

ETIKA KAO IZAZOV BH MEDIJA

Svetlana Dušanić – Gačić

vanredni profesor i koordinator za osiguranje kvaliteta „Visoka škola „Banja Luka College“, svetlanadg@blc.edu.ba; ORCID: 0000-0001-6173-7442

Mladen Miroslavljević

vanredni profesor, Visoka škola „Banja Luka College“, m.miroslavljevic@blc.edu.ba
ORCID ID: 0000-0003-1574-8540

Nenad Novaković

vanredni profesor, Visoka škola „Banja Luka College“, nenad.novakovic@blc.edu.ba
ORCID ID: 0000-0002-2692-3386

Sažetak: *Funkcija novinara koji treba i mora da bude kritičar društva je izgubljena, zbog čega je neminovno uvidjeti koliko se poštuju etički principi u novinarstvu. Etičke standarde kroz kodekse ponašanja donose medijske kuće i udruženja novinara, a koliko se kodeksi poštuju zavisi od samih novinara, urednika i vlasnika medija, kao i okruženja u kojem djeluju. Novinari treba da imaju slobodan pristup izvorima informacija, u ime prava javnosti da bude obaviještena i da ta javnost ima slobodan pristup za izražavanje preko medija. Predmet istraživanja u ovom radu jeste novinarska etika u bosanskohercegovačkim medijima. Analiza je rađena deskriptivnom statistikom a uzorci su prikupljeni elektronskim putem. Cilj rada jeste prikazati stanje u medijima kada je u pitanju etika i uporediti novinarsku praksu koja je nadvladala zahtjeve kvalitetnog etičkog novinarstva. Autori smatraju da istina nije samo profesionalni standard, nego je etička norma i moralna dužnost i odgovornost. Suština novinarstva je u objavljivanju relevantnih informacija u javnom interesu, ali je u bh. društvu gledanost, čitanost i slušanost medija postala aparat politike.*

Ključne riječi: *etika, mediji, kodeks, objektivnost*

JEL klasifikacija: M37

UVOD

Neuređenost bosanskohercegovačkog društva uzrokovana stanjem u političkom sistemu i funkcionisanju države, neminovno se preslikava i na medije. Neuvažavanje etičkih načela prilikom izvještavanja je evidentno. Novinari nastoje da prate političke subjekte težeći njihovoj naklonosti, a ne objektivnom informisanju javnosti. Funkcija novinara koji treba i mora da bude kritičar društva je izgubljena. Stanje u bosanskohercegovačkim medijima je takvo da ono o čemu bi trebali odlučivati urednici i novinari,

odlučuje politika, menadžeri, medijski vlasnici, izvori informacija i oglašivači. Novinar kao izvještač nestaje, njegovo mjesto nadzora nad procesima u medijskoj realnosti preuzimaju bezlične strukture i mehanizmi moći, vlasnici kapitala i nositelji vlasti. Veći dio djelovanja novinara možemo okarakterisati kao pasivnu preradu informacija. (Kovačić, 2001) Novinari u Bosni i Hercegovini kada prerađuju obavještenja za objavljivanje ili kada rutinski prate taj ili onaj događaj, odazivaju se tek na podsticaj informacijskog izvora. (Hunt T., 1995) Izvještači nisu novinari, nego oni koji u izvještavanju (uspješno) nameću svoj interes, oni koji direktno (kao vlasnici) ili indirektno (kao najuticajniji izvori informacija i mišljenja, kao oglašivači i sponzori) vladaju medijima. (Splichal S., 1994)

Predmet istraživanja u ovom radu jeste novinarska etika u bosanskohercegovačkim medijima. Mediji formiraju interpretativne okvire u kojima se poruke lakše tumače i razumiju, (Velov B., 2021), zbog čega je naš cilj pokazati na neophodnost poštovanja etike u izvještavanju. Cilj rada jeste prikazati stanje u medijima kada je u pitanju etika i uporediti novinarsku praksu koja je nadvladala zahtjeve kvalitetnog etičkog novinarstva. Da bismo potpomogli uočavanju ovog problema, prikazaćemo rezultata dobijenih analizom ispitivanja novinara i urednika u BiH.

Glavna hipoteza rada jeste da mediji u BiH ne pridaju važnost etičkom izvještavanju. Pri tome dovode do pada povjerenja u medije, ne vodeći brigu o tome da treba da služe građanima i objektivno ih informišu. Definisali smo podhipoteze, koje navodimo redoslijedom:

Podhipoteza 1 – mediji su pristrasni prilikom izvještavanja

Podhipoteza 2 – u medijima je prisutan govor mržnje

Podhipoteza 3 – novinari ne poštuju etički postulat istine

PREGLED LITERATURE

Etika profesije se postavlja kao pitanje potrebe i nužde, a posebno je važan segment novinarske etike i njenog poštovanja u novinarskoj profesiji. Etičke standarde kroz kodekse ponašanja donose medijske kuće i udruženja novinara. Koliko se kodeksi poštuju zavisi od samih novinara, urednika i vlasnika medija. Kodeksi profesionalne etike ne propisuju nikakve teške sankcije već samo moralne stoga ih je lakše kršiti nego zakone, čije provođenje nadzire država, dok poštovanje profesionalne etike kontroliraju novinari i izdavači. (Ivanuš, 2021) Da bi se moglo govoriti o novinarskoj etici, novinarstvo mora da bude slobodno i nezavisno. Etika u užem smisluje nauka o moralu, a novinarska etika je specifična zbog novinarske struke i njenih zahtjeva koje novinare svakodnevno stavljaju pred neku od moralnih dilema. (Kovačić, 2001) Novinarska etika podrazumijeva profesionalno primjenjivanje određenog skupa vrijednosti koji je novinar kao pojedinac slobodno usvojio i koji smatra ispravnim, te ih kao takve primjenjuje u praksi. Profesionalni kodeksi i savjeti za štampu udovoljavaju opštim zahtjevima, koji glase: obezbijediti čitavoj populaciji tačnu, poštnu i potpunu informaciju, koju ta populacija ima pravo da očekuje i pruži zaštitu od zloupotreba i iskrivljivanja; zaštititi one koji se profesionalno bave informisanjem od svih oblika pritiska ili prinude koji bi ih spriječili da pružaju javnosti informacije definisane na ovaj način ili bi ih podsticali da rade protiv svoje svijesti; obezbijediti najbolji moguć protok informacija u društvu, u skaldu sa osnovnom suštinskom misijom štampe u liberalnim režimima. To znači istovremeno i da novinari treba da imaju slobodan pri-

stup izvorima informacija, u ime prava javnosti da bude obaviještena i da ta javnost ima slobodan pristup za izražavanje preko medija. Održavanje tog dvostrukog protoka spada među suštinske dužnosti novinara i medija. (Vidaković, 2009) Novinarstvo je također i profesija, zasnovana na etičkim principima shvaćenim kao dužnost novinara da služi istini. Budući da novinarstvo nije samo posao, njegova suština se sastoji i iz onog što javnost o njemu misli. Novinarstvo ima i drugu realnost, posvećenu informisanju javnosti na precizan i pouzdan način o svemu što ljudima treba. Legitimno je da ljude zanima sve što se zbiva, sve što im se može dogoditi, ili što se događa drugima. Važna uloga novinarstva se sastoji i u pribavljanju preciznih i pouzdanih informacija koje ljudima služe za snalaženje u slobodnom društvu. Zbog toga su etički principi nešto od čega se novinarstvo mora sastojati. (Windt P.Y., 1989) Prema Korniju (Korni, 1999), etika informisanja se ne svodi na djelovanje svojih najuočljivijih aktera: novinara, fotoreportera, reditelja i televizijskih snimatelja, ona se odnosi i na medije kao organizacije. Korni definiše kritične tačke koje se odnose na etiku izvještavanja u društvu: krhka nezavisnost novinara u odnosima sa raznim nosiocima vlasti; propusti u provjeravanju informacija, pod kombinovanim uticajem zakona tržišta, brzine informisanja i efikasnosti profesionalnih saopštavalaca; brkanje slobode izražavanja, koja pripada svima, i slobode štampe, koju drže u rukama samo neki; prikazivanje informacija koje daju prednost nekim, određenim vidovima realnosti da bi se izdržalo u trci za što većim brojem slušalaca, odnosno čitalaca; povrede nanijete pojedinim ličnostima eksploatacijom nasilja, zadiranjem u privatni život i nepoštovanjem načela da se niko ne može smatrati krivim dok se to ne dokaže. (Korni, 1999)

Etičko novinarstvo služi interesu javnosti tako što stalno istražuje istinu o događajima. Prema Izobroj komisiji "Stringer", Baldwin Chiyamwaka Executive Director, Media Council of Malawi, novinari bi trebali u potpunosti služiti javnosti pružajući im pravovremene i tačne informacije. Istinite i tačne informacije pomažu javnosti da razumije probleme i prema njima donose mišljenja i sudove. Ovo su samo neki od opštih etičkih pitanja ili smjernica koje trebaju poslužiti medijskim stručnjacima kada javnosti govore o određenim činjenicama. Kako piše Čupić (Čupić, 2008), uloga medija i novinara je trostruka: da prenose informacije bitne za javni život; da posreduju između vlasti i građana, odnosno države i građanskog društva; i da su prvi spoljni kritičar i kontrolor vlasti. Važnost sagledavanja novinarske etike u BiH jeste i u samoj činjenici da stepen poštovanja, odnosno kršenja etičkih principa pokazuje i sliku društva. Vidljivo je da su mnogi mediji u rukama sumnjivih koalicija politike i kapitala. (Veljanovski, 2005) Istinito izvještavanje nije nedostižan ideal, ali je istinu, često, teško otkriti i saopštiti drugima. Zato profesionalni kodeksi novinarskih organizacija i udruženja toliko insistiraju na dostizanju ovog standarda. (Milenković, 2008) Napominjemo i da su prvi kodeksi nastali početkom dvadesetog vijeka, već tokom prve decenije u Sjedinjenim Američkim Državama, a tokom druge decenije u Evropi. Najvažnija od deklaracija jeste Minhenska deklaracija. Pomenuta deklaracija propisuje prava i dužnosti novinara. Preambula Minhenske deklaracije iznosi stav da je odgovornost novinara prema javnosti "preča od svake druge odovornosti, posebno one prema poslodavcima i javnim vlastima".

METODOLOGIJA

Empirijsko istraživanje smo sproveli na području BiH među bosanskohercegovačkim novinarima i urednicima, slanjem elektronskog upitnika na elektronske adrese. Prikupljanje podataka trajalo nepuna četiri mjeseca (septembar - decembar 2021. godine), a upitnici su slani i po nekoliko puta na iste adrese. Konačan broj prikupljenih upitnika je zaokružen na 100. Inače, elektronska verzija upitnika za potrebe istraživanja stavova novinara proslijeđena je na 785 adresa. Važno je napomenuti da nisu svi ispitani novinari zaposleni, nego rade kao freelanseri, honorarni radnici, i slično, te činjenicu da se u BiH ne zna tačan broj novinara. Samim tim, ne možemo precizno odrediti reprezentativnost uzorka. Od 100 ispitanih, 58 novinara radi u javnoj medijskoj kući, a 42 u privatnoj. Uzrok nesaradnje novinara u pogledu ispunjavanja upitnika pronašli smo u strahu da će njihovi podaci biti iskorišteni, iako je jasno naznačeno da su upitnici anonimni i da će rezultati biti korišteni isključivo za naučne svrhe, kao i u nedostatku vremena da se posvete nečemu drugome osim ispunjavanju svojih dnevnih zadataka. Obrada podataka prikupljenih empirijskim istraživanjem vršila se u programu za statističku obradu podataka Statistical Package for the Social Science. A dobijeni rezultati prikazivani su samo tabelarno iz razloga što bi grafički prikaz razudio rad.

Tabela 1: Rad u javnoj ili privatnoj medijskoj kući

Medijska kuća	Frekvencija	%
Državna	58	58,0
Privatna	42	42,0
Ukupno	100	100,0

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Pregled odgovora na sva pitanja postavljena kroz upitnike predstavimo deskriptivnom statistikom.

EMPIRIJSKI REZULTATI ANALIZE

Nigdje potreba za moralnim rasuđivanjem nije akutnija nego u novinarstvu i drugim oblastima masovnih komunikacija. (Dej, 2004) Upravo zbog toga smo, nakon opštih pitanja o mjestu zaposlenja i redakciji, prvo pitanje u upitniku postavili postojanje i poštovanje etičkog kodeksa u medijskim kućama. Od ukupnog broja, 87% ispitanih novinara odgovorilo da u njihovoj medijskoj kući postoji etički kodeks koji je usklađen sa Kodeksom časti bh. novinara (<https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinar>) ali ih je 68% odgovorilo da se on poštuje. Zbog toga nam je bio izazov da pogledamo na zvaničnim web stranicama medijskih kuća da li imaju objavljen etički kodeks za koje novinari tvrde da postoje. Međutim, ni na jednom sajtu nismo pronašli objavljen etički kodeks. Na web stranicama javnih servisa (<http://lat.rtrs.tv/comp/principi.php>) postoji dokument *Uređivačka načela javnog radiotelevizijskog sistema u BiH*, a kako smo već napomenuli u BiH ne postoji ni jedinstveni etički kodeks bh. novinara. Kada su u pitanju etička načela, ne bi trebalo da bude razlike između štampanih i elektronskih medija. Kako piše D. Korni, status elektronskih medija se, bez obzira da li pripadaju državnom ili privatnom sektoru, svuda razlikuje od statusa štampanih

medija, za koje je jedina referenca sloboda štampe. Ako se izuzmu formalni aspekti, u etici informisanja najčešće postaje suvišno uspostavljanje razlikovanja između medija sa stanovišta novinarske prakse. (Korni, 1999)

U predstavljenoj tabeli 2. možemo vidjeti odgovore ispitanih novinara o poštovanju etičkog kodeksa (propisanog od strane njihove medijske kuće ili kodeks primjenjen od UNESCO- vih međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu.

Tabela 2. Poštovanje etičkog kodeksa u medijskim kućama u BiH

Poštuje li se etički kodeks	Frekvencija	%
Da	58	58,0
Ne	37	37,0
Ne znam	5	5,0
Total	100	100,0

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Uočljivo je da su novinari svjesni da iako postoji etički kodeks, da se on u manjem procentu poštuje nego što se propisuje. Nastojali smo dobiti sliku novinarske etike u bh.medijima sumirajući rezultate upitnika koja se odnose na elementarna etička pravila novinarske profesije. Odgovore na postavljena pitanja smo prikazali tabelarno.

Tabela 3. Mediji i elementarna etička pravila

	Nimalo se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Nisam siguran	Uglavnom se slažem	Potpuno se slažem
U medijima je konstantno prisutan govor mržnje	8,0%	13,0%	6,0%	-	73,0%
U medijima je rašireno otvoreno laganje	37,0%	14,0%	8,0%	-	41,0%
U medijima entiteta je očigledno držanje jedne strane (svoje nacionalne strane)	-	8,0%	-	10,0%	82,0%
Mediji se suprotstavljaju iznošenju neistina	20,0%	41,0%	-	39,0%	-
Novinari svakodnevno tragaju za pravom istinom i pozadinom događaja	12,0%	40,0%	6,0%	32,0%	10,0%
U medijima nema prostakluka, moralne bezobzirnosti i povlađivanja kriminalu	10,0%	86,0%	-	4,0%	-

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Kako je vidljivo iz dobijenih rezultata, novinari su svjesni da mediji drže jednu stranu (svoju stranu) pri izvještavanju. Čak 82% novinara potvrdilo tu konstataciju, dok se 10% njih uglavnom složilo. Time možemo reći da imamo gotovo stopostotno

pristupstvo pristrasnosti medija. Na osnovu ovog rezultata možemo konstatovati da mediji u BiH ne poštuju Uređivačka načela javnog RTV servisa BiH u kojem stoji da je nespristrasnost ključna vrijednost javnih emitera i nijedna programska oblast nije izuzeta. Na veb stranici Radio televizije Republike Srpske (<http://lat.rtrs.tv/comp/principi.php>) možemo pročitati Načela u kojima stoji „Nepriistrasnost ne znači apsolutnu neutralnost o svakom medijskom sadržaju, niti je nužno svakom mišljenju plasiranom u programu suprotstaviti drukčije mišljenje. Informativno-politički program treba da ima slobodu da ispituje bilo koju temu sve dok za to postoje uređivački razlozi. Ali, kada se iznose suprotstavljena mišljenja, ne smiju se pogrešno ili iskrivljeno interpretirati. Naša obaveza i cilj jeste praviti programe koji su pravični, zasnovani na tačnosti i vjerodostojnosti činjenica. Informativni programi treba da ponude gledaocima i slušaocima sadržaje sa dovoljno činjenica i na uravnotežen način, tako da oni mogu formirati sopstveno mišljenje. Programska reputacija tačnog i nepristrasnog informatora je ono čemu zaposlenici javnih servisa moraju težiti i na čemu javni servisi grade svoj kredibilitet pred javnošću.” Prema dobijenim rezultatima, 73% ispitanika je potvrdilo da je u medijima konstatno prisutan govor mržnje. Prema tome i ovdje možemo zaključiti da se ne poštuje ono što je propisano Uređivačkim načelima. “Javni emiteri će u svojim programima poštivati opšteprihvaćene standarde o pristojnosti i uljudnosti, a vodiće računa i o običajnim (kulturološko-religijskim) normama svoje sredine, odnosno sredine o kojoj ili iz koje se izvještava. Ne smije se koristiti nikakav programski sadržaj koji bi mogao podstaći pojedince ili grupe na nasilje, nered i mržnju. Nije dopuštena upotreba jezika koji bi mogao značiti uvredu pojedinca ili bilo koje društvene grupe. U tom cilju javni emiteri neće publikovati nikakav sadržaj koji, korištenjem predrasuda ili stereotipa, diskriminiše pojedince ili grupe. Neće se emitovati nikakav materijal koji bi mogao provocirati ili podstaći na djela protiv osnovnih prava i građanskih sloboda pojedinaca.” Na ovu konstataciju možemo dodati i odgovore na pitanje da u medijima nema prostakluka, moralne bezobzirnosti i povlađivanja kriminalu, sa čime se nije složilo 86% novinara.

Konstatacije kod kojih nismo dobili tako očigledne odgovore, odnosno gdje se većina novinara nije složila jeste etički postulat istine:

- U medijima je rašireno otvoreno laganje,
- Mediji se suprotstavljaju iznošenju neistina i
- Novinari svakodnevno tragaju za pravom istinom.

Prema Žaketu, novinari su moralno obavezni da u najvećoj mogućoj mjeri prenose relevantne istinite informacije u javnom interesu. Prema dobijenim rezultatima, očigledno je da u ovom polju novinari koliko-toliko mogu da utiču na svoju opredijeljenost ka iznošenju istina. “Bez ove pretpostavke, novinari ne bi imali nikakvu obavezu da maksimalizuju iznošenje relevantnih istina u javnom interesu i za javno dobro.” (Žaket, 2007)

Naredni blok pitanja odnosio se na ispitivanje uticaja drugih strana na medije. Nastojali smo dobiti odgovore od novinara da li su svjesni uticaja, od koga dolazi i na koji način brane svoju profesiju. Prema etičkim standardima i kodeksima, novinar je dužan da se rukovodi etičkim i profesionalnim načelima, a u demokratskom društvu kakvim se bh. društvo predstavlja, mediji su slobodni, samostalni, istraživački i otvoreni za različita mišljenja. Novinar je za svoj rad odgovoran javnosti, a pred zakonom i svojom medijskom kućom.

Tabela 4: Uticaj na rad medija

	Nimalo se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Nisam siguran	Uglavnom se slažem	Potpuno se slažem
Političke, ekonomske ili neke druge direktive Vašeg glavnog urednika ili vlasnika Vašeg medija utiču na način na koji ćete obraditi neku temu	-	40,0%	3,0%	52,0%	5,0%
Nerijetko Vam neko sugeriše da o nečemu ne pišete (govorite) baš tada/sada	-	33,0%	2,0%	28,0%	37,0%
Tokom predizborne kampanje o nekim činjenicama ste znali ali o njima niste izvještavali	76,0%	10,0%	-	7,0%	7,0%
U Vašoj medijskoj kući svi akteri uživaju iste mogućnosti da stavovi budu dostupni javnosti	12,0%	38,0%	10,0%	40,0%	-

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Prema rezultatima istraživanja, poražavajuće je da je više od polovine ispitanika, njih 57% odgovorilo da pišu izvještaje prema nečijoj direktivi, dok se njih 40% uglavnom ne slaže. Niko od ispitanika nije odgovorio da se ne slaže sa ovom konstatacijom. Slično je i sa tvrdnjom da novinarima neko sugeriše da o nečemu pišu. Na osnovu toga možemo zaključiti da su javnosti većina informacija plasirane kao poluistinite, prerađene ili isplanirane. Ono što je uočljivo u dobijenim rezultatima jeste da je velika većina ispitanika, njih 76%, tokom neke od predizbornih kampanja (u BiH su izbori svake dvije godine, na lokalnom i opštem nivou) imalo informacije koje nisu plasirali u javnosti. Dakle, ostavili su javnost uskraćenu za informacije koje su možda od velikog značaja za njihovo opredjeljenje tokom dana glasanja na izborima. Ovdje možemo utvrditi da su uveliko prekršena etička pravila igre, jer uskraćivanje istine može da znači i iznošenje neistine.

Prema Kodeksu časti, novinar ima pravo odbiti radni zadatak ukoliko je on u suprotnosti sa Kodeksom, odredbama Statuta novinarske organizacije ili profesionalno etičkim standardima. Međutim, možemo zaključiti da se, zbog lošeg stanja u društvu, velike nezaposlenosti i srimaštva, mali broj novinara može drznuti da odbije zadatak ukoliko smatra da nije u skladu sa njegovim moralnim sudovima. Uprkos tome, dobili smo i rezultat koji bi bio očekivan od novinara, kao profesionalca, ali sa druge strane neočekivan od novinara u bh. društvu. Naime, iako uglavnom nemaju mogućnost da odbiju zadatak koji im je nametnut, novinari ipak ukazuju da se sa nekim činjenicama u svojoj medijskoj kući ne slažu. Prikaz možemo vidjeti i u tabeli br. 5.

Tabela 5: Novinari ukazuju da ne dijele stavove svoje medijske kuće

	Da	Ne
Bilo je slučajeva da Vi, ili drugi novinari, stavljate do znanja da ne dijelite mišljenja iznijeta u Vašem mediju	86,0%	14,0%

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Na osnovu istraživanja možemo reći i da se novinari oglašuju o propisani Kodeks, prema kojem je pravo i dužnost novinara da se zauzima za slobodan protok informacija. Prema etičkim kodeksima raznih novinarskih udruženja, novinari ne smiju biti vezani obvezom prema ičijem interesu osim interesa javnosti na informacije, a naše istraživanje je pokazalo da je bh. novinarstvo udaljeno od toga. Prema Etičkom kodeksu Društva profesionalnih američkih novinara “Novinari moraju izbjegavati sukob vlastitih interesa, bilo stvarnih bilo pretpostavljenih, te ostati izvan udruženja, političkih partija ili aktivnosti koje mogu kompromitovati njihovo poštenje ili nanijeti štetu njihovoj vjerodostojnosti prilikom izvještavanja.” Takođe, Uređivački principi javnog radiotelevizijskog servisa BiH propisuju da javni emiteri grade ugled kod svog auditorijuma putem programa u koje auditorijum ima povjerenja. “Vanjske aktivnosti zaposlenih, posebno urednika i kreatora programa, kao i aktivnosti njihovih porodica ili saradnika ne smiju ni na koji način uticati na programske sadržaje javnih emitera. Auditorijum ne treba imati nikakav razlog da sumnja u nepristrasnost i visoke standarde javnih emitera.” Međutim, mi imamo potpuno drugačije rezultate istraživanja.

Tabela 6: Prakse medija u izvještavanju o političkim partijama

	Nimalo se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Nisam siguran	Uglavnom se slažem	Potpuno se slažem
Prilikom prenošenja partijskih saopštenja ili izjava političara, ne provjeravate tačnost vijesti, informacije i fakta jer smatrate da je odgovornost na onome ko ih daje	35,0%	21,0%	-	26,0%	18,0%
Često intervjui ili izjave objavljene u Vašoj medijskoj kući nisu opravdane javnim značajem i principom zanimljivosti, već predstavljaju oblik prikrivene propagande	13,0%	30,0%	-	-	57,0%
U Vašoj medijskoj kući pridaje se jednaka važnost svim političkim partijama	36,0%	-	10,0%	21,0%	33,0%
Politička opredijeljenost ide na račun faktografije, vodi zabašurivanju ili dramatičizaciji	55,0%	13,0%	-	30,0%	2,0%

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Očigledno je kod prikazanih rezultata da su novinari svjesni kršenja etičkih propisa, jer je većina odgovorila da često imaju izvještaje koji su oblik prikrivene propagande. Takođe i principi javnog sistema propisuju da sponzorisane informativno-političkih programa nije dopušteno, dok u drugim programskim oblastima sponzorirani sadržaji moraju biti jasno obilježeni i prepoznatljivi. Možemo navesti i to da Kodeks časti naglašava da novinar ne smije biti autor plaćenih reklamnih i drugih propagandnih napisa, što je u BiH daleko od standarda. Ovo je očigledno u prikazu dobijenog rezultata prikazanog u tabeli br 7.

Tabela 7: Promocija privatnog interesa

	Da	Ne
Vlasnik Vašeg medija ili urednik tražio je da promovirate njegov privatni ekonomski, politički ili drugi interes ili da podržavate nekog od učesnika u izbornom procesu ili u javnom životu	84,0%	16,0%

Izvor: Autorsko istraživanje, obrada i prikaz

Za etiku novinarstva vjerodostojnost je ključni element na kojem se izgrađuje imidž. (Malović, 2007) Prema rezultatima istraživanja koje smo naveli do sada očigledno je da su mediji u BiH daleko od izgradnje tog imidža koji poštuje etičke standarde. Prema L.A. Dejvu, biti vjerodostojan znači biti vrijedan povjerenja. S etičke tačke gledišta, vjerodostojnost je naša polazna tačka prema svima koji nas okružuju u moralnoj zajednici. Vjerodostojnost je krhka biljka i u današnjem svijetu pukog materijalizma njeno čuvanje je ponekad vrlo teško. (Dej, 2004)

DISKUSIJA

U dokumentu Uređivački principi javnog RTV sistema u Bosni i Hercegoviji stoji: “Javni emiteri dužni su obezbijediti raznovrsne i izbalansiranje radijske i televizijske programe koji moraju zadovoljavati visoke etičke standarde i standard kvaliteta medijskih žanrova u kojima se oni iskazuju”. Veljanovski također ističe da “radio-televizijski sistemi koji su osnovani od javnosti i od nje finansirani i kontrolisani, imaju posebne obaveze u pogledu sadržaja. U informativnoj ponudi oni moraju, više nego drugi, da budu uravnoteženi, nepristrasni, objektivni.” (Veljanovski, 2005)

Međutim, prema izloženoj analizi, evidentno je da su građani Bosne i Hercegovine uskraćeni za objektivno, nepristrasno i prije svega etičko izvještavanje.

Građani su svakodnevno izloženi medijskoj slici u kojoj politika ili estrada čine dominantan dio ukupne slike u društvu. Mediji bi trebalo bi da se zasnivaju na demokratskim načelima koja predstavljaju sve dijelove društva. (Čokorilo, 2012) navodi da u situaciji kada je za mnoge građane televizijski ekran, radio-program ili određeni štampani medij (dnevni list, časopis) jedini izvor informacija, uticaj javnih medija nije ni najamanje zanemariv. I dalje je prisutno mišljenje da nešto jeste tako samo zato jer je to pisalo u novinama ili se emitovalo na radiju ili televiziji. (Čokorilo, 2012) Prema izvještaju Freedomhous-a “Izvještavanje je stranački obojeno i uprkos medijskom pluralizmu, BiH se nalazi među zemljama sa djelimičnom slobodom medija, odnosno među zemljama gdje je ograničeno poštovanje političkih prava i građanskih sloboda.” Mediji vođeni politikom, diriguju vijesti koje odvlače pažnju prosječnom gledaocu od njegovih stvarnih problema, nalazeći neprijatelje među narodom u istoj državi.

Konstatovali smo da istina nije samo profesionalni standard, nego je etička norma i moralna dužnost i odgovornost. Žaket je utvrdio da je suština novinarstva u objavljivanju maksimalno relevantnih informacija u javnom interesu. Utvrdili smo da je gledanost, čitanost i slušanost medija postala aparat politike i da ona preuzima kontrolnu ulogu u stvaranju javnog mnjenja. Prema tome, ne možemo ni očekivati objektivnost u medijima, kada je postalo očigledno da ih političke elite stavljaju pod svoje okrilje. (Žaket, 2007)

Našoj diskusiji možemo dodati i rezultate do kojih je došlo Udruženje BH novinari i Fonadacija Friedrich Ebert. (www.bhnovinari.ba) Anketa koju su sproveli među

503 građanina je pokazala da “većina ispitanika smatra kako je sloboda medija u Federaciji BiH i RS-u malo ili gotovo nikako prisutna 81,6 %. Kako smo i sami utvrdili tokom istraživanja, tako je pokazalo i ovo istraživanje, a to je da je politička zavisnost osnovna prepreka slobodnim medijima 56,9 %, zatim finansijska zavisnost 42,2%, a treća je nedovoljna profesionalnost novinara. Anketirani ispitanici smatraju i da mediji nisu nezavisni i na njih najveći uticaj imaju političari i političke stranke 66 %, prisutan je i rast uticaja poslovnih ljudi i vlasnika medija na 8,8%, a smanjuje se uticaj OHR-a i međunarodne zajednice. Političare i političke stranke ispitanici smatraju glavnim kršiteljima novinarskih prava i medijskih sloboda.”

U BiH politika je uticala i oblikovala medije u znatno većoj mjeri nego što su mediji uspjeli da oblikuju politiku. Jasno je da je novinarska profesija u krizi i da su novinari izgubili povjerenje građana. Možemo konstatovati da je neophodno poboljšati uslove za rad novinara i njihov ekonomski položaj, osigurati im slobodu govora i pristupa informacijama, te bi se na taj način unaprijedio rad novinara i poboljšao kvalitet izvještavanja. Lani zapaža da je neizbježna činjenica da je društvo izraslo iz konflikta i do krajnjih granica ispolitizovano (što je slučaj sa zemljama Balkana), zarazilo sve medije i uključilo ih u sukobe i ratove, i iskoristilo ih kao važno sredstvo za vođenje tih sukoba, uništavajući pri tom nezavisnost, nepristrasnost i profesionalnost. Jedan dio tih medija pokazao je nesposobnost da se odupre pritiscima i privlačnosti politike (i ne samo politike), dio njih, jednostavno, utvrdio je da je nemoguće ostvariti svoju ulogu izvan ovog privrženog odnosa. (Lani, 2011)

Glavnu hipotezu rada da mediji u BiH ne pridaju važnost etičkom izvještavanju, smo dokazali statističkom analizom već na prvom bloku pitanja gdje su novinari potvrdili da mediji drže jednu stranu (svoju stranu) pri izvještavanju i to njih 82%. Utvrdili da se novinarska objektivnost posebno zanemaruje u izvještavanju o prestupima svoje etničke grupe. Naime, 82% ispitanika je odgovorilo da se potpuno slaže sa konstatacijom da je u medijima entiteta očigledno držanje jedne strane, odnosno svoje nacionalne strane, a 10% njih se uglavnom slaže. Samim tim, mi imamo gotovo stoprocentno potvrđan odgovor na postavljeno pitanje. Novinari su se povinovali ideji čuvara svog entiteta i negodovanja svega onoga što dolazi iz drugog entiteta. Sasvim je jasno da su novinari počeli da razmišljaju na način kako to odgovara uređivačkoj politici medija u kojem rade, odnosno političkoj struji koja upravlja i sufinansira javni emiter.

Potvrdili smo podhipotezu 1, da su novinari pristrasni uočavajući da političke partije dominiraju medijima, a potvrdu su nam dali rezultati istraživanja gdje je 36% ispitanika navelo da se u medijima ne daje jednaka pažnja svim političkim partijama, što ukazuje na neobjektivnost medija. Da su mediji neobjektivni govori nam i poražavajući podatak da je 84% ispitanika odgovorilo da je urednik ili vlasnik medija tražio od novinara da promoviše njegov ekonomski, politički ili drugi interes ili da podržava nekoga u izbornom procesu. Novinari su svjesni i da su učesnici prikrivene propagande, što ne ide u prilog objektivnom izvještavanju. Tako je 57% novinara odgovorilo da se potpuno slaže da intervju i izjave koje mediji objavljuju ne opravdavaju važnost ili zanimljivost, nego su oblik propagande. Potvrdu podhipoteze 1 imamo i u statističkim rezultatima, gdje je 36% ispitanika istaklo da se u medijima ne daje ista važnost svim političkim partijama. Osim toga, 44% ispitanika se slaže ili se uglavnom slaže da prilikom prenošenja pratijskih saopštenja ne provjeravaju tačnost njihovih navoda, što govori da su mediji postali PR stranačke propagande te da su njihovi iz-

vještaji stranački obojeni. Novinaru treba da bude cilj davanje kompletnog izvještaja uz objašnjenje činjenica i njihovog konteksta u događaju. Međutim, autoritet novinara je na prikazan način oslabljen, vjerovanje zvaničnim izvorima, više ne postoji, tako da se ne može pouzdati ni u kredibilitet novinara. Posebno, zato što imamo i rezultate istraživanja prema kojim je gotovo polovina informacija koja je plasirana javnosti poluistinita. Već smo izdvojili da je 22% ispitanih novinara odgovorilo da su objavili neprovjerene informacije samo po nalogu urednika, a 32 % je odgovorilo da je to radilo rijetko. 61% novinara odgovorilo da se ne slaže ili se djelimično ne slaže da se mediji suprotstavljaju iznošenju neistina, što nam govori da plasiraju informacije kakve se od njih traže ili vođeni autocenzurom, izvještaje kakve znaju da moraju biti. Prema tome, 41% novinara je odgovorilo da je u medijima rašireno otvoreno laganje, čime se definitivno manipuliše javnošću. Novinari su često spremni da prečute informacije i ne izvještavaju o nekim spoznajama usljed straha od gubitka posla ili drugih negativnih uticaja, hipoteza je koju smo potvrdili kroz empirijski istraživanje. Uvidjeli smo da je 40% novinara odgovorilo da je znalo neke informacije tokom predizborne kampanje a o njima nije izvještavao, takođe uvidjeli smo i da su novinari svjesni da se u medijima provlači propaganda na uštrb faktografije i objektivnosti, ali na to gledaju prečutno.

Prisutnost govora mržnje u medijima svjesni i sami novinari kojih je 73% odsto istaklo da je u medijima konstantno prisutan govor mržnje, čime smo potvrdili podhipotezu 2. Zadatak novinara u BiH da događaj predstavi vjerodostojno, odnosno na tačan, istinit, uravnotežen i nepristrasan način je upitan, jer su politički centri glavni faktori u oblikovanju uredničke politike. Ustanovili smo da je nemoguće tražiti dosljedno primjenjivanje etičkog kodeksa u bh. novinarstvu, kada su etičke norme poremećene upravo činjenicom da su mediji u u službi politike, ekonomski zavisni kako od stranke, tako i podrške velikih oglašivača, koji su, opet, na direktan ili indirektan način, povezani sa političkim partijama. Mnogi autori naglašavaju da je o novinarskoj etici smisleno govoriti samo ako je postupanje novinara slobodno. Kroz analizu smo uvidjeli da u BiH novinari nemaju mogućnost na slobodno postupanje.

Prema dobijenim rezultatima, možemo potvrditi i treću podhipotezu da novinari poštuju etički postulat istine, jer novinari nisu izgubili moralne principe, nego su se povinovali situaciji u kojoj se nalaze, čemu je doprinijela ekonomska situacija u zemlji. Prema tome, ukoliko bi se u BiH probudila kritička svijest kako među građanima, tako i među novinarima, mogli bismo očekivati i promjenu stanja u medijima i samim javnim servisima BiH. Novinarska dužnost jeste otkrivati malverzacije, objavljivati ih, ukazati na negativnosti; i u tome se ne smije posustati pod pritiscima i manipulacijama. Poznata je rečenica hrvatskog novinara, Kreše Džebe: „Profesionalci se ne udvaraju vlasti“. Na žalost, zbog sveopšte krize, društvene nesređenosti, etika cjelokupnog društva je na veoma niskom nivou, pa su rijetki hrabri novinari-istraživači koji analitičkom argumentacijom ukazuju na društvene probleme. Kada se u društvu u uskim krugovima kolege dive malobrojnim kolegama novinarima koji javno istupaju sa analitičkim tekstovima u kojima objelodanjuju kriminal, korupciju, lošu vlast, jasan je pokazatelj da je društvo i novinarstvo u dubokoj etičkoj krizi, što su pokazali i naši rezultati. (Malović, 2007)

ZAKLJUČAK

Posmatrajući ulogu medija u razvijenim društvima, možemo konstatovati da je njihov zadatak da budu posmatrači, analitičari i kontrolori društveno-političkih zbivanja. Uloga medija jeste da informiše, analizira, istraži, upozori, obrazuje kako gledaoce, građane, tako i vlast, odnosno političare. Ustanovili smo da su mediji u BiH veoma daleko od navedenog. Zaključak se nameće sam, mediji su pod uticajem politike i nisu samoodrživi, odnosno ekonomski su zavisni. Mediji su ogledalo društva, zbog čega političke partije na vlasti u svim društvima, pa tako i bosanskohercegovačkom teže da medije stave pod svoju kontrolu i da im budu naklonjeni, kako bi izbjegli plasiranje, za vlast, neprijatnih događaja. S obzirom na to da smo uvidjeli kroz analize da medije kontrolišu političke partije, možemo istaći da je osnovno usmjerenje vijesti kao robe koja odgovara tržišnim zahtjevima kolekcije posebnih interesa. (McManus, 1994) Rezultat istraživanja je potpuno jasan, a to je da u medijima nema dovoljno profesionalizma, da je nemoguće probuditi kritičko mišljenje novinara koje se plasira u javnost zbog političkog uplitanja u uređivačke odluke. Prema prethodno iznesenoj analizi, uvidjeli smo da efikasan i funkcionalan model prema kojem bi mediji poštovali etičke kodekse, radili u službi građana i oduprli se pritiscima partija, može biti samo model slobodnog novinarstva bez ekonomske zavisnosti od političkih partija, posebno partija na vlasti. Ovome posebno bi mogla doprinijeti nezavisnost i objektivnost u regulaciji medija. Politička stvarnost svakog društva prepuna je protivrječnosti u čijoj je pozadini borba za vlast i privilegije. Zbog toga su mediji, ti koji moraju da ponude skalu mogućih rješenja, kanališući stavove, mišljenja i ponašanja u željenom pravcu. Sasvim je jasno da su mediji i politika u simbiozi, ali se ta simbioza realizuje suptilnim, vješto osmišljenim i diskretnim usmjeravanjima tako da svi zadržavaju utisak pune slobode. Sve dok se komunikacija poruka bude kretala isključivo u jednom pravcu, dok uski krug ljudi, posredstvom masmedija, bude emitovao poruke (bez obzira na njihov sadržaj i intenciju), tj. dok uski krug specijalista bude u stanju, a drugačije nije ni moguće uz sadašnju podjelu rada, jedini sposoban da njima upravlja, mogućnost za manipulaciju masama objektivno će postojati i vršit će se. (Vlajki, 1987) Porazno je što političari i drugi javni akteri u BiH svakodnevno koriste jezik mržnje koji se bez cenzure prenose u javnim servisima, ali i privatnim medijima. Na političkoj sceni u BiH je prisutan jezik mržnje koji nema veze sa političkim stavovima, nego se ide svjesno na omalovažavanje i vrijeđanje protivnika, dok u takvim situacijama novinari ostaju posmatrači bez nastojanja da upozore, sugerišu i usmjeravaju sagovornike. Protiv takvog načina govora mediji najviše treba da se bore, bez obzira koju funkciju sagovornik obavljao.

Uvidjeli smo da samo formalno postoji zaštita etičkih standarda. Prema tome, u ovom pravcu možemo citirati K. Belsey koja ističe da "samo etičko novinarstvo služi javnom interesu". Ustanovili smo da u BiH veći dio djelovanja novinara možemo okarakterisati kao pasivnu preradu informacija izvučenu iz konteksta ukoliko tako odgovara politici koja upravlja pojedinim medijem. Uslov za etičko novinarstvo su slobodni mediji, a vidjeli smo da se BiH ne nalazi visoko na ljestvici medijskih sloboda. Prema tome, mediji koji nemaju slobodu, nemaju ni mogućnost da razviju etička načela svoje profesije, a upravo je to moralni problem sa kojim se suočavaju novinari u BiH.

LITERATURA

- Čokorilo, R. (2012). *Javni RTV servis Srpske*. Banja Luka: Besjeda .
- Čupić, Č. (2008). *Etika i moral novinara*. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Dej, L. (2004). *Etika u medijima* . Beograd: Mediacentar.
- Hunt T., G. J. (1995). *Tehnike odnosov z javnostmi*. Ljubljana: DZS.
- Ivanuš, Ž. (2021). *Novinarska etičnost pod pritiskom interesnih skupina – iskustva hrvatskih novinara*. Media, Culture and Public Relations, 12, <https://hrcak.srce.hr/broj/20406>.
- Korni, D. (1999). *Etika informisanja*. Beograd: CLIO.
- Kovačić, M. P. (2001). *Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt?* Medijska istraživanja (god. 7, br. 1-2).
- Lani, R. (2011). *Balkanski mediji: Izgubljeni u tranziciji. Profesionalno novinarstvo i samoregulacija*. Zagreb: Izvori.
- Malović, S. (2007). *Vjerodostoj novina*. Zagreb: Sveučilišna knjiga.
- McManus, J. H. (1994). *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* . Thousand Oaks, London: New Delhi: Sage Publications.
- Milenković, V. (2008). *Etički kodeksi međunarodnih novinarskih organizacija i udruženja*. Beograd: Protocol communications, FPN Beograd.
- Splichal S., S. C. (1994). *Journalists for the 21st Century: Tendencies of Professionalization Among First-Year Students in 22 Countries*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.
- Velov B., K. D. (2021). *Female body in media and marketing*. Banja Luka: „Economy and Market Communication Review – Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije“, www.emc-review.com.
- Veljanovski, R. (2005). *Javni RTV servis u službi građana* . Bograd: CLIO.
- Vidaković, M. (2009). *Poslovna etika*. Novi Sad: CEKOM.
- Vlajki, E. (1987). *Igre društvenog komuniciranja*. Beograd: Savremena administracija.
- Windt P.Y., A. P. (1989). *Ethical Issues in the Professions*, Prentice Hall,. New Jersey: Englewood Clifs.
- Žaket, D. (2007). *Novinarska etika* . Beograd: Službeni glasnik .

ETHICS AS A CHALLENGE OF B&H MEDIA**Svetlana Dušanić - Gačić**associate professor and coordinator for quality assurance, „Banja Luka College“, svetlanadg@blc.edu.ba; ORCID: 0000-0001-6173-7442**Mladen Miroslavljević**associate professor, „Banja Luka College“, m.miroslavljevic@blc.edu.ba; ORCID ID: 0000-0003-1574-8540**Nenad Novaković**associate professor, „Banja Luka College“, nenad.novakovic@blc.edu.ba; ORCID ID: 0000-0002-2692-3386

Summary: *The function of a journalist who should and must be a critic of society has been lost, which is why it is inevitable to see how much ethical principles are respected in journalism. Ethical standards are adopted by media houses and journalists’*

associations through codes of conduct, and the extent to which the codes are respected depends on the journalists themselves, editors and media owners, as well as the environment in which they operate. Journalism is also a profession, based on ethical principles understood as the duty of journalists to serve the truth. Since journalism is not just a job, its essence also consists of what the public thinks about it. The subject of research in this paper is journalistic ethics in the Bosnian media. The analysis was done descriptively with statistics and samples were collected electronically. In BiH, politics has influenced and shaped the media to a much greater extent than the media has managed to shape politics. It is clear that the journalistic profession is in crisis and that journalists have lost the trust of citizens. We can state that it is necessary to improve the working conditions of journalists and their economic position, to ensure their freedom of speech and access to information, and in that way the work of journalists would be improved and the quality of reporting would be improved. The aim of the paper is to present the situation in the media when it comes to ethics and compare journalistic practice that has overcome the requirements of quality ethical journalism. The political reality of every society is full of contradictions based on the struggle for power and privileges. That is why the media are the ones who have to offer a scale of possible solutions, channeling attitudes, opinions and behaviors in the desired direction. Observing the role of the media in developed societies, we can state that their task is to be observers, analysts and controllers of socio-political events. The role of the media is to inform, analyze, investigate, warn, and educate viewers, citizens, and the government, i.e. politicians. We found that the media in BiH are very far from the above. The conclusion is self-evident, the media are influenced by politics and are not self-sustaining, that is, they are economically dependent. We can characterize the activities of journalists as passive processing of information taken out of context if it corresponds to the policy that governs a particular media. A condition for ethical journalism is free media, and we have seen that Bosnia and Herzegovina is not high on the scale of media freedom.

Keywords: *ethics, media, code, objectivity*

JEL classification: *M37*

