

ISTRAGA ZLOČINA UŽIVO: AGENDA ONLINE MEDIJA

THE INVESTIGATION OF CRIMES LIVE: AGENDA OF ONLINE MEDIA

Vedada Baraković¹

Sažetak

U ovom radu propituju se etički aspekti medijskog izvještavanja o zločinima, posebno zločinima ubistva koji uključuju elemente pogodne za kreiranje spektakla i nametanja dominantnih medijskih i ekonomskih agendi u društvu. Istraživanje je bazirano na izvještavanju medija o slučaju ubistva pjevačice Jelene Krsmanović Marjanović kao eklatantnog primjera kršenja profesionalnih standarda i etičkih normi, ali i kao odraza moralnog stanja u društvu. (Zlo)upotreba slučaja od strane medija, istražnih organa, političara, pa i javnosti, očitovala se u kršenju prava na privatnost žrtve i njezine porodice, u nepoštivanju prava na pretpostavke nevinosti (posebno članova porodice), te u kontinuiranoj reviktimizaciji žrtve. Nametanjem medijske agende konstituirao se i javni diskurs na temeljima tabloidne naracije i trijumfa spektakla, a slučaj Krsmanović predstavlja i svojevrsan iskorak iz medijskog tretmana zločina kao medijskog spektakla u sferu aktivnog uvlačenja publike u događaj i prelijevanja moralnog posrnuća na sve učesnike u javnom komunikacijskom činu.

Ključne riječi: etika, mediji, politika, zločin, spektakl.

JEL klasifikacija: A130, L82

Abstract

This paper examines the ethical aspects of media coverage of crimes, especially crimes of murder that involve elements suitable for creating a spectacle and the imposition of dominant media and economic agenda in the society. The research was based on media reporting on the case of murder of the singer Jelena Krsmanović Marjanovic as blatant examples of violation of professional standards and ethical standards as well as a reflection of the moral state of society. (Ab) use of the case by the media, investigating authorities, politicians and the public was manifested in the violation of the right to privacy of the victim and her family, in contempt of the presumption of innocence (especially family members of victims), and in the continuous re-victimisation of victim. Agenda of new media imposed public discourse to constitute on the basis of tabloid narrative and the triumph of the spectacle and this case is a step forward from the media treatment of the crime as a media spectacle in the sphere of active feeding the audience into the event and overflow moral hazard to all participants in the public communicative act.

Key words: ethics, media, politics, crime, spectacle.

JEL classification: A130, L82

¹ prof. dr Vedada Baraković, Univerzitet u Tuzli

Uvod

Masovni mediji i novinarstvo posljednjih su decenija pretrpjeli gotovo tektonske promjene. Premda se ove promjene najčešće vezuju za razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija, tačnije za razvoj interneta i platformi koje su omogućile do sada najveći stepen interaktivnosti komunikatora i recipijenta te do sada najveći mogući stepen participiranja publike u kreiranju sadržaja, i samo novinarstvo kao profesija značajno se promijenilo. Digitalne tehnologije u oblasti masovnog komuniciranja temeljno su promijenile medije, novinarstvo i publiku. Tradicionalne masovne medije, kao institucionalizirane društvene organizacije, danas sve brži mijenjaju internetski mediji koji povećavaju interaktivnost, olakšavaju amatersku proizvodnju medijskih proizvoda te mijenjaju način distribucije medijskih proizvoda nekada rezervisane isključivo za medijske industrije (Peruško, 2011). Pored toga, internetski mediji uticali su i na promjenu u novinarstvu koje se mijenjalo i pod uticajem tehnoloških promjena, ali i pod uticajem hiperkomercijalizacije društvenih procesa uključujući i procese komuniciranja.

Pri tome su posebno važne promjene koje su nastale u okviru institucionalnih procesa komuniciranja i koje uključuju masovne medije i profesionalne novinare. Liberalizacija tržišta informacija i trend deregulacije medija pojavili su se kao posljedica opće liberalizacije tržišta i insistiranja na što većem stepenu deregulacije kao ključnih poluga neoliberalnog kapitalističkog sistema. Tržišna logika kapitala utemeljena na mehanizmima ponude i tražnje i principima što manjeg ulaganja za što veći profit kreirali su jednu novu sliku i medija i novinarstva: tabloidizacija i fičerizacija sadržaja svih vrsta, senzacionalizam u izvještavanju (Steensen, 2011) i krizu informativnih medija (McChesney, 2014). Pri tome, ni profesionalni standardi ni etički aspekti izvještavanja nisu ostali imuni.

Teorijski okvir

Internetski mediji u početnoj fazi razvoja najavljivani su kao mediji koji će ukinuti novinarstvo (Bromley, 1997). Ovo, donekle, i jeste tačno ukoliko se novinarstvo posmatra u klasičnom smislu i u kontekstu tradicionalnih (jedan-ka-mnogima) medija. Međutim, u kontekstu novih, online medija novinarstvo je poprimilo nove karakteristike vezane za tehnološke promjene: hipertekstualnost, interaktivnost i multimedijalnost (Deuze, 2003) ali i nove karakteristike u vezi s karakterom sadržaja i načinom izvještavanja. Recentna istraživanja ukazala su na neke ključne promjene koje su nazvane *cut and paste journalism* (Fenton, 2010); *churnalsim* (O'Neill & Harcup, 2008) *canibalisation of news* (Philips, 2010); *vanilla news and vanilla journalism*; (Philips, 2010; Franklin, 2012) te *click-bite journalism* (Chen, Conroy & Rubin, 2015), kao svojevrsni fenomeni u novinarstvu koji su u kratkom roku postali dominantni stilovi izvještavanja u online medijima. Karakteristike ovih trendova ogledaju se u fokusiranju na brzinu u izvještavanju, zahtjevima za multitasking vještinama i fleksibilnosti novinara, jačanju veze između novinara i publike putem personaliziranja sadržaja, jačanju lojalnosti publike određenom mediju te jačanju uloge društvenih mreža.² Posebno je danas dominantno takozvano *click-bait* novinarstvo čiji je fokus na takvoj vrsti izvještavanja čija je prvenstvena svrha privlačenje pažnje čitalaca i poticanje na otvaranje (klik) linka za tekst.

2 <http://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693>, datum pristupa 25.7.2016.

Pri tome se posebna pažnja posvećuje naslovu i eventualno leadu koji ne donose odgovore na osnovna novinarska pitanja, a ponekad su obmanjujući jer ne donose nikakvu novu informaciju ili su čak u potpunoj suprotnosti sa ostatkom teksta³. U osnovi leži ekonomska računica koja je jednostavna: što više klikova to više čitalaca, a što više čitalaca to više oglašivača. Spram toga se vrši i svojevrstan proces gatekeepinga te dominirajući kriterij za uvrštavanje tema na web stranice biva određen brojevima klikova što vodi ka naglasku na trivijalnim, tabloidnim temama, a određivanje naslova svodi se uglavnom na funkciju privlačenja pažnje te clickbait postaje mjerilo uspješnosti novinara (i medija). Uzme li se u obzir i imperativ brzine i stalne smjene sadržaja na internetskim medijima, dominacija senzacionalističkog pristupa u izvještavanju postaje pravilo, a ne iznimka. Senzacionalizam u medijima prisutan je od zlatnog doba The New York Suna, The Herald a te The Worlda i The Journala koji su pričama o seksu, nasilju, razvodima, preljubama privlačili pažnju publike i donosili zaradu vlasnicima.

Ovaj trend u novinarstvu nije nestao, već se samo prilagođavao zahtjevima tržišta, a prvi kodeksi i smjernice za profesionalno izvještavanje upravo su i nastali kao odgovor na senzacionalističko izvještavanje. Senzacionalizam u izvještavanju karakterišu kontroverzne tvrdnje, nastojanja šokiranja javnosti kako bi se zadobila pažnja, izostavljanje šireg konteksta i fokusiranje na nebitne detalje, preuveličavanje, iskrivljivanje činjenica, izdvajanje činjenica i interpretiranje mimo konteksta“ (Baraković, 2013). Ovakav način izvještavanja „pun je hiperbola i obojenih izraza. Koristi zapaljive i kvalifikatorske termine, poput „monstruma“, „koljača“, „krvnika“ te pridjeva „šokantno“, „skandalozno“ ili „nevjerojatno“. Takvi izrazi kvalifikuju i osuđuju ličnosti i pojave, a ponekad su i snishodljivi prema gledaocu ili čitaocu“ (Bogdanić, 2015:16). Prisutan je i snažan uticaj na emocije publike, koji ponekad graniči sa morbidnošću, pri čemu se sve češće krše temeljna prava osoba uključenih u izvještavanja, prije svega pravo na privatnost i pravo na pretpostavku nevinosti.

Pravo na zaštitu privatnosti definisano je svim kodeksima koji se primjenjuju u novinarstvu. Tako u Kodeksu za štampu BiH pravo na zaštitu privatnosti definisano je članom 9. na sljedeći način: „Novinari će izbjegavati uplitanje u nečiji privatni život, osim ako takva uplitanja nisu potrebna u interesu javnosti. Teme koje uključuju lične tragedije će biti obzirno tretirane, a pogođenim ličnostima će se pričati diskretno i sa saosjećanjem.“⁴ Slično se ovo pitanje tretira i u Kodeksu novinara Srbije u kome se navodi da „prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima, nije dozvoljeno objavljivanje imena i fotografija žrtava i počinilaca koje ih jasno identifikuju; Nije dozvoljeno ni objavljivanje bilo kakvih podataka koji bi indirektno mogli da otkriju identitet bilo žrtve, bilo počinioaca, pre nego što nadležni organ to zvanično saopšti.; U izveštavanju o događajima koji uključuju lični bol i šok, novinar je dužan da svoja pitanja prilagodi tako da odražavaju duh saosećanja i diskrecije.“ (Kleut, 2015:11). Ovo se pravo u medijima često narušava te je i Kodeksom časti novinara BiH⁵ jedna od glavnih smjernica etičkog i profesionalnog djelovanja novinara upravo ona koja se odnosi na preporuku da novinar treba da štiti čovjekovu intimu od neopravdanog ili senzacionalističkog otkrivanja u javnosti.

3 Čitaoci se često osjećaju prevarenim jer su uskraćeni za informaciju te pojedini mediji pokušavaju garantovati svojim posjetiocima svojevrstnu satisfakciju nudeći im vraćanje novca za praćenje sadržaja na bazi pretplate ukoliko se osjećaju uskraćenim za informaciju ili obmanutim sadržajem koji je najavljen. Jedan od takvih medija je holandski portal Blende <http://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693>, datum pristupa 25.7.2016.

4 Kodeks za štampu i online medije, www.vzs.ba

5 http://www.bhnovinari.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=362&Itemid=223&lang=bs, datum pristupa 15.6.2016.

Urednici i novinari često se pozivaju na javnost i interes javnosti što nema uporišta ni u zakonskim odredbama ni u etičkim smjernicama, jer iz same definicije novinarstva proizlaze jasne funkcije ove djelatnosti. Ni javne ličnosti ne mogu biti predmet medijskih hajki premda su „javne ličnosti unapred svesne da im je pravo na privatnost donekle ograničeno, ali to istovremeno ne znači da mediji mogu da ga krše bez ikakvog razloga i objašnjenja. Podaci iz privatnog života javnih ličnosti objavljuju se samo ukoliko je to u interesu javnosti, odnosno ukoliko imaju direktne posledice na više ljudi, ukoliko su u suprotnosti s duhom funkcije koju ta ličnost obavlja, ili idejama koje javno zastupa (Kleut, 2015:12). Bez obzira na to da li je riječ o javnim, poznatim ličnostima ili javno(sti) nepoznatim ličnostima, pravo na privatnost je jedno od najčešće kršenih prava pojedinaca u medijima. Sličan slučaj je i sa kršenjem prava na pretpostavku nevinosti.

Pretpostavka nevinosti podrazumijeva pravo svake osobe da je tretiraju nevinom za krivično djelo dok sud ne utvrdi drukčije. Ovo pravo definirano je ustavima pojedinačnih država, ali i međunarodnim konvencijama i drugim aktima. Članom 10 Kodeksa za štampu i online medija BiH definisano je da „*novinari neće nikoga tretirati kao kriminalca prije donošenja sudske presude koja to potvrđuje. Novinari imaju obavezu ne donositi preuranjene sudove o krivici optužene ličnosti.*“⁶ Novinarski kodeski preporučuju obazrivost pri izvještavanju o sudskim postupcima, krivičnim djelima, tragedijama i slično te da se, pored poštovanja prava na privatnost, posebno vodi pažnja o pravu na pretpostavku nevinosti.

Tako se u Kodeksu novinara Srbije navodi da je „*novinar dužan da poštuje pravilo pretpostavke nevinosti i ne sme nikoga proglasiti krivim do izricanja sudske presude. Ukoliko izveštava o počinjenom krivičnom delu, novinar mora da bude na oprezu da, u razgovoru s eventualnim svedocima, ne obelodani identitet žrtve, odnosno identitet i pravo na pretpostavku nevinosti osumnjičenog*“⁷. Međutim, i ovo pravo novinari često ne poštuju kao što je to pokazao slučaj ubistva Jelene Krsmanović Marjanović iz Srbije.

Metod

Gotovo da nijedan slučaj ubistva u prethodnom periodu nije izazvao toliko medijske pažnje koliko slučaj ubistva Jelene Krsmanović iz Srbije. Mediji su 2. aprila 2016. godine objavili da je Jelena Krsmanović Marjanović nestala na nasipu u Borči. Dan kasnije, 3. aprila, policija je pronašla tijelo i konstatovala nasilnu smrt udarcima po glavi. Počinilac, motiv pa čak i oružje kojim je žrtva ubijena još uvijek su nepoznati. Zvanične informacije o ovom slučaju bile su štire, izuzev saopštenja ministra unutrašnjih poslova Srbije Nebojše Stefanovića da policija intenzivno radi na rasvjetljavanju ubistva i da je ono što mediji pišu daleko od istine (Vreme, 5.5.2016). Pored toga, premijer Srbije Aleksandar Vučić je tri dana prije izbora u Srbiji najavio da će ubica Jelene Krsmanović biti uhapšen „u narednih 48 sati. Voleo bih, kada bi bilo moguće, da policija o tome ne obaveštava javnost pre ponedjeljka, da ne bi bilo raznih spekulacija različitih ljudi, koji znaju da ne mogu da pobeđu na pošten način i koji svojom mržnjom nisu uspjeli da pridobiju većinu biračkog tela, da ovim ne bi imali još jedan razlog za reći mržnje i svoje izgovore“⁸.

6 Kodeks za štampu i online medije BiH, dostupno na www.vzs.ba

7 <http://www.savetzastampu.rs/cirilica/kodeks-novinar-srbije>

8 <http://www.blic.rs/vesti/hronika/vucic-ubica-jelene-krsmanovic-ce-biti-uhapsen-u-narednih-48-sati/3hdgn7>, datum pristupa 23.7.2016.

S druge strane, slučaj je u medijima predimenzioniran⁹ i objave o slučaju strukturirane su na matricama senzacionalističkog, manipulativnog i neodgovornog izvještavanja pri čemu je „od stvarne tragedije iz dana u dan pravljena jeftina sapunica, od policijske istrage komedija apsurdna, a u trci za šokantnim naslovima i skandal-vestima zgažen je i iscepan novinarski kodeks“ (Vreme, 5.5.2016). Na izvještavanje medija reagovao je Savjet za štampu Srbije ukazujući na gruba kršenja etike i kodeksa izvještavanja, a posebno je ukazano na kršenje prava na privatnost i prava na pretpostavku nevinosti. Pretpostavka istraživanja u ovom radu bila je da je većina online medija u izvještavanju o slučaju Krsmanović svjesno kršila pravo na privatnost žrtve i njezine porodice kao i pretpostavku o nevinosti. Istraživanje je obavljeno tokom aprila 2016. godine, a selektirani su po dva najposjećenija portala u regionu sa bhs govornim područjem (www.blic.rs, www.informer.rs, www.klix.ba, www.nezavisne.com, www.jutarnji.hr, www.index.hr). Jedinica analize bio je objavljeni tekst. Tekstovi su prikupljeni digitalnom metodom Google Image Scraper, a baza tekstova filtrirana je pomoću ključnih riječi: ubistvo jelena marjanović krsmanović.

Prethodno su ključne riječi testirane pretraživanjem Google pretraživačem. Nakon toga je baza dodatno filtrirana programom Excel a prikupljeni tekstovi su kodirani. Analiza se odnosila na kvantitavni i kvalitativni nivo utvrđivanja kršenja prava na privatnost utvrđivanjem tekstova u kojima se otkrio identitet žrtve i članova porodice te identitet osoba koje su na neki način dovedene u sumnju sa djelom. S obzirom na kršenje pretpostavke nevinosti selektirani su tekstovi u kojima je direktno ili indirektno neka osoba osumnjčena ili optužena kao kriva (istraga o ovom slučaju do 15. avgusta 2016. godine nije bila okončana tako da ne postoji nikakva sudska presuda). Savetu za štampu Srbije u periodu od 3. aprila do 14. juna prijavljeno je oko 200 tekstova u kojima se krši jedna ili više tačaka kodeksa novinara Srbije¹⁰.

Analiza i diskusija

U periodu istraživanja u selektiranim medijima objavljena su ukupno 232 teksta koja su se odnosila na ubistvo Jelene Marjanović Krsmanović. Na portalu www.avaz.ba objavljeno je 28 tekstova, na portalu www.nezavisne.com 25 tekstova, na portalu www.jutarnji.hr 16 tekstova, na portalu www.index.hr 11 tekstova te na srbijanskim portalima www.blic.rs 72 teksta i www.informer.rs 70 tekstova.

Uočljivo je da je najviše tekstova objavljeno na srbijanskim portalima što je i razumljivo s obzirom na to da se ubistvo dogodilo u Srbiji, ali je značajan broj tekstova objavljen i u selektiranim medijima u BiH i Hrvatskoj. Kriterij za odabir portala bio je posjećenost i govorno područje srpskog, hrvatskog i bhs jezika. Odabrani tekstovi analizirani su kvantitativno i kvalitativno. Kvantitativna analiza odnosila se na ukupan broj objavljenih tekstova o slučaju Krsmanović te na procentualnu zastupljenost definiranih varijabli u selektiranim tekstovima. Kvalitativna analiza odnosila se na utvrđivanje elemenata koji su karakterisali tekstove kao tekstove u kojima se krše prava na privatnost i prava na pretpostavku nevinosti (direktno i indirektno otkrivanje identiteta žrtve i članova porodice te drugih osoba

9 Ukucavanjem ključnih riječi jelena krsmanović marjanović na googlu pretraživaču moguće je pronaći 294.000 rezultata (datum pristupa 8.8.2016)

10 <https://www.cenzolovka.rs/vesti/slucaj-ubijene-pevacice-kad-od-zlocina-mediji-naprave-rijaliti/>, datum pristupa 12.7.2016.

uključenih u izvještavanje) kao i na utvrđivanje elemenata tekstova koji su direktno ili indirektno izražavali sumnjičenje za počinjeni zločin.

Pravo na privatnost žrtve i njezine porodice narušeno je u svim analiziranim tekstovima jer su svi mediji objavili puno ime i prezime žrtve. Pravo na privatnost članova porodice narušeno je više od 78% tekstova koji su uključivali članove porodice. Također su objavljena puna imena i prezimena članova porodice (čak je objavljeno i ime maloljetnog djeteta). Pravo na privatnost nije samo kršeno objavljivanjem identiteta žrtve i članova porodice, već i objavljivanjem intimnih detalja iz života žrtve (32% tekstova) te intimnih detalja iz života članova porodice žrtve (21% tekstova). Pravo na zaštitu privatnosti u selektiranim tekstovima prekršeno je već u samom naslovu u većini slučajeva jer su mediji objavili ime i prezime žrtve, a značajan broj naslova identificirao je i njezinog muža. Premda je žrtva bila pjevačica „Grand produkcije“, široj javnosti nije bila poznata kao ni njezin suprug i njegov otac, također muzičari, ali također nepoznati široj javnosti. Stoga se ni žrtva ni navodni osumnjičeni ne mogu tretirati kao javne ličnosti niti se izvještavanje o njima može pravdati javnim interesom.

Pored toga, mediji su objavljivali i privatne prepiske sa društvenih mreža članova porodice i drugih osoba pod naslovima tipa: *Gulaš, pretnje i diplomata: još mučniji zapleti u rijaliti cirkusu nakon ubistva pevačice; Svekrva odbila poligraf, Rijaliti zločin dobio novog junaka iz Beča, Mučne svađe muža ubijene pevačice i Rade Matić*¹¹.

Pravo na pretpostavku nevinosti također nije poštovano. U 37% tekstova implicitno ili eksplicitno su identificirane osobe koje su mediji proglasili osumnjičenim pozivajući se na nepoznate izvore (anonimne ili neimenovane). I u ovom slučaju pretpostavka nevinosti kršila se također i u naslovu (*Svekar Jelene Marjanović pao na poligrafu; Pjevačica ubijena u kući*¹²; *Rada Matić: Zoran je član sekte - ubili su Jelenu sa 33 udarca jer je toliko godina živio Isus*¹³; *Djever Miloš mrzio Jelenu, u pjesmama pokazao mjesto i način na koji je izvršeno ubistvo*¹⁴; *Ovaj čovek zna istinu o ubistvu pevačice. Nebojša Rojko saslušan u beogradskoj policiji, čekaju se rezultati poligrafa;*¹⁵ *Konačno epilog: uhapšen ubica Jelene Marjanović...*¹⁶).

*U selektiranim tekstovima najčešće se kršilo pravo na pretpostavku nevinosti članova porodice: muža žrtve (u više od polovine tekstova koji su se odnosili na moguće osumnjičene), zatim svekra i svekrve žrtve (u nešto manje od osam posto selektiranih tekstova) a u ostalim tekstovima spominjali su se i čovjek sa štapom, komšije, manijak s Fejsbuka, svekrvin klijent itd.*¹⁷ Većina tekstova (85%) koja je obuhvaćena u kategoriju kršenja prava na pretpostavku nevinosti ne navodi izvor za tvrdnje (optužbe), dok u manjem broju tekstova navode izvore koji su svrstani u kategoriju anonimnih. Službeni izvori pojavljuju se u zanemarljivom procentu. Istraživanje u ovom radu obuhvatilo je kratak period i mali broj medija i medijskih objava o slučaju koji je izazvao izuzetnu medijsku pažnju i nije se bavilo diskurzivnom

11 Naslovi objavljeni na www.blic.rs

12 <http://www.nezavisne.com/novosti/ex-yu/Svekar-Jelene-Marjanovic-pao-na-poligrafu-Pjevacica-ubijena-u-kuci/365110>, datum pristupa 12.7.2016.

13 <http://www.nezavisne.com/novosti/ex-yu/Rada-Matic-Zoran-je-clan-sekte-ubili-su-Jelenu-sa-33-udarca-je-je-toliko-godina-zivio-Isus/373091>, datum pristupa 12.7.2016.

14 <http://www.nezavisne.com/magazin/zuta-hronika/Djever-Milos-mrzio-Jelenu-u-pjesmama-pokazao-mjesto-i-nacin-na-koji-je-izvršeno-ubistvo/374382>, datum pristupa 12.7.2016.

15 <http://www.informer.rs/vesti/hronika/65871/OVAJ-COVEK-ISTINU-UBISTVU-PEVACICE-GRANDA-Nebojsa-Rojko-saslušan-beogradskoj-policiji-CEKAJU-REZULTATI-POLIGRAFA>, datum pristupa 12.7.2016.

16 <http://www.avaz.ba/clanak/235126/konacno-epilog-uhapšen-ubica-pjevacice-jelene-marjanovic>, datum pristupa 13.7.2016.

17 Pri analizi nisu razvrstavani tekstovi u kojima su navodni osumnjičeni potpuno identificirani od tekstova u kojima je to urađeno implicitno i insinuirajuće s posednom identifikacijom pošto je istraživanje bilo fokusirano na kvantitativnu dimenziju medijskog kršenja prava na presumpciju nevinosti generalno. Isti slučaj je i sa kršenjem prava na privatnost.

analizom niti istraživanjem stavova javnosti (stručne i medijske), ali je i na malom uzorku ukazalo na značajan procent medijskih objava u kojima se krše prava na privatnost i prava na pretpostavku nevinosti.

Ovakav način izvještavanja ne samo da se reflektira na novinarstvo s aspekta tabloidizacija i fičerizacija sadržaja, senzacionalizma u izvještavanju, već i sa aspekta potpunog zanemarivanja etičkih standarda i normi profesionalnog izvještavanja. Izostanak reakcije javnosti na neetično izvještavanje i kršenje spomenutih prava, izuzev rijetkih izuzetaka kao što su profesionalna udruženja novinara i pojedinaca te, pokazatelj je svojevrstne proizvodnje pristanka (Lippman) na mnijenja konstruisana posredstvom medijskih aganedi kao i o latentnom i apatičnom karakteru javnosti na području koje je istraživano. Publika (javnost) jednom naučena na ovakvu vrstu zabavnih sadržaja očekuje najmanje isti, a po mogućnosti i veći stepen senzacionalizma, krvi, misterije i ogoljene privatnosti pojedinaca kako bi zatomili (imanentni ali i nametnuti) voajerizam i potrebu za katarzom kroz tuđa iskustva. U ovakvom kontekstu i moralna odgovornost biva podijeljena.

Zaključak

Senzacionalistički pristup u izvještavanju u online medijima motivisan je najprije komercijalnim interesima te danas više nije slučajnost već postaje pravilo i temeljno mijenja pogled na etiku novinarstva. Profesionalni standardi utemeljeni na praksama izvještavanja u tradicionalnim medijima teško da se mogu primijeniti u online sferi koja je još uvijek zakonski neuređena, a na etičkom nivou mahom prepuštena samoregulaciji. Pored toga, novinari ovih medija su izloženi pritiscima, a profesiju odlikuju „egzistencijalna nesigurnost, pravna nesigurnost, nesigurnost radnog mesta i nesigurnost radnog vremena. Broj pregleda i prodatih primeraka, a sa njima često i plata i zaposlenje, zavise od bombastičnih i senzacionalističkih naslova“ (Kleut, Mišljenović, 2015:48) koji će privući pažnju publike, a posredno i interes oglašivača.

Pravdanje ovakvih praksi izvještavanja javnim interesom slab je alibi za sve češće narušavanje osnovnih ljudskih prava, prava na privatnost i prava na pretpostavku nevinosti. Odgovornost urednika i novinara za ovakvo stanje svakako je najveća, ali ne treba zanemariti ni odgovornost institucija države, ali ni publike koja je u online sferi participatorska i morala bi biti suodgovorna za etiku online komuniciranja i posljedice (ne)etičkog komuniciranja u javnoj sferi. Prema prihvaćenim funkcijama javnosti, javnost ima moralnu obavezu da vrši nadzor nad društvenim kretanjima kao što je javna komunikacija. Javna komunikacija uključuje i medijsku potrošnju koja se mora tretirati kao društveno djelovanje koje sadrži moralne odluke (Kunzic, 2006: 83) i pred kojima i mediji i javnost moraju biti odgovorni.

Literatura

1. Allan, Stuart (2004) *News Culture*, Open Univesity Press, Berkshire
2. Baraković, Vedada (2013) *Senzacionalizam i medijska re-viktimizacija: slučaj Bettine Siegner*, Medijska kultura, Nikšić, Crna Gora
3. Bogdanić. A. (2015) *Medijska slika: istraživanja o odgovornom novinarstvu*, Fakultet političkih nauka Banjaluka

4. Bromley, Michael (1997) *The end of journalism? Changes in workplace practices in the press and broadcasting in the 1990s*, in: Michael Bromley and Tom O'Mally (Eds), *A journalism reader*, London: Routledge, pp. 330–350.
5. Deuze, Mark (2004) *What is Multimedia Journalism?*, *Journalism Studies* 5(2), pp. 139-152.
6. Domingo, David (2006) *Inventing online journalism: development of the Internet as a news medium in four Catalan newsrooms*, PhD Dissertation, Universitat Autònoma de
7. Fairclough, Norman (2003) *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, Routledge, London
8. Esposito, Steven A. (1996). Presumed Innocent? A Comparative Analysis of Network News, Prime-Time News Magazines, and Tabloid TV's Pretrial Coverage of the O.J. Simpson Criminal Case. *Communications and the Law* 18, no. 4:49-72.
8. Fenton, Natalie, ed. (2010). *New Media, Old News*, London: Sage, 2010
9. Franklin, Bob, ed. (2012) *The Future of Journalism*, Routledge, New York
10. Froch, Paul & Pinchevski, Amit (2009) *Media Witnessing: Testimony in the Age of Mass Communication*, Palgrave Macmillan, London
11. Kunzick, Michael i Zipfel, A (2006), *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert Stiftung
12. Kleut, Jelena i Mišljenović, Uroš (2016) *Zaštita privatnosti i pretpostavke nevinosti u medijima*, Partneri za demokratske promene Srbija
13. Mosco, Vincent (2004) *The digital sublime: myth, power, and cyberspace*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
14. Peruško, Zrinjka (ur) (2011) *Uvod u medije, Jesenski i Turk*, Zagreb
15. Sparks, Collin. & Tulloch, Jmes. (Eds.) (2000). *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, USA: Rowman and Littlefield.
16. McChesney, Robert. (2014) *Digitalna isključenost, Kako kapitalizam okreće internet protiv demokracije*, Multimedijalni institut i Fakultet za medije i komunikacije, Zagreb
17. Steensen, S. (2011) *The Featurization of Journalism*, *Nordicom Review* 3, pp. 49-61
18. Vulić, Tatjana., Marković, Zorica. (2014) *Uloga rijaliti programa u preoblikovanju vrednosti mladih*, *Medijski dijalozi* br.12, str. 319-335, Podgorica.