiti za zajednicu. U tome svjetlu bioetički aspekt ljudskog života u svojoj punini, ili aspekt ljudske smrti, ima iznimnu važnost kad se pojavljuje kao tema medijske pozornosti. Tu se pokazuje obveza odgovornoga etičkog pristupa medija pojavama koje postaju javne, zahtijevajući visoku razinu odgovornosti struke, novinarske etičnosti i profesionalnosti u poštovanju dostojanstva osobe, koja isključuje bilo kakve interese unovčivosti, dobre prodaje ili koja trendovski potiče ispraznu estradizaciju svega oko čovjekove stvarnosti.

### *The Mass Media as Subjects of Manipulation*

*Ethical values as opposed to the »trendy market culture« of manipulation with violence, accidents and crime*

*Jasna Burić\**

#### *Summary*

*The author studies the role of the mass media in modern society, particularly in light of the obvious trend of editors insisting upon negative news events as top stories of the day.*

*Is irresponsible journalism, which focuses upon profits from sales achieved through a sensationalistic, oftentimes brutal violation of privacy, a feature of the 21st century media?*

*Is it possible, in a chaotic, disordered society which defines neither obligations nor sanctions, to speak of democratic media which respect the rights of the weakest? News headlines can be made by anonymous, unknown people under the condition that they have done something very wicked, negative to themselves or others. Noticeable trends demonstrate an identity crisis in Croatian journalism: all media are beginning to resemble one another, and the editorial concept which encourages negative news stories is becoming dominant. Practice confirms the thesis that a journalist is not in the role of the subject bringing a news story, but rather a soldier of profit for the owners of newspaper publishing houses. If there is no subject, then there is no one to bear responsibility or suffer sanctions, and consequently there is no ethical journalism.*

*Through analytical discourse, the author reminds us of the important task of ethics in post-modern society, of the background of yellow journalistic trends in this century, and finally points out that a different sort of media activity is possible, which would incorporate ethics and principles of the common good for all people.*

*Key words: mass media, public, culture, values, ethics of the media, responsibility, sensationalism, human rights, suicide, human dignity*

\* Dr. sc. Jasna Burić, University of Dubrovnik. Mentor in Science and Education Department of Croatian Radiotelevision (public television). Address: HRT, Prisavlje 3, 10 000 Zagreb, Croatia. E-mail address: jasna.buric@hrt.hr