

ETIKA RADIO TALASA

Etička pitanja i pitanja moralnih načela u svim oblastima života i delovanja privlače veliku pažnju i pozornost, izazivajući često suprotstavljene stavove. Razloge tome možemo tražiti u višeslojnosti ovih fenomena, njihovoj uslovljenosti socio-političkim, kulturnim, profesionalnim, poslovnim i konačno najsitnijim ličnim aspektima.

Etika kao pojam potiče iz grčkog jezika, za razliku od termina *moral* čiji je koren u latinskom. Iako se ova dva termina često doživljavaju i tretiraju kao sinonimi između njih postoje razlike. Etika može biti definisana kao nauka o moralu, skup moralnih načela i društvenih pravila – normi po kojima ljudi vladaju, ali i kao ukupnost moralnih svojstava pojedinaca, klasa, profesija.. Etika predstavlja korpus koji izučava ljudsko ponašanje u određenim društveno-ekonomskim uslovima sa zadatkom da ukažu na istinske vrednosti moralnih normi koje mogu koristiti i sadašnjim i budućim generacijama. Za razliku od etike, koja ima komponentu pojedinačnosti i koja se odnosi na skup pravila koje kao zbir vrednosti pojedinac slobodno usvaja, moral je „apsolutna i univerzalna kategorija, skup pravila koje čovek prihvata i kojima pokušava da se pokori”¹. Moral predstavlja ono što se nameće kao neprikosnovena obaveza.

Dosadašnja praksa demokratski razvijenih društava ukazuje da je briga o etici i moralnim principima u medijima bila veoma rano prisutna. O ovome svedoči činjenica da su prvi etički kodeksi koji su se odnosili na štampu, doneti u Americi i Evropi već prvih decenija 20. veka. Kako se naše društvo nalazi u procesu transformacije, prestrukturiranja i u pokušaju da se nekada deklarativno, a nekada i istinski približi standardima koje pred nas postavljaju razvijene zemlje Evropske unije, među primarnim postavljena su pitanja funkcionisanja medijâ i

1 Danijel Korni: *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999.

posebno etičkih normi, u skladu sa kojima bi trebali da ostvaruju svoju delatnost. Iz tih razloga, u ovom radu će biti reči o etičkim aspektima koji imaju univerzalnu komponentu, dakle primenjivi su na medije uopšte, dok će u nekim delovima biti reči o specifičnim etičkim pitanjima i dilemama koje se vezuju isključivo za radio i radijsku produkciju. Deo analize će biti usmeren ka identifikaciji specifičnih diskursa koje sobom nosi:

- normativna etika kojom se definišu dužnosti i prava uz zadatak da se obezbedi funkcionisanje i regulisanje prakse;
- deskriptivna etika, koja se bavi posmatranjem i opisivanjem medijske prakse, prvenstveno prakse informisanja – običaje i način ponašanja novinarâ i medijâ, identifikujući pri tom ispravne, odnosno neispravne modele, i
- strateška etika, koja se izjednačava sa profesionalnim etičkim kodovima².

Radio, politika i manipulacija

Prema hronologiji nastanka, među masovnim medijima, štampa zauzima prvo mesto da bi sa dvadesetim godinama 20. veka došlo do razvoja elektronskih medija – prvo radija, a potom i televizije. U tom smislu, potpuno je logično da su se prvi oblici političke manipulacije, a samim tim i narušavanja etičkih principa, najpre pojavili u štampi, novinama koje su kao i današnje obilovale političkim sadržajima, počev od onih koji su imali za cilj najopštije informisanje, do onih koji su pokušavali i uspevali da stavove javnog mnjenja modifikuju prema željama neke od političkih opcija.

Kada je reč o radiju, u prvim godinama malobrojne radio-stanice³, intenzivno su se oslanjale na štampu i sistematski prenosile njihove tekstove. Međutim, ukoliko bi u dnevnim novinama, štampi bili objavljeni politički ili društveno neprihvatljivi, možda i neetički sadržaji, distribucija novina je mogla biti zabranjena; čak je bilo moguće fizički zapleniti i uništiti štampani tiraž. Novi medij – *radio*, kao bezgranični medij, vrlo rano je iskoristio svoje komparativne prednosti. Vrline radija kao što su: brzina, sveprisutnost, nepredvidivost sadržaja koji će biti emitovan, osim što su bile značajne za stvaraocce i producente radio programa, bile su izazov i za auditorijum – slušaocce, ali su ukazivale na moguće oblike upotrebe ili zloupotrebe, kontrole i manipulacije ovim medijem. Na taj način, celokupna produkcija je mogla da poprimi uz željene i neke neželjne i neetičke konotacije, što je rezultiralo potrebom da se upostave „etička pravila ponašanja” po kojima bi bio definisan poželjan i neželjeni način rada radio-stanica, ali uvek sa ogradom da je reč o vizuri jednog sistema, režima ili političke oligarhije.

² Isto.

³ U SAD-u, Evropi, pa i na prostorima Balkana.

Primere manipulacije i kršenja etičkih kodeksa kroz delovanje malobrojnih radio-stanica, registrujemo još tridesetih godina prošlog veka, vezujući ih podjednako i za prostore SAD-a i Evrope. Tako je 1926. godine zabeležen primer katoličkog sveštenika Čarlsa E. Kohlina (Cohlin, Charles E.), koji je svoju radio-karijeru započeo emitovanjem regionalnog radijskog programa iz svog *Hrama malog cveta* u predgrađu Detroita, da bi od 1930. imao redovnu emisiju na radio mreži CBS. Na početku svoje radio karijere, kako i dolikuje sveštenom licu, on je zastupao radničke interese, čime je postao vodeća radijska zvezda i jedan od „najkorisnijih građana SAD-a”⁴. Međutim, vremenom, on u svojim govorima počeo da napada Ruzvelta, proglašavajući ga komunistom; određene društvene grupacije – Jevreje, radničke sindikate, rasne manjine, emigrante, usmeravajući radničko nezadovoljstvo ka tim grupama. U svojim radio nastupima, izvanredno je kombinovao dramski talenat i obrazovanje, čime je od promotera duštveno poželjnih stavova snažno uticao na etički kod javnog mnjenja. Ulaskom SAD-a u rat, Kohlin je „postao sramota za svoje prijatelje republikance i postepeno je nestao sa radio-talasa”⁵.

Drugi svetski rat doneo je nove forme u kršenje etičkih normi u političke svrhe i oblik manipulacije, kakvi su bili efekti radio-programa karakteristični za Italiju, Nemačku i Japan, u periodu pred i tokom Drugog svetskog rata. U Italiji, Benito Musolini (Mussolini, Benito) veoma rano shvata moć radija i počinje da ga koristi smatrajući da „nije bilo radija ne bih imao moć nad narodom Italije kakvu sada imam”⁶. Slična situacija je bila i u nacističkoj Nemačkoj. Tako je na primer emisioni rad ili simulacija rada jedne poljske radio stanice, koju su zauzele pristalice nacista, imala za zadatak da plasira sliku o agresivnim namerama Poljaka i opravda agresiju Nemačke na Poljsku čime je suštinski počeo Drugi svetski rat 1939. godine. Poznata je činjenica u kojoj meri je Jozef Gebels majstorski koristio radio i sve dostupne medije kako bi ojačao posvećenost nemačkog naroda principima Adolfa Hitlera. Politička manipulacija u Japanu sprovedena je kroz delovanje kratkotalsnih stanica, tako da je u jednom trenutku bilo čak 27 žena disk-džokeja, koje su putem radio-talasa proklamovale nacističke ideje, izveštavale sa mnogo laži i u suprotnosti sa načelima tačnosti, objektivosti, verodostojnosti. Jedna od najpoznatijih voditeljki bila je izvesna Iva Ikuko Toguri d Akino tzv. *Tokijska ruža* koja je iščitavala namenske, propagandne tekstove.

Iako su radio propaganda, manipulacija i neetičnost u korišćenju izražajnih sredstva i formi radija najčešće povezivani sa nacističkim režimom, zanimljivi su primeri i delatnost kratkotalsnih stanica koje su koristili Britanci kako bi sproveli neke uticaje na prostorima svojih kolonija, što je postao sasvim regularni

4 Robert L. Hillard and Michael C. Keith: *Waves of Rancor: Tuning in the Radical Right*, M. E. Sharp, 1999, str 18-29 i 38-42.

5 REPUBLIKA, br. 300-301, godina XV, Beograd, januar 2003, str. 21.

6 Isto, str. 22.

deo delatnost BBC-a i „Glasa Amerike”, stanica koje su za potrebe Saveznika i tokom Drugog svetskog rata imale ključnu propagandnu ulogu⁷. I ukoliko i za trenutak ratne uslove uvažimo kao olakšavajući faktor opisanog manipulativnog i nenetičnog produkcionog rada radio-stanica, postavlja se pitanje kako proceniti, definisati, intenzivni rad BBC-ja, „Glasa Amerike” i „Radio Moskve”, spojenih u „Radio slobodna Evropa”, stanicu koja je radila pod pokroviteljstvom SAD-a i sa zadatkom da širi antisovjetsku porpagandu. Misija ove radio stanice opisana je na sledeći način: „U početnoj fazi njegov cilj je da spreči ili makar omete kulturnu, političku i ekonomsku integraciju ciljanog područja u Sovjetski Savez.... programi „Radio slobodne Evrope” kreirani su tako da održavaju nadu među našim prijateljima i da zbune, podele i podriju naše neprijatelje u satelitskim državama”⁸. Od brojnih konkretnih političko-manipulativnih aktivnosti, „Radio slobodna Evropa” je na primer intenzivno uticala na razvoj pokreta *Solidarnost* u Poljskoj, a bliska su nam sećanja u kojoj meri su informacije dobijene putem ove radio-stanice bile dobrodošle čak i priželjkivane u vreme protesta i jačanja otpora režimu Slobodana Miloševića⁹, naročito posle 1996. godine.

Iako o političkoj manipulaciji i neetičnosti u sferi radija na našim prostorima uglavnom mislimo na dve poslednje decenije, zanimljiv je primer iz marta 1941. godine kada je na državnom nivou tadašnje Kraljevine Jugoslavije izvršen puč čije je jedno od glavnih uporišta bio Radio Beograd. Pošto su pučisti, na čelu sa generalom Dušanom Simovićem, doneli odluku o oduzimanju prava dotadašnjem namesniku knezu Pavlu i postavljanju na presto maloletnog kralja Petra II Karađorđevića, na talasima Radio Beograda organizovana je vanredna emisija u kojoj se proglasom podanicima obratio lično mladi Kralj. Sve ovo bi bio sasvim regularan scenario da mladi Kralj nije bio u zgradi dvora bez znanja o tome šta se dešava, dok je mornarički poručnik Jakov Jovović uspešno odglumio obraćanje ovog visokog zvaničnika¹⁰.

Najintenzivnije primere manipulacije i kršenja etičkih standarda na prostorima Srbije i Crne Gore vezujemo za period uspostavljanja višepartijskog sistema 1989. godine, secesija republika Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije i građanski rat, period u kome su i medijska i radijska praksa obilovale primerima kršenja opšte ljudskih i profesionalnih etičkih principa u proizvodnji i plasmanu radio (i televizijskih) programa koji su bili u intenzivnom sukobu sa istinom i realnošću. Tokom perioda 1991–2000, određeni broj radio-stanica uključujući i

7 Kraljevina Jugoslavija je 8. marta 1936. godine osnovala *Kratkotalasnu radio-stanicu Centralnog presbira* Kraljevine Jugoslavije koja je do početka Drugog svetskog rata predstavljala snažno državno propagandno sredstvo i najznačajniji izvor informacija koje su modelovane u skaldu sa aktuelnom politikom.

8 Michael Nelson: *War of the Black Heavens: The Battles of Western Broadcasting in the Cold War*, Syracuse University Press, NY, 1997, str. 44.

9 U nameri da potpuno neutrališe uticaj stranih radio-stanica, tačnije njihovih servisa na srpskom jeziku, Vlada Republike Srbije je 1998. godine donela Zakon o javnom informisanju kojim se zabranjuje reemitovanje programa u produkciji inostranih stanica, ali i ogromne kazne za medije koji ovu odredbe ne poštuju.

10 Živomir Simović: *Vreme radija*, Radio Beograd, Beograd, 1989, str. 93.

nacionalni radio (i TV), tačnije sistem Radio televizije Srbije, obeležavaju primeri neobjektivnog, neistinitog i navijačkog izveštavanja sa dominantnim tzv. jezikom mržnje na čijoj meti su podjednako bili pripadnici drugih naroda, nacionalnih manjina ili veroispovesti; ljudi drugačijih seksualnih opredeljenja; jezik u čijem vokabularu je bilo jedino važno da li se uklapa u politički koncept aktuelnog režima¹¹. Ovako otvoreni primeri¹² bili su novina možda za našu socio-kulturnu i medijsku realnost mada slične primere u svetskim okvirima možemo pratiti već od početaka radija kao elektronskog medija.

Drugi ugao posmatranja veze između etike, politike, manipulacije i medija mogla bi biti vizura u kojoj se u našem medijsko-političkom sistemu beleži sve više novinara i ostalih medijskih stvaralaca koji se u različitim funkcijama uključuju i postaju ključni akteri političkog života. Ponekad se čak nameće utisak da su se neki, prvenstveno novinari, umorili od uloge držača mikrofona/diktafona i prenošenja laži i odlučili da se sistemu priključe i stvari reformišu na način koji im se čini primerenim. Motivi „transfera” iz novinarstva u politiku slični su onima koji su karakteristični za istupanja iz bilo koje druge profesije. Najopštije gledano, čoveku je svojstveno da teži sticanju moći, a ona je suštinska kategorija politike. Na psihološkom (individualnom) planu, očigledno je da određeni profili ličnosti ne mogu odoleti zovu moći i svih onih simbola i preimućstava koje politika po definiciji sobom nosi. I treće, na planu realnih interesa, pojedini novinari uviđaju da na taj način mogu steći razne pogodnosti i ostvariti neke lične interese¹³.

Normativna etika, radio-difuzija i radio

U svakom društvu koje pretenduje da bude uređeno i van dometa entropijskih sila, sva pitanja bitna za funkcionisanje elektronskih medija time i radija, uključujući i etička, trebalo bi da budu regulisana zakonskim i podzakonskim aktima kao i drugim normativima kao sto su pravilnici, statusi, kodeksi... Među zakonskim aktima koja najčešće regulišu pitanja delatnosti, vlasništva, produkcionih modela, finansiranja elektronskih medija svakako su: Zakoni o telekomunikacijama,

11 Dubravka Valić Nedeljković: *Rikošet reči*, Mediji, Argument, Beograd, 1997.

12 Kršenje etičkih principa i profesionalnih normi kao i ljudskih i medijskih sloboda bile su prisutne i u periodu vladavine Josipa Broza Tita kao jednog od najautoritarnijih predsednika u Evropi i svetu, međutim zamke jednopartijskog sistema nisu dozvoljavale da se razvija šira svest o mogućim drugim oblicima ili modelima razmišljanja i delovanja. Ukoliko bi se i pojavili, bili bi vrlo rano „otkrivani” i sankcionisani.

13 U biografiji aktuelnog predsednika Srbije Borisa Tadića stoji da je radio kao novinar (na radiju Indeks 202), a sličnu profesionalnu „epizodu” imali su političari Čedomir Jovanović, Ksenija Milivojević, Uroš Šuvaković. Politički su bili angažovani i novinari i urednici RTS-a Dragoljub Milanović, Dušan Mitević i posebno Milorad Vučelić. Novinarstvom su se bavili: Vuk Drašković, predsednik SPO-a, Slobodan Orlić i Ljiljana Nestorović iz Socijaldemokratske partije, kao i Miodrag Isakov, lider Reformista Vojvodine, a ovoj plejadi treba dodati i sindikalnog vođu Branislava Čanka, dugogodišnjeg urednika Radio Beograda. Na predsedničkim izborima 2004. godine imamo primere da je Ljiljana Arandelović, kandidat „Jedinstvene Srbije”, istovremeno bila i aktuelna direktorka RTV Čuprija sa novinarskim stažom od preko dvadeset godina. Na istim izborima, predsednički kandidat bio je i Milovan Drecun, vojno-politički komentator, osnivač partije „Preporod Srbije”, dok se na septembarskim lokalnim izborima kao kandidat za gradonačelnika ispred Pokreta „Snaga Srbije”, pojavljuje Jasmina Mitrović-Marić, poznata kao urednik i voditelj TV-emisije „BK Parlament”. (*Interesi ili bekstvo iz profesije*, **Politika**, 25. 07. 2004, str. A9).

Zakoni o informisanju, Zakoni o radio difuziji, Zakon o slobodnom pristupu informacijama, Zakoni o javnim radio-difuznim preduzećima, Zakoni o reklamiranju, odnosno oglašavanju pri čemu ne smemo prenebregnuti činjenicu da celokupan korpus normativa jedne zemlje najdirektnije utiče na sve, time i na etičke okvire u kojima funkcionišu građani i mediji. Zakonska rešenja u vezi sa: radom i radnim odnosima, socijalnom zaštitom, poreskom politikom svakako imaju implikacije na delatnost radio-stanica kao elektronskih medija, stavljajući ih u poziciju bilo kog drugog privrednog subjekta koje prema predviđenim zakonskim kriterijumima mora da ispunjava obaveze prema državi, stalno ili honorarno zaposlenim.

Ukoliko se koncentrišemo samo na korpus zakona koji se najvećim brojem svojih članova odnose i regulišu sferu radija onda se na primerima naše zemlje, a veoma je slična situacija i sa zemljama balkanskog regiona¹⁴, može konstatovati da se u domaćem medijskom zakonodavstvu etičkim pitanjima bave: Zakon o radio-difuziji (2002), Zakon o javnom informisanju (2003), Zakon o telekomunikacijama (2003), mada posebnu pažnju trebalo bi obratiti i na Zakona o slobodnom pristupu informacijama koji je od strane Vlade Srbije usvojen u septembru 2004. godine¹⁵.

Ono što predstavlja neku vrstu problema jeste čitanje odnosno primena usvojenih Zakonskih akata, jer i nakon njihovog usvajanja imamo situaciju da se njihove odredbe ne poštuju, a oblast i dalje stihijski reguliše. Takva je situacija sa Zakonom o telekomunikacijama (april 2003), do čije primene ne dolazi jer nije konstituisana Agencija za telekomunikacije ili pak što od jula 2002. godine imamo Zakon o radio-difuziji, ali je izbor članova regulatornog tela – Republičke radiodifuzne agencije (RRA) praćen brojnim neregularnostima i skandalima koji u nekim segmentima zalaze i u sferu profesionalne i individualne etike¹⁶.

14 Zakonska akta kojima je regulisana delatnost medija u zemljama regiona: **Hrvatska** – Zakonom o Hrvatskoj radio televiziji (1990/2001/2003), Zakonom o javnom informisanju (1996), Zakonom o telekomunikacijama (1999), Zakonom o medijima (2003), Zakonom o elektronskim medijima (2003.); **Slovenija** – Zakon o radio televiziji Slovenija (1994/2003), Zakon o medijima (2001) i Zakon o pristupu informacijama (2003); **Crna Gora** – Zakon o medijima (2002), Zakon o radio-difuziji (2002), Zakon o javnom radio-difuznom servisu RTVCG (2002); **Srbija** – Zakon o radio-difuziji (2002), Zakon o telekomunikacijama (2003), Zakon o javnom informisanju (2003).

15 Ministar kulture i informisanja, Dragan Kojadinović, je istakao da se ovim zakonom uređuju prava na pristup informacijama od javnog značaja kojim raspolažu organi javne vlasti, radi ostvarenja i zaštite interesa javnosti, slobodnog, demokratskog poretka i otvorenog društva. (Dragan Kojadinović u Vladinom poverniku za informacije, **Večernje Novosti**, 28. 08. 2004, str. 6).

16 Izbor članova ove agencije praćen je brojnim proceduralnim pogreškama i neetičnostima. Manjkavosti su se kretale u dijapazonu od činjenice da je za člana Saveta agencije izabran profesor Beogradskog univerziteta, čije ime je dovedeno u vezu sa batinjanjem studenata u vreme studentskog protesta, da nije poštovana procedura u izboru predsednika i jednog člana Sveta, te konačno da je poslednje izabrani član koji je po zakonskim odredbama trebalo da živi i radi na Kosovu, sam sebe predložio, a pri tome živi u Podgorici i ovim izborom dovodi u sukob novu funkciju i svoju osnovnu delatnost. Sve to je dovelo do ostavke dva legitimno izabrana člana Saveta (dr Snježane Milivojević i prof. dr Vladimira Vodenilića), što je dovelo do suštinske krize u funkcionisanju ovog tela. Međutim, iz čestih obraćanja javnosti predsednika Saveta, stiže se utisak da ovo telo i uopšte Republička radiodifuzna agencija funkcionišu regularno i bez poteškoća.

Drugu grupu normativa koji su subordinirani nabrojanim zakonskim aktima i njihovim rešenjima, i koji, manje ili više, iscrpno regulišu etičke principe delovanja medija, radio-stanica i zaposlenih u njima su:

- normativi koje donose same radio-stanice, kao emiteri i kojima regulišu unutrašnje principe funkcionisanja i
- normativi koji regulišu pitanja strateške etike. U ovu grupu spadaju etički kodeksi koje utvrđuju legitimna udruženja¹⁷, u želji da profesionalne standarde i modele poslovanja i funkcionisanja medija, radio-stanica, podignu na viši nivo.

Kada je reč o prvoj grupi normativa koje donose same radio-stanice kao emiteri, najčešće je reč o Statutu koji bi trebalo da reguliše opšta načela funkcionisanja stanice, ali i da definiše strateške i konkretne produkcijske aspekte poslovanja. Praksa donošenja internih normativa specifičnost je nekadašnjih društveno-državnih radio-stanica, a sada medija u procesu transformacije ka javnom sevisu¹⁸. Zanimljivo je skrenuti pažnju da je Radio Beograd na primer uz *Statut* i druga interna akta, u svom produkcijskom sistemu imao specifičan *Pravilnik o planiranju, proizvodnji, emitovanju i arhiviranju programa* (jun, 1990.) kojim su regulisani bazni produkcijski odnosi – odnosi zaposlenih prema produkciji programa, njihovi međusobni odnosi pa čak i neki etički principi kojima bi zaposleni u produkciji radio programa trebalo da se rukovode kako bi zadovoljili željene profesionalne i etičke standarde¹⁹.

Posle petooktobarskih promena 2000, „Radio Beograd” je poneo epitet stanice na čije programe je bilo najviše primedbi u smislu narušavanja profesionalnih i etičkih standarda. Njegovo informativno delovanje nije procenjeno samo kao neetično, već i gore od toga, pogotovo kada su u pitanja predstavljanja strana u sukobu, pojedinaca, opozicionih lidera. U želji da se povrati ugled nacionalnog radija u kome su radili brojni profesionalci koji se nisu okaljali o produkcijsko-profesionalne standarde i moralne principe, formirano je posebno telo – *Etička komisija*, sastavljena od najuglednijih stvaralaca intelektualaca, umetnika, koji je trebalo da zaposlene u „Radio Beogradu” podsete šta su to moralna načela, šta znače istina, etika, moral te na koji način ovi principi moraju biti uspostavljeni i poštovani u uslovima produkcije svih programa nacionalnog radija. Komisija je kao svoj prvi zadatak imala da preispita rad profesionalaca – novinara, tehničara, muzičkim urednika, producenata i organizatora i generalno ukaže gde se to najviše grešilo u proteklom periodu. Naglašavam da nije bila reč o komisiji koja je trebalo da „prstom ukaže” ko je to najviše grešio, već je više trebalo da predstavlja neku vrstu „čistilišta” za sve one koji su okaljali ličnu čast i profesionalno dostojanstvo.

17 Udruženje novinara, Nezavisna udruženja novinara, Udruženja filmskih radnika, Udruženja dramskih umetnika, Udruženja privatnih emitera...

18 Reč je o „Radio Beogradu” i RTV Beograd odnosno RTV Srbije, mada ova vrsta normativa postoji i kod stanica kao što su „Studio B”, „Radio Jugoslavija”.

19 Mada nije bila retka praksa da su se neke odredbe prenebreavale, a usmene odluke i naredbe konsekvantnije sprovedene nego odredbe pisanih dokumenata.

Etička komisija je formirana pri „Radio Beogradu”, ali su u njen sastav ušli ljudi koji nisu bili zaposleni u ovoj medijskoj kući. Ova komisija nije trebalo da izriče presude, već da konstatuje činjenice, omogući katarzu. Nažalost, njeni članovi su imali tek nekoliko sastanaka, od kojih su neki prenošeni uživo putem radio talasa, dok su rezultati njenog rada bili neznatni.

Koliko je teško i naporno bilo novom rukovodstvu da napravi razgraničenje u smislu starog i novog „Radio Beograda” svedoči činjenica da udarna dnevna informativna emisija u 15 časova, „Novosti dana”, nije emitovana na Prvom programu „Radio Beograda”, već na „Beogradu jedan”, što je bila nova identifikacija ovog programa.

Kada je reč o modelima privatnih, komercijalnih radio-stanica, koje su intenzivno osnivane od 1989. godine, njihovi osnivači ili vlasnici nisu imali interesovanja da produkciju formalizuju i etički je urede internim aktima na šta ih nijedan zakonski akt tog vremena nije obavezivao. Na taj način su se u ovim stanicama brojna programska i produkciona pitanja regulisala parcijalno, od slučaja do slučaja, vrlo često odlukom najvišeg menadžmenta koji se uglavnom svodio na odluke (većinskog) vlasnika. Time se otvara sa etičkih aspekata bitno pitanje: u kojoj meri vlasništvo nad medijem – radio-stanicom, utiče na etičke principe po kojima se ponašaju zaposleni u stanici i etičke principe po kojima se odvija realizacija i produkcija emisija i programa? U kojoj meri stav vlasnika stanice ili njegova pripadnost određenoj političkoj partiji utiče da program bude „navijački” orijentisan u odnosu na nekog od kandidata ili stranku u vreme različitih političkih izbora²⁰.

Primer istraživanja „Profesija novinar 2003”, koje je sproveo Medija centar iz Beograda uz podršku IREX-a , pokazao je da „vlasnik medija može da radi šta hoće”, „da je vlasnikova reč poslednja”, „da su zapovesti vlasnika, transponovane preko urednika, presudnije i starije od profesionalnih normi – i da tako mora biti”. U tom smislu se postavlja dilema od krucijalnog značaja za novinare i sve zaposlene u medijima: važi li novinarski kodeks i za vlasnike medija?²¹.

U drugu grupu spadaju normativi kojima se regulišu pitanja strateške etike dakle čine je etički kodeksi koje utvrđuju legitimna udruženja²², u želji da medijsko poslovanje i produkciju podignu na viši nivo, istovremeno štiteći nosioce profesije od različitih oblika represije. U našim, evropskim i svetskim uslovima, donošenja ove vrste kodeksa povereno je uglavnom novinarskim udruženjima, čime se otvara dilema²³: da li je samo novinarska profesija profesija u kojoj se mora voditi

20 Stručna služba Republičke radiodifuzne agencije (RRA) ocenila je da je u kampanji za predsedničke izbore u Srbiji Radio-televizija Srbije bila profesionalno najkorektnija, dok TV- BK „predstavlja posebno negativan primer.” (RTS bio korektan , TV BK pristrasna, Glas Javnosti, 04. 08. 2004, str. 7).

21 Istraživanje PROFESIJA NOVINAR, Medija centra uz podršku IREX-a, Beograd, 2003.

22 Udruženje novinara, Nezavisna udruženja novinara, Udruženja filmskih radnika, Udruženja dramskih umetnika, Udruženja privatnih emitera...

23 Nikola Maričić: *Producenti ili novinarski radio*, Zbornik 5, Institut za pozorište, film, radio i televiziju FDU, Beograd, 2001, str. 200.

računa o etičkim pitanjima, ili je pak neophodno postojanje širih normativnih rešenja kojima će biti obuhvaćeni i producenti, menadžeri i drugi medijski stvaraoci – fotoreporteri, tonski realizatori i dizajneri zvuka, realizatori, muzički saradnici. Jasno je da ako govorimo o pedesetogodišnjem modelu menadžmenta radio-stanica kod nas, imamo situaciju da je pozicija direktora i urednika u radio-stanicama po definiciji bila rezervisan za novinare, ali i da savremeni principi medijske produkcije afirmišu model producentskog radija (naročito u sferi privatnih medija) na čijem čelu su direktori – producenti koji odgovorno sprovode brigu o usklađenosti etičkih normi, sadržaja koji se plasiraju kroz program i opšte produkcije.

Etički kodeksi medija Svetska i evropska iskustva²⁴

Prvi etički kodeksi koji su regulisali oblast medija odnosili su se na štampu i donošeni su tokom prve i druge decenije 20. veka u SAD-u, skandinavskim i drugim razvijenijim evropskim zemljama. Reč je o profesionalnim kodeksima novinara i nezavisnim regulatornim telima – Svetima za štampu, koja su uz sva bitna regulisala i etička pitanja²⁵.

Kada je reč o elektronskim medijima i definisanju etičkih normativa, svoje mesto i ulogu su afirmisali: međunarodne evropske (Savet Evrope, Međunarodnu federaciju novinara – IFJ) i svetske (Ujedinjene nacije, UNESKO, UNICEF, Svetsku asocijaciju novinskih izdavača, Lainoameričko udruženje novinara) organizacije²⁶, dok sve pojedinačne zemlje Evropske unije imaju svoje kodekse, povelje, profesionalne obaveze i načela ponašanja medija i novinara²⁷. U slučaju najvećeg broja evropskih zemalja, izrada zakona o elektronskim medijima poverena je administrativnim vlastima²⁸, dok su poslovi radio-difuzije u nadležnosti: ministarstava, izvršnih organa, vlada, parlamenta. Neke od bitnih karakteristika evropskog načina uređenja ove oblasti su: samoregulacija državnih medijskih kuća – javnih servisa – ZDF, ARD, BBC; izdavanje dozvola za rad medijima i upravljanje njihovim radom sa pozicija pluralizma; postojanje različitih modaliteta kontrole

24 Jedinstvena baza podataka o profesionalnim standardima i etici u medijima i novinarstvu na srpskom jeziku postavljena je na veb-sajt – www.cpm.edu.yu, Centra za profesionalizaciju medija (CPM) iz Beograda. Autori projekta su Stevan Nikšić i Ana Davičo.

25 Švedska – Kodeks novinara (1923), Finska – Zakon o štampi (1919), Kodeks novinara (1924), Savet za štampu (1927), Francuska – Povelja francuskih novinara (1918, revidiran 1936), Velika Britanija – Kodeks nacionalnog udruženja novinara (1938), SAD – Prvi normativ profesionalnog udruženja urednika (1923), Italija – Savet reda novinara (1928). (D. Korni: *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999).

26 Iz pregleda preporuka, rezolucija i deklaracija Saveta Evrope, može se primetiti da postoji izvesna uzdržanost u pogledu intencija da se ostvari jača kontrolu i uticaj na medije, da bi se u poslednje vreme intenzivno razmišljalo i o etičkim konotacijama koje nose pitanja koncentracije medija, pluralizma i monopolizacije.

27 www.cpm.edu.yu.

28 U Francuskoj, sva pitanja u vezi sa elektronskim medijima nalaze se u nadležnosti Višeg saveta za elektronske medije; u Nemačkoj se vodi računa o federalnoj strukturi pri čemu je visok stepen autonomnosti dat pokrajnima; U Švajcarskoj se radio-difuzija reguliše kroz kombinaciju regionalnih (kantoni) i federalnih aspekata.

programa i posebno apostrofiranje i opreznost kada je reč o: reklamama, nasilju, multikulturalnosti, političkoj, rasnoj i verskoj korektnosti..

U SAD-u, sva pitanja iz oblasti radio-difuzije poverena su Federalnoj komisiji za komunikacije (FCC) koja u svojoj nadležnosti ima: izdavanje dozvola za emitovanje, kontrolu rada stanica i vlasničke strukture kao i sprovođenje politike pluralizma u sferi medija. O važnosti i statusu koji ova komisija uživa svedoči i činjenica da njene članove imenuje predsednik SAD-a.

Iskustva zemalja ex-jugoslovenskih prostora

Hrvatska

Hrvatsko udruženje novinara je na osnovu elaboriranja situacije donelo etički kodeks novinara koji za polazište ima iskustva i kodekse demokratskih zemalja. Po ovom Etičkom kodeksu, svako ko u štampanim ili elektronskim medijima uoči sadržaj koji vređa etičke standarde može da uputi žalbu Hrvatskom udruženju novinara tačnije njegovom Sudu časti. Ono što u praksi predstavlja problem jeste činjenica što novinari, izdavači, vlasnici i menadžment medija ne obraća pažnju na primedbe i stavove Suda časti. Hrvatska radio televizija, kao javni radio-difuzni servis, učinila je korak unapred kada je reč o etičkim kodeksima donoseći sopstveni, interni etički kodeks. Nažalost, reč je o kodeksu koji je daleko od praktične primene, „zarobljen” u arhivi i vrlo daleko od novinara koji rade u ovoj kompaniji i koji bi trebalo da prednjače u primeni njihovih odredbi²⁹.

Bosna i Hercegovina

U Bosni i Hercegovini, razvoj medija, medijskih zakona i etičkih kodeksa regulisali su međunarodni organi. Etički kodeks za radio i televiziju utvrđen je od strane Medijske komisije, dok je kodeks za štampane medije donet i usvojen od strane Udruženja novinara. Etička pitanja uopšte, i posebno u medijima, u Bosni i Hercegovini imaju visok stepen težine, kako zbog ratnih razaranja u protekloj deceniji, tako i zbog postojanja tri konstitutivna naroda, multikulturalnosti i multikonfesionalnosti.

Makedonija

Uz asistenciju Međunarodnog udruženja novinara, Institut za medije Makedonije izradio je, i konsenzusom, 20. januara 2002, usvojio novi Etički

²⁹ MEDIA LANDSCAPE OF SOUTH EAST EUROPE, SEENPM Access-Sofia Foundation, Sofia, Bulgaria, Sofia, 2003.

kodeks novinara Makedonije. Tekst ovog dokumenta polazi od baznih prinipa novinarstva: poštovanja prava slobode medija, poštovanja istine, prava novinara da se suprotstave cenzuru, poštovanje privatnosti, ličnosti, religijske, etničke i kulturne različitosti.

Slovenija

Slovenija, kao zemlja članica Evropske unije, na bitno drugačiji način od ostalih zemalja ex-Jugoslavije daje rešenja etičkih i profesionalnih standarda u sferi medija. Iako je Slovenačko udruženje novinara već imalo jedan etički kodeks iz 1991. godine, u jesen 2002. godine, usvojen je nov. Ovaj kodeks uređuje ponašanje novinara, urednika, vlasnika i menadžmenta medija, fokusirajući se na odnos prema reklami i oglašavanju, poštovanje i zaštitu privatnosti, poštovanje izvora informacije i tajnosti dokumenata. Interesantno je da je reč o jednom od retkih etičkih kodeksa koji ide korak dalje i svoje odredbe proširuje i na druge učesnike u medijskoj komunikaciji dakle vlasnike, urednike, direktore, menadžere koji su takođe mogući izvori povrede i kršenja etičkih standarda. Radio televizija Slovenije, kao Javna radio televizija, u proleće 2000. godine, donela je svoj interni etički kodeks kojim se regulišu odnosi i ponašanje novinara i urednika u sistemu koji funkcioniše kao javni servis³⁰.

Srbija

Kao glavni akteri u procesu uspostavljanja etičkih standarda u delatnost medija u Srbiji, promovisala su se dva udruženja – Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) i Asocijacija nezavisnih elektronskih medija (ANEM)³¹ koja su definisala i usvojila svoje etičke kodekse. U tom smislu, Nezavisno udruženje novinara je svoj kodeks izradilo rukovodeći se standardima i kodeksom BBC-ja, dok je ANEM-ov primarno usmeren ka regulisanju etičkih pitanja u elektronskim medijima, a urađen je sa preporukama i uz saradnju Saveta Evrope i OSCE. Ono što je osnovna karakteristika oba ova dokumenta jeste njihova slaba i nedovoljna primena, koja se dovodi u vezu i sa činjenicom da su, na primer, samo 17% od ukupnog broja novinara u Srbiji istovremeno i članovi Nezavisnog udruženja novinara Srbije. Aktivnu ulogu u profesionalnom radu novinara u Srbiji igra i Udruženje novinara Srbije (UNS) koje nije radilo na donošenju svog etičkog kodeksa, ali je isto kao i Nezavisno udruženje novinara konstituisalo telo „Sud časti“, koje bi trebalo da arbitrira u slučajevima povrede moralnih principa u procesu obavljanja profesionalne delatnosti. Sud časti i jednog i drugog udruženja nema realnu snagu i uticaj, ne obavlja funkciju arbitra u spornim situacija, već

³⁰ Isto.

³¹ ANEM je osnovan 1993. godine, a 1997. godine registrovan je kao pravni subjekt, na osnovu srpskog Zakona o preduzećima.

više postoji kako bi forma i standardi bili zadovoljeni. Zanimljivo je zapaziti da u Srbiji i drugim zemljama regiona, rasprava o etičkim pitanjima i medijima počinje i završava se na pitanji etike novinara kao interpretatora informacija i izveštača o događajima, čime se drugi medijski radnici marginalizuju. Podsećam da su mnogi zaposleni u medijima – prvestveno elektronskim radiju i televiziji, ljudi koji zbog svojih profesionalnih kvalifikacija uglavnom nisu članovi novinarskih već drugih staleških i profesionalnih udruženja na primer Udruženja dramskih umetnika ili Udruženja filmskih radnika. Neka buduća rešenja svakako bi u cilju unapređenja opšte etičke slike i moralnijeg nastupa medija u odnosu na realnost i auditorijum, morali da se pozabave etičkim kodeksima kako novinara tako i producenata, snimatelja (audio/video), montažera, reditelja i drugog produkcionog osoblja koje je uključeno u medijsku proizvodnju.

Crna Gora

U maju 2002. godine, sve relevantne medijske asocijacije (Udruženje novinara Crne Gore, Udruženje profesionalnih novinara Crne Gore, Udruženje mladih novinara Crne Gore, Udruženje nezavisnih radio-difuznih medija Crne Gore (UNEM), Udruženje nezavisnih štampanih medija Crne Gore (MONTPRESS) i Unija nezavisnih novinara Crne Gore) potpisale su Kodeks crnogorskih novinara. Ključnu ulogu u pisanju i usvajanju Etičkog kodeksa novinara odigrao je Institut za medije Crne Gore iz Podgorice. Osnovni principi na kojima kodeks insistira su: obaveza novinara da služi javnom interesu, dužnost novinara da poštuje istinu i neprekidno istražuje, da novinar neguje osećaj za humanost i pravdu, obaveza novinara da poštuje poverljivost izvora, obaveza novinara da se uzdrži od korišćenja privilegija koje im bavljenje novinarskim poslom može pružiti. Nijedan medij, ni štampani ni elektronski u Crnoj Gori ne poseduje svoj karakteristični i specifični etički kodeks³².

Novinarska etika i etika informisanja

Paradigma medijskog profesionalizma bez dileme bi trebalo da bude *etičnost*. Poslanici medija, novinari i svi saradnici, imaju obavezu i pravo da se slobodno izražavaju i kritikuju, da tragaju za informacijama i istinom, pošteno se koriste sredstvima u svom istraživačkom radu i podjednako tretiraju sve bez bilo kakve diskriminacije. U tom smislu, njihova osnovna obaveza svakako je:

- da se zalažu za svoj slobodan i autonoman rad;
- da ne smeju da stiču dodatne koristi iz obavljanja svoje profesije;
- da moraju da se trude i da se odupiru pritiscima koji mogu biti

32 www.mminstitute.org/kodexeng.php.

- institucionalni, politički³³, ekonomski ili privatni³⁴;
- da poštuju novinarske izvore i tajne – izvor mora biti zaštićen;
- da vode računa o razgraničenju novinarskog i reklamnog u svojim emisijama i priložima³⁵;
- da se suzdržavaju od nečasnih metoda – lažnog predstavljanja, skrivanja informacija, tajnog snimanja, plagijata i konačno,
- da se bezpogovorno u svom radu zalažu za poštovanje ljudske ličnosti, privatnosti i dostojanstva³⁶.

Verifikovani i opšte prihvaćeni etički kodeksi novinara i ostalih medijskih profesionalaca, trebalo bi suštinski da predstvaljaju „pravila igre”, koja se konsenzusom utvrđuju, i koja su spremni da poštuju svi – od novinara i njihovih urednika, producenata, menadžera, direktora do nosilaca vlasti. Na taj način, bio bi postignut „ideal”, u kome bi etično novinarstvo bilo samo potpuno *slobodno* novinarstvo, a etičan novinar dobar profesionalac, potpuno svestan pravila profesije i posledica, ukoliko ih zloupotrebi ili krši.

Etika u radio produkciji

Za radio i radio produkciju važe etički principi slični principima koji se pošuju u bilo kom mediju ili sferi poslovanja, mada je moguće definisati i neke karakteristične i specifične. Neke od ovih principa vezujemo za:

- programske aspekte i funkcije radio-stanica,
- izražajna sredstva i produkcione forme u radio-produkciji i
- specifičnosti profesija koje su uključene u proces radijske produkcije.

Programski i funkcionalni aspekti etike u radio-produkciji

Informativnu, zabavnu i edukativnu funkciju smatramo osnovnim programskim funkcijama radija; u domenu svake od njih, moguće je manje ili više otvoreno i uočljivo identifikovati potencijalne i realne oblike kršenja etičkih principa. Pažnju najčešće privlače ona prisutna u informativnim programima mada neukus, omalovažavanje sagovornika, potcenjivanje slušalaca u edukativnim ili zabavnim emisijama takođe sobom nose elemente neetičnosti. Period devedesetih na prostoru Balkana i posebno Srbije, obeležen je deregulacijom

33 „Novinari i urednici ne smeju biti aktivni članovi političkih partija niti smeju biti javno dovođeni u vezu sa njima. Isto važi i za druge interesne grupe, bez obzira da li su ekonomske, verske ili bilo koje druge.” (www.anem.org.yu/kodeks/).

34 Kao neke od dilema koje se postavljaju su: da li novinar sme da bude viđen u društvu političara kada nije na radnom zadatku, da li sme sa nosiocima krupnog kapitala da igra karte? Sme li da bude u emotivnim ili „romantičnim vezama” sa izvorom? Šta su to sukob interesa u medijima i novinarstvu? Šta je korupcija? Šta je laž? Šta je krada?

35 Nepostojanje razgraničenja između novinarskog priloga i reklame dovelo je do stvaranja hibridnog radijskog i televizijskog žanra, tzv. reklamne reportaže, koja u nekim situacija može biti osmišljena od strane službe za marketing, ali i manipulacija voditelja, novinara i oglašivača.

36 Danijel Korni: *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999.

koja je rezultirala pravim pokretom osnivanja brojnih, uglavnom lokalnih, radio-stanica u čijim programima su dominirali informativni i zabavni sadržaji. Broj radio-stanica i njihova hiperprodukcija nisu indukovali kvalitet, već eskapizam kroz reproduktivne muzičke programe i grubo kršenje moralnih normi kada je reč o informativnim emisijama. U informativnim programima, etički principi su kršeni kroz nepoštovanje: istinitosti, verodostojnosti, principa istraživačkog novinarstva i tačnosti. Etika profesije je diskreditovana i izveštajima koji se ne poklapaju sa realnim događajem; anketama koje su sklapane u skladu sa tezom koja se dokazuje; intervjuima, razgovorima i okruglim stolovima gde se pozivaju samo odabrani; kritikama u kojima je već poznata ocena, samo je treba obrazložiti i konačno komentarima koji su rađeni pristrasno i po narudžbini.

Informativni, informativno-politički i govorni programi uopšte i njihova etičnost često su analizirani i kontrolisani, što je u periodu posle 2000. naročito potencirano u situacijama kada su se tematski bavili: političkim pitanjima (naročito u vreme izbora), nasiljem, pornografijom, sadržajima koji se tiču nacionalnih manjina, pripadnika drugih nacionalnosti³⁷, drugih veroispovesti, kao i marginalnih grupa.

Vrlo osetljivo pitanje sa aspekta etičnosti programskih sadržaja radija jeste pitanje privatnosti. Možemo se složiti da je ovaj aspekt mnogo zanimljiviji za diskusiju kada je reč o štampi i televiziji, ali se može identifikovati i u radijskoj produkciji. Primera radi, 1. aprila 2004. godine, na meti jedne radio-stanice iz Novog Sada našao se Ministar za kapitalne investicije u Vladi Republike Srbije koji je u svoj izjavi izrekao neistine. Činjenica koja je odraz realnosti je da je laž izrečena, ali istovremeno valja primetiti da je ovom činu prethodio ubedljiv podsticaj od novinara radio-stanice. Postavlja se pitanje koliko je ovo bilo etično sa aspekta i programa i produkcije same radio-stanice, a u kojoj meri je reč o narušavanju privatnosti i podsticanju na davanje neistinite izjave.

Ukoliko kao širu kategoriju informativnih programa tretiramo i sportske programe i u ovoj kategoriji programskih sadržaja moguće je identifikovati neke oblike kršenja etičkih normi koje mogu biti u vezi sa omalovažavanjem sportista, neusmesnom koncentracijom na polne, rasne ili nacionalne različitosti i njihovo potenciranje u sportskim programima³⁸. Kršenje etičkih standarda

37 Elektronski mediji moraju da izbegavaju pežorativno izražavanje u svim programima. Na primer, Albance nikada ne bi trebalo zvati „Šiptarima” niti Rome „Ciganima” (Kodeks elektronskih medija ANEM).

38 Kao zanimljiv primer nameće se izveštavanje televizijskog novinara i reportera sa Letnjih olimpijskih igara u Atini, 2004, Duška Koraća, koji poseduje univerzalnost. Neformalnim stilom komentarisanja Korać je prešao granicu između informativnog novinarstva, možda ponekad sterilnog, ali nikad nevaspitanog, i diletantizma u kojem etar (kao uostalom i papir) trpi sve, pa se stoga sve može reci i komentarisati. Komentari su bili tipa „Ovo je jedna kineska takmičarka. Strahujem da ne zaluta, sama je, a nema onu Mao Cedungovu knjižicu u kojoj sve piše”, „Pogledajte takmičarku s brojem 2392, Ruskinju Zakarovu, samo što ne umre” i kako je „Ketrin Dereba postala šminkerka u 33. godini”. Vrhunac duhovitosti dosegao je pred kraj prenosa kad je, pričajući o razlikama između mladih i nešto starijih atletičarki, rekao: „Priča se da bez starca nema udarca. Ali, priče su priče, bajke su bajke, a Andersen je odavno mrtav”. (*Spasi Srbiju i idi u penziju, Internacional, 24. 08. 2004, str. 3*).

osim u informativnim programima najzastupljenije je u zabavnim odnosno zabavno-humorističkim programima. U humorističkim emisijama, skečevima, kvizovima, šou-programi nekih radio stanica, dešava se da se sa pomeranjem granice duhovitosti zalazi u sferu neetičnosti prema nekom ili nečem – pojedincu, društvenoj grupi, nacionalnim manjinama³⁹. Tako je subotom, tokom 2001/2002. godine, na beogradskoj stanici „Beograd 202” emitovana emisija „Skriveni mikrofon”, kojom je vrlo očigledno narušavana privatnost građana. Sistemom nasumičnih telefonskih poziva i sporvođenjem nepostojećih ankete za nepostojeće institute i agencije, autori su imali za cilj da učine smešnim „slučajno” izabrane goste u programu. U nekim iz serijala ovih, po definiciji „zabavnih” programa, učesnici su bili i osobe koje su se javljale sa željom da za određenu finansijsku naknadu budu promoteri novog donjeg veša za dame preko 90 kilograma, ili da prodaju svoje stare kućne uređaje.

Dakle, ono na šta želim da ukažem je činjenica da treba razlučiti radiofonsku formu kontakt programa koja za funkciju ima da zabavi i rasonodi, ali kod koje svaki potencijalni učesnik programa vrlo dobro zna da njegov poziv znači verovatno uključenje u program, čime snosi svu odgovornost i svestan je posledica koje ovaj čin nosi sa sobom. Navedeni primeri govore o drugoj vrsti nekorektnog, pa možda i neetičnog odnosa u kome niko od „sagovornika” u programu nije pristao na uključenje u program i neku vrstu razgovora pred masovnom javnošću. Ovakav postupak je pun opasnosti i za radio-stanicu jer se njime javnosti čini dostupan sadržaj koji nosi neku vrstu rizika i opasnosti da se u zvaničnom programu pojave neprimereni verbalni sadržaji⁴⁰.

Slični deformiteti mogu biti registrovani i u programima sa komercijalnom funkcijom kada se dešava da su proizvod i ideja reklame zasenjeni neukusom koji je rezultat kršenja etičkih normi. Primere možemo naći u reklamama u kojima se izvrgavaju ruglu pripadnice ženskog pola⁴¹, nacionalnih manjina ili neke druge društvene grupe. Primere narušavanja etičkih standarda možemo identifikovati i kod edukativnih emisija, mada činjenicom da je njihova procentualna zastupljenost u programu nacionalnog radija relativno mala, dok se u kod lokalnih i ne registruju, uzorak na kome se može sprovoditi analiza je veoma mali čak i neznatan.

39 To mogu biti emisije u kojima se šaljivim tonom apostrofiraju govorne ili neke druge mane vodećih ličnosti politike, nacionalnih manjina ili marginalne i druge društvene grupa nazivaju pogrdnim imenima i slučajno i to sve u svrhu zabave i rasonode onih koji se smatraju samo u svojoj brojnosti jedininstveni

40 Primere slične ovome imamo kod televizijske forme poznate kao „Skrivena kamera”, a tajno, skriveno snimanja kandidata koji su se prijavili za učešće u snimanju TV- reklame za ženske čarape bilo je tema filma *Casting*, Gorana Radovanovića.

41 Svojevremeno je na beogradskim lokalnim stanicama emitovana reklama u kojoj, u dijaloškoj formi, slušaoci prate razgovor između muža i žene u kome ženi nije ništa jasno u vezi sa načinom rukovanja mobilnim telefonom. U finalu reklame, iznerviran i na ivici snaga muž, umesto da i dalje odgovora na ženina pitanja, fizički je povreda, udara joj šamar, što se zvučnim efektom živopismo i dočarava. Poruka reklame je da ukoliko ne želite ovako da prođete, dođite u prodavnicu mobilnih telefona na ... adresi i sa ... brojem telefona. Postoje i primeri u kojima se način izražavanja, akcenti i dijalekti nekih manjinskih grupa koriste kao slikovito sredstvo u dočaravanju miljea u kome se radnja neke reklame dešava.

Izražajna sredstva (govor, muzika) i produkcione forme u radio-produkciji

O **muzici** u radijskoj produkciji možemo razmišljati kao o primenjenoj muzici i faktoru koji opredeljuje slušaocima da prate program određene radio-stanice. Muzika u radio programu može imati:

- pasivnu ulogu – koja je najkarakterističnija za govorno-muzičke emisije u kojima služi kao neka vrsta prelaza sa teme na temu, I predstavlja relaksirajući segment i predah od govornih sadržaja,
- aktivnu ulogu gde je muzika predmet, sadržaj emisije. Primeri takvih emisija su top liste, recenzije koncerata, CD-a, festivali... i
- ilustrativnu funkciju – kada muzika ilustruje centralni, govorni sadržaj emisije ili dramski predložak u slučaju radio drame.

Ukoliko muziku istovremeno tretiramo kao zabavno rekreativni sadržaj i izražajno sredstvo koje je u programima radija prosečno zastupljeno od 60 do 90%, onda je svakako moguće pitanje da li je i kako moguće narušavanje etičkih standarda i normi kroz upotrebu muzike? Neke od primera možemo identifikovati u situacijama kada se, na primer, nakon određenog govornog sadržaja u radio-programu ili emisiji, emituju muzičke numere koje svojim tekstom (ukoliko su vokalno-instrumentalne) ili zemljom iz koje potiču ili na koju asociraju, deluju ironično, potcenjivački i uopšte negativno na prethodno interpretirane govorne sadržaje. Posebno treba biti oprezan sa izborom muzike koja se emituje posle informativnih emisija, posebno ukoliko se kao dominantan sadržaj pojavljuju informacije o tragičnim događanjima. U tom smislu, naša najstarija radio-stanica, istovremeno uzor drugim stanicama, „Radio Beograd”, upražnjava praksu da se posle informativnih emisija emituju instrumentalne numere čiji ritam i dinamika zavise od karaktera i sadržaja vesti. S druge strane, postavlja se pitanje da li neki odabir muzike može biti tretiran kao neetičan iako to suštinski nije? Primere koji daju odgovor na postavljeno pitanje srećemo u vremenu represije, ksenofobije, straha i dezorijentacije kada su se ovakve pojave nasilno projektovale. U periodu desetogodišnjeg režima Slobodana Miloševića, autocenzura i urednička predostrožnost bile su opasnija od spoljnih oblika cenzure i represije. U tom smislu, zanimljivi su primeri Dušana Mihaleka, muzičkog urednika „Radio Novog Sada”, koji je početkom devedesetih, grubo odstranjen sa svog radnog mesta zbog pogrešnog nacionalno-muzičkog ukusa nekih muzičkih urednika „Radio Beograda” koji su pripremali emisije o muzici zemalja koje su se u periodu građanskog rata na ex-jugoslovenskim prostorima podržavale neku od protivničkih strana⁴², kao i najupečatljiviji primer muzičke

42 Suspenzija urednice emisije „Muzika različitih medidijana” zbog emisije o muzici Pakistana u vreme kada je ova azijska država priznala suverenitet muslimanske BiH.

urednice „Radio Beograda”, Anice Nonveje, koja je u jeku hrvatsko-srpskog sukoba na Prvom programu nacionalnog i državnog „Radio Beograda” emitovala numeru hrvatskog izvođača Jure Stublića „E moj druže beogradski” koja je objavljena od strane diskografske kuće Croatia Records. Pomenuta urednica je imala procenu da je reč o antiratnoj pesmi sa jasnim pacifističkim stavom autora, dok su rukovodstvo „Radio Beograda” i jedan broj članova udruženja kompozitora stajali na pozicijama da je reč o kompoziciji sa ustaškim i profašističkim tekstom, a u muzičkom smislu „sentimentalnoj splačini”⁴³. Njen postupak je kritikovan, kažnjena je, i premeštena na novo i njenom obrazovanju neadekvatno radno mesto.

Govor kao izražajno sredstvo najdirektine može da nosi elemente nemoralna i neetičnosti. Jezik koji konotira i denotira mržnju i koji je bio autentično korišćen u toku prethodne decenije, u značajnoj meri je nestao iz programa naših radio stanica i što je vrlo bitno iz programa „Radio Beograda” kao radija sa funkcijom javnog servisa. Taj takozvani „mrziteljski” diskurs sa društvenim promenama povukao se na medijske margine, ali treba biti svestan da još uvek postoje otvorena upozorenja i javne prozivke nacionalno i konfesionalno „nepodobnih”, pri čemu je reč o medijskim stvaraocima ili temama koje se kroz određene programe i emisije plasiraju. Opasnost od ugrožavanja etičkih standarda u radio programima preta danas kao i pre 2000. i to od političara i biznismena koji preuzimaju primat u smislu ugrožavanja slobode medija. Medijski radnici – novinari, urednici, producenti, nalaze se u eksplicitno podređenom položaju u odnosu na vlasnike stanica, čime se stvara inferiornost profesije, etike, profesionalnih normi. Posebna opasnost leži u činjenici da se ovakav model prenosi i u sferu još nekonstituisanog javnog radio difuznog servisa gde se radnici nalaze u višeslojnoj „vazalskom” odnosu sa rukovodiocima, političarima, biznismenima i u stalnom strahu od mogućeg restrukturiranja ovog javnog sektora.

Izbor **radiofonske forme** ili **žanra** koji se koristi u prezentaciji nekog sadržaja na radiju ima značajne veze kako sa estetikom tako i sa radiofonskom etikom. Uz standardne informativne forme kakve su vesti i izveštaji, koje strukturom i sadržajem mogu da remete etičke norme, među-žanrovi koji se odlikuju višim stepenom manipulativnosti jesu komentari, izjave kod kojih se manipulacija može ostvariti skraćivanjem, montiranjem ili izborom aktera, zatim kritike, okrugli stolovi sa selekcionisanim učesnicima.... Reportaže, i to naročito dokumentarne, mogu imati elemente manipulacije, mada prema izvornoj definiciji ove forme, to ne bi trebalo da bude njena odrednica.

43 Po pitanju ovog događaja, jedinstvo nije postojalo ni među poslanicima kulturne, stručne i umetničke javnosti. Primera radi kompozitor Konstantin Babić je kompoziciju „E, moj druže beogradski” ocenio kao „sentimentalnu splačinu”, dok joj je Milan Mihajlović ispred Udruženja kompozitora Srbije dao podršku. Ovaj događaj suštinski pokazuje u kojoj meri su etički i moralni kriterijumi mogu biti različiti postavljeni i tumačeni od strane različito orijentisanih subjekata.

Strateško-profesionalni aspekti radio produkcije

Najveći broj zaposlenih i angažovanih u radio-stanicama čine novinari čime se brojna pitanja vezana za etiku poslovanja iscrpljuju u kodeksima i normama koje postavljaju različita novinarska udruženja. Od ostalih zaposlenih izdvajaju se muzički urednici i saradnici koji bi prema idealnim standardima trebalo da imaju završenu muzičku akademiju mada je ova praksa održiva samo u menadžmentu nacionalnog radija, dok u lokalnim srećemo muzičke urednike koji su u dijapazonu od frizera do gimnazijalizaca. Adekvatno ili neadekvatno obrazovani muzički urednici i saradnici svoja prava najčešće ostvaruju preko udruženja estratnih umetnika, ređe preko nekih drugih udruženja (na primer kompozitora, dramskih umetnika, autorskih agencija...), ali nijedna od ovih organizacija ne precizira profesionalne i etičke standarde u obavljanju njihove delatnosti u radio-stanicama. Kada je reč o organizaciono-produkcionom i tehničkom osoblju (organizatorima, producentima, tonskim snimateljima i realizatorima programa) ne postoje specifična udruženja koja bi regulisala norme i standarde njihovog rada i angažovanja. Malobrojni producenti koji su diplomirali na Fakultetu dramskih umetnosti svoja prava regulišu preko Savez dramskih umetnika koje se ne bavi definisanjem standarda u oblasti radijske produkcije.

Sindikalno udruživanje zaposlenih u radio-stanicama karakteristično je samo za nacionalni radio – „Radio Beograd”, kao deo medijskog sistema Radio-televizije Srbije. Karakteristično je postojanje većeg broja sindikata – nezavisni, samostalni strukovni čija je osobenost da se manje bave zaštitom profesionalnih standarda⁴⁴, a znatno više socijalno-ekonomskim položajem i zaštitom prava zaposlenih.

Zaključak

Pretpostavka demokratskog društva jesu – definisane i poštovane etičke norme, a pretpostavka profesionalnih medija – utemeljeni profesionalni standardi i etički kodovi koji se dosledno primenjuju. O medijskoj etici i etici radija, generalno možemo govoriti kao o potrebi za donošenjem normativa kojima bi se utvrdila odgovornost pojedinca prema – samom sebi kao radijskom stvaraocu, auditorijumu, poslodavcu i poslodavca prema zaposlenom, profesiji i društvu. Razvoj radio-difuznog sistema naše zemlje i buduće evropske inetgracije biće u tesnoj vezi sa spremnošću da se se uspostave i sprovedu etički i profesionalni standardi medija.

⁴⁴ Postojali su pokušaji da predstavnici sindikata daju svoj doprinos zakonskom regulisanju radio difuzne delatnosti i to u postupku pisanja i usvajanja Zakona o radio-difuziji iz 2002. godine

Literatura

- Valić Nedeljković, Dubravka: *Rikošet reči*, Mediji, Argument, Beograd, 1997.
- Hillard, Robert L. and Keith, Michael C: *Waves of Rancor: Tuning in the Radical Right*, M. E. Sharp, 1999, str 18 - 29 i 38 - 42.
- Korni, Danijel: *Etika informisanja*, Clio, Beograd, 1999.
- Maričić, Nikola: *Producerski ili novinarski radio*, Zbornik radova FDU 5, Institut za pozorište, film, radio i televiziju FDU, Beograd, 2001, str. 200.
- Media landscape of south east Europe, Seenpm Access-Sofia Foundation, Sofia, Bulgaria, Sofia, 2003.
- Nelson, Michael: *War of the Black Heavens: The Battles of Western Broadcasting in the Cold War*, Syracuse University Press, NY, 1997, str. 44.
- Profesija novinar, Istraživanje Medija centra uz podršku IREX-a, Beograd, 2003.
- Vivian, John: *The Media of Mass communications*, Third edition, 1995.
- Večernje Novosti*, 28. 08. 2004, str. 6
- Glas Javnosti*, 04. 08. 2004, str. 7
- Internacional*, 24.08.2004, str.3
- Republika*, br. 300-301, godina XV, Beograd, januar 2003, str. 21.
- www.cpm.edu.yu
- www.mminstitute.org/kodexeng.php.
- www.anem.org.yu/kodeks/

Index

- Čarlsa E. Kohlina (Cohlin, Charles E.)
- Frenklina D. Ruzvelta (Rousvelt, Freklin D.)
- Benito Musolini (Mussolini, Benito)

Ključne reči:

mediji, radio, etika, etički kodeks, manipulacija

Mirjana Nikolic

THE ETHICS OF RADIO WAVES

Summary

The presumptions on which a democratic society is supposed to be based are – defined and respected ethical norms; the presumptions on which professional media are supposed to be based are – established professional standards and ethical codes, literary applied. We can talk in general about media ethic and ethic of radio as a necessity to come up with a norm on which to determine responsibility of the individual towards: himself as the radio creator, the auditorium, the boss and the boss towards an employee, the profession and the society. The development of the broadcasting system in our country and future European integrity will be closely connected with a competence to establish and practice ethical and professional media standards.