

CM

COMMUNICATION AND MEDIA KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Broj 2, godina XVII 2022

Vol XVII № 2, 2022

Vizibilni elementi predstava Kovida 19: estetizacija crnog sunca korone Violeta Tomanović, Tatjana Cvetkovski	157–181
Mediji i sloboda: osnovna pitanja Divna Vuksanović	183–199
Sloboda izražavanja ili povreda časti i ugleda? Bojan Pajtić, Sanja Savčić	201–221
Nasilna komunikacija u naslovima dnevnih novina u okviru teme saobraćaja tokom 2020. u Republici Srbiji Nikola Perišić	223–238
Uloga digitalnih medija u socijalizaciji dece Jovana Rančić	239–261
Genološka medijska alternativa – kolumna kao protivžanr Dobrivoje Stanojević, Lidija Mirkov	263–272
O nespornom značaju etičkih kodeksa u novinarstvu Dejan Donev, Maja Vojinović	273–286
Kulturno stvaralaštvo u digitalnom okruženju Kristina Milić	287–297
Spisak recenzenata za 2022. godinu	299
Uputstvo autorima	301

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Izdavači/Publishers:

Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad / Communication Direction Institute
Fakultet političkih nauka, Beograd / Faculty of Political Sciences, Belgrade

Za izdavače/Official representatives:

Dragan Simić
dekan Fakulteta političkih nauka u Beogradu / Dean of the Faculty of Political Sciences in Belgrade
Boris Labudović
Institut za usmeravanje komunikacija / Communication Direction Institute

Glavni i odgovorni urednik/Editor:

prof. dr Miroljub Radojković
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade

Lektura/Proofreading:

doc. dr Lidija Mirkov

Redakcija/Editorial Board:

prof. dr Branimir Stojković
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Divna Vuksanović
Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu / Faculty of dramatic arts, University of Arts in Belgrade
prof. dr Siniša Atlagić
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Dalibor Petrović
Saobraćajni fakultet u Beogradu / Faculty of Transport and Traffic Engineering in Belgrade
doc. dr Lidija Mirkov
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
doc. dr Neven Obradović
Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš
doc. dr Boris Labudović
Visoka škola za komunikacije, Beograd i Institut za usmeravanje komunikacija, Novi Sad /
Communication College, Belgrade and Communication Direction Institute, Novi Sad

Izdavački savet/Publishing Council:

prof. dr Neda Todorović, predsednik / president
Fakultet političkih nauka u Beogradu / Faculty of Political Science in Belgrade
prof. dr Zoran Jevtović, Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš
dr Ljubiša Despotović, naučni savetnik / principal research fellow
Institut za političke studije, Beograd / Institute for political studies, Belgrade
dr Srbobran Branković, naučni savetnik / principal research fellow
Institut za političke studije, Beograd / Institute for political studies, Belgrade
prof. dr Zoran Aracki, Filozofski fakultet u Nišu / Faculty of Philosophy in Niš

Vizibilni elementi predstava Kovida 19: estetizacija crnog sunca korone

Violeta Tomanović¹

Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije

Tatjana Cvetkovski

Univerzitet Megatrend, Fakultet za poslovne studije

DOI: 10.5937/cm17-35355

Sažetak: Tema rada je istraživanje ikonologije virusa Kovid 19 od početka pandemije krajem 2019. do kraja 2021. Zadatak rada je da utvrdi način stvaranja vidljive slike nevidljivog „neprijatelja” i osmišljanja stabilnih kolektivnih predstava. U radu se razmatra odnos crno-belih slika i slika u boji, kao i odnos naučnih slika u odnosu na stilizovane, estetizovane i netačne predstave virusa korona. Hipoteza ovog rada je da se putem vizuelnih simbola i predstava virusa korona prenosi i oblikuje estetizovana posredovana stvarnost. Metodom analize osnovnih likovnih elemenata unutar jedne vizuelne predstave kao i uvođenjem analize, tzv. distorzije, moguće je odrediti dublji uticaj poruka ispod praga svesti. Iako su brojni autori dali svoje mišljenje o jednoobraznosti ikone virusa i otud njene prilagodljivosti u različitim kontekstima, autori ovog članka tvrde da je osnovna predstava virusa koja kruži medijskim prostorom arhetipski simbol sunca, konkretnije crnog sunca koji se pojavljuje tokom vekova u likovnom izrazu. U radu je sprovedena i analiza frekventnosti sadržaja primerom fotografije koja se pojavljuje 109 puta na zvaničnoj stranici Vlade Srbije na temu Kovid 19, na engleskom jeziku, od 6. marta do 9. decembra 2021. i nosi različite naslove, te shodno tome, šalje i različite poruke. Zaključak rada je da slika-ikona, simbol korona virusa, predstavlja estetizovanu formu realne opasnosti i stoga je bitno ublažava, dok se sa druge strane poigrava sa arhetipom sunca, odnosno, crnog sunca kroz njegovu dualnu prirodu.

Ključne reči: virus korona, kovid 19, ikona, arhetip, nauka, mediji, simbol, sunce

¹ Kontakt sa autorkama: vcvet82@gmail.com

1. Uvodna razmatranja

Pandemija izazvana SARS-COV-2 virusom korona koji je prvi put zabeležen krajem 2019. godine, do kraja 2021. godine, odnela je više od pet miliona ljudskih života². Prisustvo nove bolesti poznate po nazivu Kovid 19 (po godini nastanka) ili široko prihvaćeno korona, unelo je milenijumsku prekretnicu u ljudskom društvu na globalnom nivou. Međutim, iako su se kroz istoriju javljale pandemije, nijedna nije bila tako temeljna i dosledna na svim kontinentima.

Istraživanje medijskog predstavljanja prethodnih epidemija ukazuje na to da se osnovni skup vizuelizacija, odnosno stilovi predstavljanja i ikonografije, stalno primenjuju sa suptilnim adaptacijama za jedinstvene bolesti i njihove predstave. Na taj način se stvara jedinstveni brikolaž (Alexander & Smith, 2020) kao proizvod spajanja poznatih struktura značenja u smislu narativa, binarnih kodova, žanrova i ikonografije sa smislenom praksom odnosno kolektivnim ritualima, predstavama i izvođenjima.

U uslovima pandemije, u kojoj je čovek prenosilac, uvek se nameće ideja o grupnom kontaktu i posledično međuljudskoj razmeni u smislu dobara i usluga. S obzirom na to da je virus nevidljiv golim okom, bilo je neophodno naučiti javnost da zamisli nezamislivo a sa druge strane stvorene su nove igre između postojećih, transistorijskih vizuelnih tropa, određenih mesta proizvodnje značenja i novih tehničkih mogućnosti (Ostherr, 2020). U cilju konstruisanja činjenica iz neizvesnosti nevidljive pretnje, ideološko i naučno-medicinsko ubeđivanje³ su se povezali i ne samo da su bili refleksije stvarnosti već su oblikovali novu stvarnost (Alexander & Smith, 2020). U kratkom vremenskom roku, bilo je neophodno oblikovati kulturološke zamisli vizuelnih kontura, golim okom, nevidljive bolesti (Ostherr, 2020). I dok su simboli, odnosno mikroskopske slike koronavirusa široko kružile kao ikona bolesti Kovid 19, nekako se podrazumevalo da izvor bolesti bude vidljiv golim okom. Međutim, u odnosu na prethodne korona pandemije, gde je izvor bila životinja, sada se bolest više nije mogla zaustaviti praćenjem „životinjskih vektora jer su sada ljudi postali domaćini” (Ostherr, 2020: 708).⁴

² *Covid-19 coronavirus pandemic: Coronavirus cases: deaths: 5,261,642*. Retrieved 4.12.2021. from URL:<https://www.worldometers.info/coronavirus/>

³ Pandemija je povećala isporuku naučnih informacija široj javnosti, stvarajući pritisak na medijske kanale da osiguraju da se date informacije ispravno tumače (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021).

⁴ Oster (Ostherr, 2020) navodi da spajanje virusa sa ljudskim domaćinom (strani, Vuhan virus) dovodi do toga da naizgled objektivne mikroskopske slike virusa postaju rasni patogeni u slikama pandemije globalnog zdravlja.

Izolacija i otuđenje koje je donela pandemija bitno su povećali izloženost medijima, a sa druge strane, ponavljano izlaganje informacijama dovelo je i do pojačanog odgovora na stres. Različiti oblici distanciranja kao i smanjenje kontakata doveli su do promene svakodnevnih navika i uobičajenog ponašanja. Novo doba, koje karakteriše strah od zaraze i stanje opšte anksioznosti, je svaka-ko došlo ali ritualizovane predstave totema i simbola oko kojih su se okupljale vođe država nudeći poput šamana iskustva čišćenja, jedinstvene modele iscelje-nja, metafore o ratu i žrtvovanju⁵ imale su za cilj da povećaju svest građana o bolesti ali i da potvrde i ojačaju njihov kredibilitet.

Iako još uvek ne postoji vremenska distanca da bi se mogle sagledati posledice pandemije, već sada se može govoriti o vizuelnoj naučnoj komunikaciji u društvu postistine (Massey, Iyengar, 2019) ili o postraumatskom stresu u „ratu“⁶ koji još uvek traje.

2. Teorija slike i vizuelna kultura

Poslednjih decenija, paradigma slike razvijala se na preseku između psihoanalitičkog i medijskog diskursa, međutim nova paradigma, upućuje na to da slika, široko shvaćena, sve više preuzima ulogu nezavisnu od specifičnih medija.⁷ Upravo u težnji da definiše vizuelnu kulturu kao oblast sa širim značenjem u odnosu na tradicionalno shvaćenu sliku, kroz istoriju umetnosti, Mičel (Mitchell, 1994) uvodi studije istraživanja društvenih konstrukcija vizuelnog iskustva, predstavljajući ih kao povratak slike, koje obuhvataju niz različitih polja i disciplina, prvenstveno istoriju umetnosti ali i književnost, medije i studije kulture. On navodi da, u suštini, vizuelna kultura počinje u „carstvu neumetničkih, neestetskih i neposredovanih ili 'neposrednih' vizuelnih slika i iskustava“ (Mitchell, 2002: 99), odnosno u domenu vizibilnog. Međutim, pojam vizibilnosti, „uobraziljom viđeno“ (Boganović, 2010: 44) u smislu tumačenja jezika slike, njenog „čitanja“, koji se danas sve više koristi, potiče još iz 18. veka, kada ga uporedo sa pojmom ikonologije teksta, upotrebljavaju Joshua Reynolds i Ernst Gombrich (Mitchell, 2005). Ideja o tome da se slika može podjednako

⁵ Detaljnije o promeni narativa u Velikoj Britaniji, Kini, Tajvanu i iskustvu kolektivne traume epidemijom Sarsa vidi u: Alexander & Smith, 2020.

⁶ O pojedinim primerima ratnog vokabulara u masovnoj regrutaciji za bitku u proleće 2020. godine protiv korone, vidi u: Schwobel-Patel, 2020.

⁷ Mnogi autori poistovećuju medijsku kulturu sa vizuelnom kulturom kao komplementarne koncepte. Detaljnije vidi u: Decker, 2012.

čitati kao i tekst, podstakla je brojne autore da se pozabave dubljim tumačenjem i značenjem slike, njenom suštinom i kontekstualizacijom. Saznanje o vizibilnom poimanju davno osvešćenih sadržaja, viđenom van opažajnog, odnosom stvarnog i mogućeg, sugestivnog, vizibilnog naspram vizuelnog, gde se razvija življenje pojedinačne i kolektivne svesti u opaženom (Bogdanović, 2002) omogućilo je da se putem slika šalju brojne manipulativne poruke.

Govoreći o *reci slika koje teku* kao ustaljeni način širenja informacija u medijima, Bal (Bal, 2003: 13) se osvrće na problem vizuelne suštine sa nametom da izdvoji specifičan tip slika sa dubljim značenjem i porukom, nasuprot njihovoj sveprisutnosti i šarolikosti. „Čin viđenja tako postaje naboj između spoljašnjih slika ili objekata i njihovih misaonih procesa” (Hooper-Greenhill, 2000: 4)⁸. U vezi sa postlingvističkim, postsemiotičkim povratkom i ponovnim otkrivanjem slike, Mičel (Mitchell, 1994: 16) navodi da se ona može tumačiti kao „kompleks međuigre vizuelnosti, tehničkih pomagala, institucija, diskursa, tela i figuralnosti”. Ipak, Mičel (1994) govori o specifičnoj uznemirenosti od slika, koja postoji od njihovog nastanka, o borbi za sliku i protiv nje, naročito danas, kada je povratak slike doprineo dominaciji vizuelnih medija i spektakla nad verbalnim aktivnostima. Njegovo (Mitchell, 2005) tumačenje slike kao specifične vrste vrtloga sa kolebljivom, dvostrukom prirodom širenja i uvlačenja ukazuje na predvidljivost reakcija sa jedne strane a sa druge strane na delimičnu kontrolu koja može izmaći u najnepoželjnijem trenutku. Takođe, Bal (2003) navodi da ono što je vidljivo nije samo po sebi očigledno, već se javlja iz skupa društvenih i kulturnih potreba koje stvaraju uslove za sagledavanje određenog fenomena ili artefakta. Da bi se nešto smatralo vizuelnim mora se uklopiti u smislenu strukturu informacija i znanja, odnosno „slike i nove slikovne tehnologije ne proizvode vizuelnu kulturu, oni su njeni artefakti” (Bal, 2003: 8).

O poretku *ludila slike* i požudi za slikama (Bodrijar, 1994: 23) može se govoriti i kroz vezu između identiteta slike i objekta jer pojedinac projektuje svoje mentalne vizije na viđeno, odnosno unutar svog „mentalnog leksikona” (Kostić, 2006: 272) ostvaruje aktivno oslikovljavanje, kreirajući mentalne predstave viđenog, živeći u tom „bisocijativnom svetu imaginacije i svetu stvarnosti koji se uzajamno prepliću” (Ilić, 1971: 116).

Povodom savremenog slikoborstva, odnosno straha od slika i njihovog uticaja, koje nastoji da kroz napad na slike i analizu, njihove ne retko destruktivne

⁸ Detaljnije vidi u: Cvetkovska, Ocokoljić i Cvetkovski, 2012.

uloge, razbije njihovu moć, Mičel (2006) u intervjuu za časopis *Image & Narrative*⁹, govori o tome da bi se novi vid ikonoborstva zapravo trebao tumačiti kao kulturni fenomen po sebi koji zahteva kritički osvrt i istraživanje. On posebnu pažnju posvećuje metaslici (slika o slici) odnosno njenim spoljašnjim i unutrašnjim strukturama, prvom i drugom redu predstavljanja, govoreći o specifičnoj vrsti slika koje zahtevaju produženu pažnju, razmišljanje i delovanje.¹⁰ Mičel, model metaslika, pored tradicionalnih vizuelnih umetnosti prenosi i razvija i na savremene medije, odnosno mešavinu različitih medija koji stvaraju predstave. Na taj način, projektovane, medijske slike imitiraju proces mentalnih predstava u ljudskoj svesti, a njihovo preklapanje dovodi do zamagljivanja granice između stvarnog i iluzije.

Slike u celini kao asamblaž virtuelnih, materijalnih i simboličkih elemenata, kao slike i predstave, kao tradicionalno shvaćene umetničke slike, pokretne i, unutrašnje, mentalne slike, svakako predstavljaju vitalne znakove koji igraju ključnu ulogu u društvenom životu i generišu šire vrednosti dok su „mediji staništa ili ekosistemi u kojima one oživljavaju” (Mitchell, 2005: 198).

3. Metodološki okvir

Vizuelne predstave korona virusa, u toku prethodne dve godine, bitno su obeležile medijski prostor na globalnom nivou. Izuzimajući direktne predstave smrti i bolesti, ne retko su se pojavljivale upravo estetizovane vizuelne forme, više vizibilne po svom karakteru, koje su na izvestan način prezentovale „nevidljivog” neprijatelja. S obzirom na to da je u radu naglasak na vizuelnoj predstavi virusa korona nalik ideogramu ili simbolu, primenjene su Arnhajmove (1994) metode tumačenja, odnosno analiza osnovnih likovnih elemenata (boja, perspektiva, kompozicija) tradicionalne slike kao i samog procesa viđenja određenih pojedinačnih elemenata ali i njihove celokupne forme objedinjene u jednu sliku ili predstavu, koji on naziva „opažajna stabilnost oblika” (Arnhajm, 1994: 66). Pojedinač primarnosti u skladu sa predmetom interesovanja putem mehanizma „aktivne selektivnosti” (Arnhajm, 1994: 75) pritom zanemarujući naizgled sporedne elemente i sadržaje. Proces viđenja, zapravo proces stvaranja

⁹ Gronstad A. & Vagnes, O. (2006) What do picture want? Interview with W.J.T. Mitchell, *Images Journal for Visual Studies*, Center for Visual Studies, Retrieved 10 May 2021 from <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>

¹⁰ Detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2011.

geštalta (Arnhajm, 1994) omogućava formiranje opšte strukture vidnog polja u svesti pojedinca a na taj način i određeni obrazac ponašanja. Međutim, kada su stabilni obrasci ispunjeni dvostrukom porukom, metaforama i analogijama, moguće je putem tzv. vizuelnog izobličenja, jedne vrste sublimalnih poruka, omogućiti primanje jednog sadržaja na svesnom i potpuno drugog na nesvesnom nivou (Arnhajm, 1994). Bal (Bal, 2003: 21) navodi da je proučavanje metafora koje se koriste u naturalizovanom obliku nezamenjivi deo studija vizuelne kulture. Upravo metafore i vizuelni analozi predstavljaju način na koji čovek od najstarijih vremena spoznaje život i uspostavlja vezu između spoljašnjeg i unutrašnjeg sveta, realnosti i imaginacije. S obzirom na to da vizuelne predstave putem medijski posredovane stvarnosti čine sastavni deo života pojedinca, likovne analogne predstave upravo služe „kao posrednici između čulnih iskustava i netelesnih sila koje leže u osnovi predmeta i zbivanja tih iskustava” (Arnhajm, 1985: 124).

Pored, analize slike virusa korona putem tradicionalnih metoda tumačenja i kognitivnog poimanja poruka putem procesa viđenja, u daljem tekstu je dat osvrt na simbolizam sunca koji je u osnovi korona ideograma.

U radu je putem navedenih metoda tumačenja slike, analizirana fotografija virusa korona (slika 3) i njen simbolizam, dok je sa druge strane, istraživano njeno prisustvo na Internet stranici Vlade Srbije, gde se u periodu od kraja novembra 2019 do 9. decembra 2021. pojavila 109 puta, kao i vrsta poruke. Analizirano je njeno procentualno prisustvo u odnosu na ukupan broj vesti o virusu korona kao i naslovljanje tekstova u kojima se ona pojavljuje kao ilustrativni dodatak.

4. Virus korona: slika i/ili sličnost

U medijima se tokom 2020. i 2021. odomaćila predstava stilizovane trodimenzionalne slike mikroskopskog snimka virusa kao izazivača bolesti (slika 1).¹¹ Uobičajen, osnovni izgled podrazumeva loptu sa izraženim završecima nazvanim S protein, koji se kače za ljudsku ćeliju. Grafički izgled ukazuje na to da oni podsećaju na vrstu krune ili oreola, te je stoga upotrebljen naziv korona,

¹¹ Verovatno najpoznatija predstava virusa je slika koju su osmislili medicinski ilustratori Alissa Eckert i Dan Higgins za *Center for Disease Control*, koja se pojavila 21. januara 2020. Detaljnije, vidi u: Gaiter, 2020. Međutim, pored korišćenih boja autori su upotrebili tzv. kamenu strukturu kako bi skrenuli pažnju na težinu situacije i privukli pažnju (Sonnevend, 2020). Mnoštvo kasnije nastalih slika inspirisano je upravo ovim prikazom.

koji je iako uopšten za sve viruse korona, postao u slučaju zaraze Kovid 19, opšte prihvaćen. Ova slika vrlo brzo je postala ikona koju ljudi odmah prepoznaju ali i simbol strašnog, veoma zaraznog virusa.

Naizgled jednostavni prikaz korona virusa, šematizovan na nivo logotipa ili ideograma¹² predstavlja svakako jedinstveni vizuelni izazov. U osnovi dehumanizovan i antropomorfan on ne ukazuje direktno na patnju bolesnog tela, već naizgled ostaje na nivou naučno neutralnog, nepristrasnog i objektivnog (Ostherr, 2020: 708). Jedna od posledica nevidljivog glavnog izvođača, odnosno strašnog neprijatelja, dovela je do toga da se pojavljuje niz indirektnih slika koje se bore da zastupaju događaj (Connevend, 2020), odnosno ublaženo prezentuju posledice zaraze kako bi predupredile buduće neželjeno ponašanje stanovništva.

Oslanjanje na Aristotelovu (1971) teoriju dvostruke prirode stvarnosti čija je osnovna jedinica stvar ili supstanca gde ona može biti sa jedne strane jedinstvo a sa druge mnoštvo govori u prilog tvrdnji o repliciranju medijski posredovane stvarnosti i poruke koja se prostire na globalnom nivou. Ista slika se umnožava bezbroj puta sa jasnim sadržajem i značenjem.¹³ Međutim, ono što proizilazi iz konteksta umetanja određene slike koja nosi duboku poruku vodi do izvesne distorzije, izobličenja koja spadaju u domen vizibilnog¹⁴, odnosno neuhvatljivog i apstraktnog. Vizibilno po svojoj prirodi uvek predstavlja deo opštih mentalnih predstava, odnosno uvek prethodi slici. Na taj način, aktualizaciji značenja slike prethode ekstenzivne nesvesne asocijacije kojima se može manipulirati stvaranjem planiranih veza, odnosno povezivanja sa prethodnim znanjem, iskustvom i okolnostima. Na koji način će određena poruka stići do krajnjeg korisnika i kako će biti protumačena svakako je od krucijalne važnosti kada je reč o smrtonosnom virusu koji je u jednom trenutku zaustavio svet.

Međutim, iako su se vremenom razvile brojne predstave Kovid 19, od zastrašujućih, čak ponekad i šaljivih, Gajter (Gaiter, 2020) naglašava da je umetanje simbola korone, bez obzira na kontekst uvek poziv na akciju. Virus uvek uništava ili je uništen. U skladu sa tvrdnjom da antropomorfizam nije zasnovan

¹² Ne upuštajući se dublje u semiotičku tradiciju i njenu metodološku osnovu, ideogram se može tumačiti kao simbol komunikacijskog lanca. Iako on ne predstavlja pojedinačni simbol „uzimajući ga kao saobraćajni znak, grafički motiv tada dobija smisao u setu vizuelnih indikatora za dalji saobraćaj, odnosno komunikaciju” (Garsia-Manso, 2021: 46).

¹³ Slika virusa korona, koja je postala široko rasprostranjena takođe ukazuje na jedinstvo jedne prirode, jednu tvar, koja se, naseljavajući domaćine, odnosno ljudsku populaciju, razmnožava i prerasta u mnoštvo.

¹⁴ Detaljnije o pojmu vizibilnog u odnosu na vizuelno, vidi u: Богдановић, 2002.

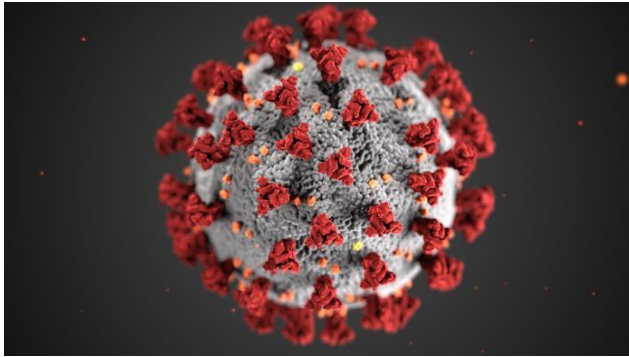
na specifičnim sistemima verovanja već na interakciji (Airenti, 2018), pod određenim okolnostima, poput pandemije, moguće je antropomorfizirati entitet, odnosno virus, kao preteći uzročnik bolesti, iako on nema mentalni život. Na taj način, medijski posredovane informacije, popularno nazvane *second-hand informations*¹⁵ dodatno izazivaju pometnju u globalnom auditorijumu jer „u percepciji iščezava granica između onog što je dato i onog što je dodato” (Hartman, 1979: 54). Sa druge strane, naučne ilustracije virusa su svakako nerazumljive laičkom oku, bez obzira na to koliko su ga realno medicinski ilustratori predstavili. Upravo ta neuhvatljivost, nesagledivost ima ključnu ulogu jer omogućava upotrebu slike u širokom kontekstu, njenu vizibilnost. Virus je postao jedinstveni izvođač, nevidljiv oku, ali široko zastupljen u spektakularnim vizuelnim prikazima¹⁶ (Connevend, 2020). Upravo njegova nevidljivost omogućila je da se i nauka poigra sa vizuelnim prikazima. Tako se u medijima, naročito na početku pandemije, koristila retuširana, trodimenzionalna ilustracija u boji radije nego njegova stvarna slika (slika 1). Takođe, tokom prethodne dve godine mnoge slike koje su se koristile kao podrška informacijama o virusu korona zapravo su predstavljale druge viruse te se može reći da su lažne slike ili imaginarne ilustracije (slika 2) prevladavale u svim izvorima, osim u enciklopedijama ili naučnim člancima (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2020; 2021).¹⁷

U prilog tvrdnji da patimo od epidemije odsutnog značenja ili sveznačenja može se dodati stanovište da je slika o virusu korona suviše raznovrsna jer običnom narodu ima vrlo malo značenja da ponudi (Connevend, 2020). Međutim, autori ovog rada smatraju da vizuelna predstava virusa korona nije sama po sebi toliko raznovrsna u tumačenju, već nagoveštavaju mogućnost da ona predstavlja snažan putokaz, arhetip ucrtan duboko u podsvest pojedinca i društva u celini, s obzirom na svoj osnovni simbolizam sunca, odnosno njegovu dualnu prirodu: život i smrt. Na taj način, estetizovana predstava korona virusa, neka vrsta *soliforma*, prezentovana putem medija, ima za cilj da estetizuje i ublaži strašne posledice bolesti koju on nosi ali i da umanjiti strah od nevidljivog i nepoznatog.

¹⁵ Detaljnije vidi u: Cvetkovska, Ocočoljić i Cvetkovski, 2010; 2012.

¹⁶ Istaživanja odnosa između epidemije i njenih predstava, može se posmatrati i kroz brojne lirske fotografije i njihove vizuelne strategije. Detaljnije vidi u: Guerrero, 2021.

¹⁷ Primetno je da je veliki broj fotografija korona virusa, koje prate vesti o pandemiji, preuzeto sa sajtova koji se bave komercijalnom prodajom fotografija, poznatim kao stok (*stock*) fotografije: *Alamy, Istock, Stockphoto, Shutterstock, Pixabay* i drugi. Radi se o fotografijama koje moraju zadovoljiti visok stepen kvaliteta na tehničkom nivou ali je interpretacija teme potpuno slobodna i zavisi od stila i mašte pojedinca.



*Slika 1. Prva trodimenzionalna ilustracija virusa korona u boji*¹⁸



*Slika 2. Virus korona u „cvetanju”, molekularni pejzaž*¹⁹

4.1. Crno sunce korone: vizuelno i vizibilno

Umnožavanje slike po sebi, putem vizuelnih medija, njeno izmeštanje iz stvarnosti u virtuelni svet, omogućilo je da slika postane sveprisutna. Međutim, problem vizuelne suštine postaje sve veći jer vizuelna različitost pre svega ukazuje na siromaštvo slika i/ili izražava želju za označavanjem staze vizuelnosti nasuprot drugim medijima ili semiotičkim sistemima (Ball, 2003: 13). Vizuelnost i prostornost, odnosno predstave koje su najsnažnije unutar čoveka, materijalizuju se na izvestan način u opipljivoj stvarnosti koja ga okružuje (Mitchell, 2002: 168).

¹⁸ Retrieved 10. September, 2021 from URL: <https://phil.cdc.gov/details.aspx?pid=23312>

¹⁹ *Molecular Landscapes by David S. Goodsell, Coronavirus, 2020.* Retrieved 10 July 2021. From URL: <https://pdb101.rcsb.org/sci-art/goodsell-gallery/coronavirus>

Sagledavajući upotrebu slika u naučnoj komunikaciji, pojedini naučnici koriste sve češće kovanicu *viskurs* kao analogiju Fukoovom diskursu kako bi naglasili razrađenu mrežu vizuelnih međuveza između slika i njihove primene (Hentschell, 2014: 262). Sonevend (Sonnevend, 2020) tvrdi da je prikaz virusa isuviše estetizovan, privlačan, pitom i da „umesto da virus postane zver koje se mnogo plaše, prezentacija koronavirusa izaziva divljenje” (slika 2). Međutim, uvođenje estetike u bizarnom (Mol, 1971), slike izokrenute i košmarne stvarnosti, još u 12. veku sveti Bernard naziva „predivna izopačenost” (Moxey, 1994: 120).²⁰ Sa druge strane, efekat refleksije u ogledalu (Mitchell, 2005) omogućava da se proces obrne i da se košmarna stvarnost estetizuje. Kada stvarnosti nema, već postoji samo označitelj površine (Gibson, 1971) relativnost se pretvara u svoju suprotnost i ustupa mesto razornoj moći uma. Na taj način metonimijski vizuelni isečak određene informacije, nameće se percepciji primaoca kao data stvarnost²¹. S obzirom na to da je virus nevidljiv golim okom, nepoznati, sveprisutni neprijatelj, i činjenicom da je oduvek postojala potreba da čovek viđenjem spoznaje istinu, mračni, tajanstveni virus je estetizovan i sveden na nivo ideograma kako bi se ublažile posledice koje on svojim prisustvom u ljudskoj populaciji izaziva.

Međutim, s obzirom na to da je estetizacija virusa potvrđena i kroz naučna istraživanja²² u kontekstu prvog vizuelnog trodimenzionalnog prikaza i da je slika doživljena čak i kao lepa ali nedovoljno realistična i naučna ili didaktička, crno bele slike su potpuno suprotno doživljavane jer je lepota slika o virusu korona bila u negativnoj korelaciji sa percepcijom naučnog realizma i didaktičke vrednosti (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021). Treba napomenuti i to da se prva crno bela mikroskopska i naučno tačna slika korona virusa, zapravo pojavila iz Kineskog centra za zarazne bolesti (*Chinese Center for Disease Control and Prevention*)²³, u januaru 2020, međutim ona očigledno nije bila dovoljno

²⁰ Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2010.

²¹ O metaforama i metonimijama prisutnim tokom pandemije virusa korona u medijima i u delima likovnih umetnika, vidi u: Soyguder Baturlar, 2021.

²² Istraživanje sprovedeno tokom 2020. godine je obuhvatilo 91,908 odgovora sa 15,315 asocijacija za svaku kategoriju: lepota, naučni kvalitet, realizam, stepen zaraze, nivo straha i didaktička priroda, odnosno varijable za koje se smatralo da su od interesa u kontekstu pandemije. Takođe, izabrano je šest nezavisnih karakteristika slika: fotografija, ilustracija, crno bela slika, boja, 2d i 3d (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021).

²³ Vasquez, T. *First pictures of coronavirus under microscope released*. Published 24 January 2020. Retrieved September 10 2020 from URL:<http://www.kxan.com/news/international/first-pictures-of-coronavirus-under-microscope-released/>

interesantna i prilagodljiva širem auditorijumu. Takođe, zanimljivo je da se crno bele slike virusa korona doživljavaju kao najrealnije, naučne, i najdidaktičkije, što je veoma teško objasniti s obzirom na to da većina ljudi realnost doživljava u boji (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021).

Jung (Jung, 1984a: 55) zastupa tvrdnju da se simboli javljaju u svim vrstama psihičkih izražavanja i navodi da se često čini da i neživi predmeti saraduju sa nesvesnim u stvaranju simboličkih primera. Međutim, iako se simboli stvaraju u nesvesnom, on navodi da kasnije mogu svesno biti razrađeni, kontekstualizovani i da se njima može manipulirati. Garsija-Manso u tumačenju simbolizma slika virusa korona primenjuje pojam *soliform* koji ukazuje na formu nalik suncu sa radijalnim zračenjem (Garsia-Manso, 2020). U kontekstu ove forme prikazivanja može se tumačiti, već upečatljiva i prepoznatljiva slika-ikona korona virusa. Krug ili lopta, sa specifičnim radijalnim zracima, je arhetip sunca. S obzirom na to da predstave dobijene putem čula preslikavaju deo osobina objekta na koji se odnose, vizuelne analogne predstave predstavljaju najjači stepen čovekove komunikacije sa okruženjem. Međutim, dualnost prirode ogleda se u alhemijском tumačenju njegove toplote. Ona može biti blagodatna i životodavna a sa druge strane može predstavljati razaranja. U svom najuzvišenijem aspektu pojavljuje se kao Crno sunce (*Sol Niger*), odnosno duhovno zlato. Međutim, tumačenjem kroz dva aspekta nigreda, dve faze jednog stanja duha, zatamnjenja koje prethodi prosvetljenju, ta druga tama je tokom vekova sledila formulu crnila: „*Obscurum per obscuris (u tami najveće tame)*” (Battistini, 2007: 68). Crno sunce, crnjenje, pročišćenje, *nigredo*, trovanje, mučenje, ubijanje, komadanje, truljenje i smrt su oblici interakcije koji opisuju patnju ali predstavljaju istovremeno i pomračenje svesti i svesno gledište (Stanton, 2008: 22). Dualnost nigreda (Jung, 1984b), odnosno dve tame, najavljuje početak opusa kada prva tama nagoveštava izolaciju, odvajanje od sveta, karantin u kom se pojedinac otuđuje od sveta kako bi spoznao sebe, dok druga tama predstavlja viši aspekt unutrašnjeg stanja koji najavljuje prosvetljenje duše kom prethodi melanholija i neka vrsta ludila. Antički Grci su proces ovog brzog preokreta – promene nazivali *peripeteia*, što u psihološkom procesu simbolizuje nagli preokret iz depresije u prosvetljenje (Sullivan, 2000: 26).²⁴ Momentu drugog pomračenja svakako prethodi fenomen poznat kao rumena zora, *rubedo*, rumečenje, odnosno cvetanje (slika 2). Na neki način, medijske slike korona virusa,

²⁴ Detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2011.

koje su trenutno, za razliku od prve tzv. plave faze, sada pretežno u fazi *rubeda*, odnosno crvenih tonova, možda najavljuju upravo pročišćenje i nagoveštaj početka kraja pandemije. Novi soj virusa koji se pojavio sredinom novembra 2021. pod nazivom Omikron, svakako će dovesti do uvođenja nekih novih manje ili više restriktivnih mera ili će označiti nagoveštaj početka kraja pandemije korona virusa.

Sa druge strane interesantno je i tumačenje ideograma korone u kontekstu antičke Meduze-Gorgone gde je prisutno njeno snažno apotropejsko svojstvo. Radijalno zračenje i geometrija krune njena uloga zastrašivanja i zaštite istovremeno i sklonost ka šematizmu kao amblem na ratnim štitovima doprinosi uspostavljanju paralele sa digitalnim ikonama u relaciji grafičkog predstavljanja korona virusa, naročito u kontekstu njegovih, ranih crno belih, autentičnih predstava i groteskne Gorgone (Garsia-Manso, 2020).²⁵ Autorka, takođe navodi da je virulencija u 2020. godini omogućila uspostavljanje globalnih vizuelnih ikona, prepoznatljivih celokupnoj ljudskoj zajednici, upravo stoga što su one izotipne po prirodi, odnosno ne zahtevaju alfabetsku grafiku (Garsia-Manso, 2020: 54). Međutim, nije u potpunosti jasno kako slike virusa korona utiču na emocije pojedinca i njihovu percepciju virusa i da li takve slike menjaju društveno ponašanje u vezi sa pandemijom Kovid 19 (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021). Takođe, postavlja se pitanje, kako različiti atributi slika virusa korona utiču na percepciju virusa kod ljudi?

U nejasnoj i nepredvidljivoj atmosferi straha, uvek je najsigurnije primenjivati vizuelne predstave sa jasnom porukom.

4.2. Virus korona: analiza fotografije

U kontekstu utvrđivanja uticaja likovnih elemenata u građenju tradicionalne slike, primenjenih na fotografiju, i atributima koje ona nosi, naveden je primer fotografije sa zvanične stranice Vlade Srbije <https://www.srbija.gov.rs/vest/en>, vesti na engleskom jeziku (slika 3).

²⁵ Detaljnije o tumačenju veze između ideograma virusa korona i antičke predstave Gorgone-Meduze, vidi u: Garsia-Manso, 2020.



Slika 3. Vizuelna predstava korona virusa²⁶

Na fotografiji, koja se od početka pandemije virusa korona krajem 2019 do 9. decembra 2021 godine pojavljuje čak 109 puta²⁷ zastupljene su tri osobe, gde se može pretpostaviti da je centralna, koja drži stilizovani plakat *Corona virus*, muška osoba. Ako se primeni Arnhajmova (1994) tvrdnja da zapadno društvo, čita slike s leva na desno, moguće je uočiti zanimljiv redosled događaja i osmišljene priče. Sa leve strane fotografije najpre se pojavljuje ženska osoba, najverovatnije doktorka ili medicinska sestra, obučena u beli mantil čije se lice ne vidi jer je okrenuta leđima. Može se primetiti njena smeđa kosa pokupljena u rep. Stiče se utisak da obavlja veoma važan posao u laboratoriji, i da je zauzeta. Nasuprot njoj, u desnoj polovini slike nalazi se druga ženska uniformisana osoba (kapa, vizir, maska, beli mantil, rukavice) koja u ruci drži laboratorijske uzorke ili vakcine, odnosno attribute svoje delatnosti. Njeno lice istaknuto je u krupnom planu ali joj pogled nije usmeren ka posmatraču, već neodređeno gleda na dole ili gleda u uzorke koje drži. Iako se stiče utisak da je postojala težnja da se prikažu tri osobe koje se nalaze u istom prostoru, u kom dominiraju hladni, plavi tonovi, centralna osoba na fotografiji deluje kao da je naknadno umetnuta u nekom od programa za obradu fotografija, dok su ženske figure neizoštrene i van fokusa. Na taj način je sprovedena vizuelna distorzija (Mitchell, 1986; 2005) odnosno izobličenje, metodom prijema dvostrukog sadržaja gde određena jasna vizuelna informacija stavlja težište poruke u prvi plan, dok zamagljeni,

²⁶ URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en>, posećeno: 5. I 2022.

²⁷ U daljem tekstu data je analiza sadržaja sa detaljnim tumačenjem fotografije i brojem ponavljanja u odnosu na navedeni period.

prateći elementi kontrolišu prijem i tumačenje glavne, sublimalne poruke koja prodire u podsvest pojedinca.

U skladu sa Arnhajmovom (1994) teorijom o centričnosti, može se uočiti da se muška figura nalazi u sredini slike i da je njena uloga najvažnija kao i poruka kojom se ona direktno obraća posmatraču. Ona je jezgro, tema slike dok su prateći elementi u službi opisa i dodatnog pojašnjenja događaja. S obzirom na to da je čovek, po svojoj prirodi centrično biće koje okruženje doživljava kao prostor nastanjen sekundarnim stvarima i događajima (Arnhajm, 1994), analizirana fotografija (slika 3) dodatno naglašava ulogu pojedinca koji uređuje prostor oko sebe, odnosno kao okosnica događaja unosi red u njega. Međutim, stiče se utisak da je centar fotografije zapravo logotip prikazanog virusa (svojom veličinom i naročito, crvenom bojom) a da je čak i prisutna muška figura prateći element. To je muškarac srednjih godina, sa medicinskom belom kapom na glavi, belom maskom i naočarima. Nosi medicinsku plavu odeću i rukavice, dok u rukama drži plakat sa upozorenjem. Pozadina plakata je bele boje a na sredini je veliki dvostruki plavo-beli prsten, „obredni ili čarobni krug” (Jung, 1984b: 103) u čijem centru se nalazi crtež virusa u obliku crvene lopte sa, već prepoznatljivim pipcima. U plavom prstenu je belim slovima ispisan tekst *Corona virus*. Vizuelna predstava virusa veoma nalikuje logotipu a jarko crvena boja lopte sa šiljcima, krvava fleka, kao da bukti i najviše privlači pažnju. Sa druge strane, muškarac, najverovatnije lekar, drži plakat poput transparenta na javnom protestu, ili poput viteza sa oklopom, koronom-gorgonom (Garsia-Manso, 2020) kreće u „borbu” protiv virusa. Mimo grafike, zaštitnički karakter (štit) koji dizajn predstavlja, takođe ukazuje na razmišljanje o ljudskim odnosima pred pretnjom od nečeg nevidljivog (Garsia-Manso, 2020). Ipak, njegov pogled, kao ni pogledi druge dve osobe, nije usmeren ka javnosti, posmatraču, već on blago povijene glave, gleda na dole. Iz daljine posmatrano, crvena lopta nalikuje krvavoj mrlji. Celokupnom fotografijom dominiraju tamno plavi, bleđi tonovi koji na neki način čine pozadinu scene dok je glavni izvođač upravo virus korona koji dominira svojom crvenom bojom. Ako se posmatra, scena sa leve na desnu stranu može se zaključiti da postoji određeni scenario u ponašanju prikazanih osoba. Prva je okrenuta leđima, druga osoba je prikazana u polu profilu i gleda na levo u odnosu na posmatrača, dok je treća osoba, u desnoj polovini slike, okrenuta ka auditorijumu ali je njen pogled takođe blago spušten i diskretan. Analogija u vezi sa posturalnom ekspresijom ukazuje na pokret, de-

lovanje. Sa jedne strane, moglo bi se zaključiti da osobe na fotografiji rade važan posao u vezi sa korona virusom, a sa druge strane moglo bi se pomisliti i da su prešli iz faze invazije u fazu odbrane od virusa.

Razmatranjem likovnih elemenata može se uočiti da je na fotografiji primenjena tzv. centrična postavka jer se u samom središtu scene nalazi glavni glumac, odnosno virus sa upečatljivom bojom i porukom dok je prostor oko njega ispunjen sekundarnim stvarima i događajima. Posmatranjem ljudskih figura primećuje se da se one uvećavaju s leva na desno što ukazuje na psihološki momenat uvećavanja opasnosti. One se mogu svrstati u domen ekscentrične perspektivne pozadine (Arnhajm, 1994) koja stvara izvesna izobličenja i daje podtekst osnovnoj poruci. To je mirna, ledena, plava osnova koja najavljuje plimu novih ali svakako postojanih događaja u kontekstu zaraze. Medicinsko osoblje je prisutno, obavlja svoj važan posao ali njihovi indirektni pogledi kao da ukazuju da se oni ne obraćaju javnosti, da ne učestvuju u direktnoj emotivnoj patnji i strahu već su sastavni činilac epidemije. Arnhajmovska (1994) aktivna selektivnost omogućava razvijanje metode primanja dvostrukog sadržaja koji putem mehanizama kontrolisane poruke obezbeđuju predviđeni prijem kod primalaca kao i ponašanje. Analizirana slika, sa druge strane, svakako doprinosi verifikaciji ili vizuelizaciji opasnosti a istovremeno daje informaciju o širenju znanja, odnosno sredstvu za usporavanje zaraze.

4.3. Virus korona: frekventnost fotografije i naslovljavanje

U prethodnom delu rada analizirana je fotografija (slika 3) u skladu sa načelima tradicionalnog tumačenja slike i simbolizma, sa naglaskom na Arnhajmove metode (Arnhajm, 1994; 1995). Međutim, odabir navedene fotografije izvršen je između ostalog, i zbog njene prisutnosti u Internet vestima koje je prezentovala upravo državna vlast²⁸. Opisana slika pored svoje specifične simbolike, dodatno je interesantna zbog višestruke primene kao prateći ilustrativni dodatak različitih vesti na temu korona virusa. Na taj način, moguće je utvrditi

²⁸ Na stranici Vlade Srbije, navodi se da je izvor fotografije Tanjug, međutim moglo bi se zaključiti da je u pitanju jedna tipična komercijalna stok fotografija. Govori se o fotografijama, koje svako može da kupi i/ili postavi u bilo kom kontekstu. Navedena fotografija (slika 3) može se besplatno preuzeti sa pixabay.com internet stranice. Zanimljiva je upravo činjenica da je plakat koji muškarac drži u rukama ostavljen prazan. Beli pano nudi mogućnost da se u njega umetne bilo koja slika, tekst ili poruka i na taj način postaje otvoren za brojna različita tumačenja. Takođe, može se zaključiti da je prazan panel ostavljen sa idejom da se na njemu mogu postaviti poruke na različitim jezicima čime je izbegnuta lokalna specifičnost, odnosno data je mogućnost da se on lokalizuje po potrebi. Vidi fotografiju u: <https://pixabay.com/illustrations/coronavirus-corona-sars-cov-2-virus-4947692/>

kontekst slike u odnosu na naslovljavanje ali i ulogu njene učestalosti u smislu anestetiziranja javnosti.

Na zvaničnoj internet stranici Vlade Srbije, pod opcijom *Kovid 19*, rubrika: *Vesti* (na engleskom jeziku) ukupan broj vesti od početka pandemije, 6.03.2020.²⁹ do 9.12.2021. iznosio je 1201. Tokom 2020. godine, ukupan broj vesti obuhvaćenih temom Kovid 19 iznosio je 732. Tokom navedenog perioda fotografija (slika 3) se pojavljuje 13 puta (1,78%). Prvi put se dakle, pojavljuje 6. marta kao potvrda prvog slučaja zaraze u Srbiji, zatim aprilu (1), julu (1), septembru (2), oktobru (5) i decembru (4). Analizom naslovljavanja utvrđeno je da se svi naslovi odnose na porast broja zaraženih i da se svode na brojčano stanje zaraženih i povremeno, umrlih. Izdvaja se jedino vest objavljena 25.12.2020: *2,534 health workers infected with coronavirus*³⁰ u kojoj se navodi broj zaraženog medicinskog osoblja.

Može se zaključiti da je fotografija (slika 3) sa jakim ideogramom, logotipom virusa korona u 2020. godini uglavnom bila naslovima vezana za kratke informacije o brojčanom stanju zaraženih i nagoveštavala njihov porast u skladu sa trenutnim stanjem u Srbiji.

Tokom 2021. ukupan broj vesti, obuhvaćenih temom Kovid 19, iznosio je 469. Tokom navedenog perioda fotografija (slika 3) se pojavljuje 96 puta (20,47%). Od ukupno 96 objava, 45 (46,88%) se odnosi na vesti o smanjenju virusa korona dok se 51 (53,13%) vest odnosi na porast broja zaraženih. U skladu sa tim može se zaključiti da je u odnosu na 2020 (1,78%) porast broja ponovljenih fotografija znatno veći u 2021 (20,47%).

Prva vest sa navedenom fotografijom se pojavljuje već prvog januara 2021. i prati blagu gradaciju u porastu broja zaraženih (4 vesti) da bi se već 19.02.2021. vezala za naslov u kom se spominje 2,632 novozaražena slučaja korona virusom³¹. To je ujedno i jedina vest vezana za navedenu fotografiju u februaru. U martu se fotografija pojavljuje 4 puta i takođe prati brojčani porast zaraženih i hospitalizovanih, dok se u aprilu pojavljuje čak 10 puta gde se polovina prvih vesti vezuje za porast novozaraženih a druga polovina za opadanje broja obo-

²⁹ Belgrade, 3 March 2020, *First case of coronavirus in Serbia confirmed*. Retrieved 10 December 2021. From URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/150981/first-case-of-coronavirus-in-serbia-confirmed.php>

³⁰ Belgrade, 25 December, 2020. *2,534 health workers infected with coronavirus*. Retrieved 10. November 2021 from URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/165591/2534-health-workers-infected-with-coronavirus.php>

³¹ Belgrade, 19 February, 2021. *Serbia reports 2,632 new coronavirus cases*. Retrieved 10 April 2021 from: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/168033/serbia-reports-2632-new-coronavirus-cases.php>

lelih. U maju se fotografija pojavljuje čak 20 puta ali se svi naslovi vezani za nju odnose na informacije o opadanju broja zaraženih. U junu se fotografija pojavljuje 15 puta i to svakodnevno od 1-15. juna gde su naslovi vezani za sliku promenljivi i odnose se pretežno na informacije o smanjivanju broja zaraženih. U julu se fotografija pojavljuje 16 puta sa blagim naglaskom na postepenom porastu broja zaraženih. Avgust (4 vesti) je takođe obeležen informacijama o porastu broja obolelih. U septembru se pojavljuje deset naslova vezanih za fotografiju koji ukazuju na porast broja zaraženih. Oni se uglavnom pojavljuju u prvoj polovini meseca, odnosno do 18. septembra. U oktobru se pojavljuje 6 vesti među kojima je primetan značajan broj porasta obolelih (6,721) u odnosu na prethodni period kao i broj umrlih (63)³². U novembru se pojavljuje 5 vesti i u naslovima se ukazuje na smanjenje korona pozitivnih građana. Poslednja obrađena vest vezana je za naslov i fotografiju, 8.12.2021. u kojoj se navodi da se povećava broj pacijenata na veštačkoj ventilaciji.³³

Sagledavajući naslove vezane za istu fotografiju koja se pojavljuje tokom 2020 (13 puta, 1,78%) i 2021 (96 puta, 20,47%) ukupno 109 puta (9,8%) u odnosu na ukupan broj vesti (1201), može se uočiti porast njene prisutnosti a samim tim i sve veći naglasak na apstraktnu, stilizovanu, linearnu formu virusa iza koje su ljudi, medicinsko osoblje, tek pozadina, deo žanra koji upotpunjuje sliku. Iako je tema vesti iz 2020. godine pretežno vezana za obaveštenja o porastu broja zaraženih, tokom 2021. godine se može uočiti da je odnos vesti vezanih za broj novoobolelih u porastu (53,13%) i vesti vezanih za broj novozaraženih u opadanju (46,88%) približno isti. U tom kontekstu, potvrđuje se tvrdnja da je apstraktnost virusa kao nesagledive forme prisustva neprijatelja potpuno neutralna. Ovakav vizuelni prikaz, moguće je vezati za različite aspekte zaraze virusa korona te stoga i za različite vesti i poruke.

Učestalost prisutnosti navedene fotografije (slika 3) u pojedinim periodima može se dovesti u vezu sa vrstom plasirane poruke o korona virusu. U toku 2020 godine ona se u odnosu na ukupan broj vesti o virusu korona pojavljuje 1,78% dok se u 2021 godini zastupljena sa 20,47%. Stiče se utisak da je u toku 2020. godine uloga fotografije bila zanemarljiva i da je naglasak bio više na ideji o odbrani i borbi protiv virusa, dok se njena uloga tokom naredne godine bit-

³² Belgrade, 28 October, 2021. 63 people die as result of virus. Retrieved 10 November 2021 from: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/180400/63-people-di-as-result-of-virus.php>

³³ Belgrade, 8 December, 2021. Increased number of patients on ventilators. Retrieved 10 December 2021 from: URL: <https://www.srbija.gov.rs/vest/en/182215/increased-number-of-patients-on-ventilators.php>

no promenila jer su mediji sve više naginjali ka estetizaciji virusa i neutralnim, manje zastrašujućim porukama.

S obzirom na to da ponavljano izlaganje informacijama o temi koja po sebi izaziva strah i neizvesnost dovodi i do pojačanog odgovora na stres, uloga navedene fotografije bi se mogla tumačiti kao deo mašinerije u estetizaciji realne opasnosti.

5. Zaključak

U kontekstu povratka slike koji je započeo u drugoj polovini 20. veka, može se suštinski govoriti o strahu od slika koji postoji uporedo sa nastankom prvih slika, arhetipova, ideograma. Iako se čini da je savremeno, pretežno vizuelno doba, razvilo nove forme simulacije i iluzije, uznemirenost od slika podjednako postoji, kao što ni ikonoborstvo³⁴ nije proizvod savremenog društva (Mitchell, 1994). Međutim, kada je slika (slika 1, 2, 3) istovremeno i arhetip i prenosilac kolebljive poruke, ona prodire kroz svaki prag odbrambenog mehanizma svesti i percepcije i prodire u polje nesvesnog.

U vremenu fizičke distance, karantina³⁵, otuđenja i straha, slike medijski posredovane stvarnosti svakako zauzimaju glavnu ulogu. Estetizovana predstava virusa korona koja se prva pojavila kao globalni pokazatelj nevidljivog neprijatelja, svakako ukazuje na Bodrijarovu sliku slike, simulakrum, ubicu stvarnog, ubicu sopstvenog modela (Bodrijar, 1999: 9). Sa druge strane, u pandemiji korona virusa, subverzivna moć ikone-slike korona virusa, koji je u osnovi dehumanizovan i antropomorfan, možda je upravo u strategiji za borbu protiv straha od nepoznatog.

Analiziranjem, sa jedne strane naučne a sa druge nenaučne predstave korona virusa, može se zaključiti da vizuelni narativi, kao i sama bolest, zaraza, nose zajedničko iskustvo običnih građana na globalnom nivou. Iako je u osnovi, poruka slike oduvek bila da prikaže nevidljivi, duhovni svet, sa druge strane njena didaktička uloga kroz istoriju je bila da uputi, informiše i obrazuje. Na taj način, na primeru vizuelne predstave korona virusa, stvorena je pojednostavljena slika-ikona koja je postala svima prepoznatljiva dok je sa druge strane

³⁴ O savremenom ikonoborstvu u medijima, detaljnije vidi u: Цветковска, Оцокољић, Цветковски, 2010a.

³⁵ „Ako me voliš, idi od mene. Što si mi dalje to si mi bliže: Ako voliš svoju majku, idi od nje. Ako voliš svoju ženu, ne dodiruj je. Voliš svoga deku? Ne prilazi mu. U ovim danima ljubav znači biti daleko od onih koje voliš. Virus korona se vrlo brzo širi”. Tekst iz video prezentacije. Posećeno 2 decembar 2020. URL:<http://covid19.rs>.

njena uloga trebala da bude simbol nečeg strašnog i zaraznog (Gaiter, 2020). Međutim, ne retko, slika virusa korona i informacije o njemu, o tom strašnom predstojećem talasu bolesti i smrti, stizale su u pojedine države pre pojave same zaraze, alarmirajući čovečanstvo ali istovremeno ga i anestetizirajući estetiziranim vizuelnim predstavama.

Međutim, analizirajući vizuelne predstave u toku pandemije virusa korona Sonevend (Sonnevend, 2020) se pita da li je moguće da ručno rađene i digitalno proizvedene slike imaju drugačiji, mnogo snažniji efekat na čovečanstvo i da mimo fotografije, postoji duboka potreba za simbolima, za linearnim, svedenim vizuelnim predstavama. Jer, „zaista, mogli smo videti glavnog glumca, virus, samo u umetičkim, stilizovanim predstavama” (Sonnevend, 2020: 451).

Iz naučne perspektive, vizuelne predstave su suštinski deo naučnog mišljenja, naročito ukoliko je potrebno pristupiti predmetu proučavanja koji je nevidljiv golim okom. Međutim, utvrđujući, putem spektrometrije, odnose boja i toplote slika virusa korona ³⁶, Sančez i Paskal (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021) su pokušali da ukažu na značaj prisutnosti neuronauke u medijima i oglašavanju. Oni su utvrdili da su atributi i elementi koji utiču na specifičnu percepciju lepote korona ilustracija, bili najviše uočeni na trodimenzionalnim ilustracijama što znači da su mediji prezentovali lepe slike kako bi pričali o ozbiljnoj (i ružnoj) temi (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021). Prva trodimenzionalna slika virusa korona (slika 1) u mišljenju naučnika, umesto da izaziva strah, strepnju i opasnost, izgleda „kao predivno aranžiran buket cveća” (Sonnevend, 2020: 453).

S obzirom na to da sama predstava virusa korona pre ukazuje na ideogram, logotip, bilo je neophodno stvoriti ikonične predstave kako bi se uhvatilo duboko značenje krize kroz određenu scenu ili trenutak (Sonnevend, 2020). Ukoliko se osvrnemo na apotropejsku ulogu simbola korona virusa, u liku meduze-gorgone (Garsia-Manso, 2020) ona ukazuje sa jedne strane na zaštitu i odbranu ali istovremeno i na mogućnost transformacije u živo biće ili prelazak iz nevidljive forme u živog domaćina, odnosno čoveka. Predstavljeni i opredmećeni centar tako predstavlja dinamizovanu formu ili zonu ali i „mnogoznačnu simboličko-latentnu potenciju najave dolaska nečega u centar ili odlaska iz njega” (Bogdanović, 2010: 100).

³⁶ Prema istraživanju koje su sproveli, utvrdili su da najveći broj ima plavu nijansu dok je vrlo malo njih bilo u regionu zelene. Takođe, otkrili su da je, što se tiče temperature boje, manje od trećine bilo u opsegu vrućih temperatura dok su ostale bile na niskim temperaturama (Andreu-Sancez & Martin-Pascual, 2021).

Dakle, pitanje koje se postavlja je da li mediji trebaju da koriste lepe ili stvarne slike kada nude informacije o tako ozbiljnoj i neprijatnoj temi kao što je pandemija? (Andreu-Sancez, & Martin-Pascual, 2021) i da li postoji odgovornost u metonimijskoj upotrebi simbola gde je on istovremeno i napadač i branitelj, i čuvar i tamničar, jer šta će se desiti „kada nauka, naizgled razbije ogledalo svoje objektivnosti” (Bodrijar, 1994: 13).

Literatura

- Aenti, G. (2018). The development of anthropomorphism in interaction: intersubjectivity, imagination, and theory of mind. *Frontiers in Psychology* 9:2136, Published 5 November 2018. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02136> Retrieved 10 July 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02136/full>
- Alexander, C. J. & Smith P. (2020). Covid-19 and symbolic action: global pandemic as code, narrative, and cultural performance. *American Journal of Cultural Sociology* 8, 263–269. Retrieved 9 October 2020 from <https://link.springer.com/article/10.1057/s41290-020-00123-w>
- Andreu-Sancez, C, & Martin-Pascual, M.A. (2021). The attributes of the images representing the SARS-COV-2 coronavirus affect people’s perception of the virus. *PlosOne* 16(8) Published August 25, 2021. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253738> Retrieved 10 July 2021 from <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0253738>
- Andreu-Sancez, C. & Martin-Pascual, M.A. (2020). Fake images of the Sars-CoV-2 coronavirus in the communication of information at the beginning of the first Covid-19 pandemic. *El profesional de la informacion* 29(3), e290309. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.09> Retrieved 15 July 2021 from <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2020.may.09>
- Andreu-Sánchez C, & Martín Pascual M.Á. (2015). Selling the brain: representation of Neuroscience in Advertising. In: Grabowski M. (ed.). *Neuroscience and Media: New Understandings and Representations*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315749235> Retrieved 20 July 2021 from: <http://www.routledge.com/books/details/9781138811508/>

- Aristotel (1971). *Metafizika*. Beograd: Kultura.
- Arnhajm, R. (1995). *Vizuelno mišljenje*. Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
- Arnhajm, R. (1994). *Moć centra: studija o kompoziciji u vizuelnoj umetnosti*, Beograd: Univerzitet umetnosti u Beogradu.
- Battistini, M. (2007). *Astrology, magic and alchemy in art*. Los Angeles: The J. Paul Getty Museum.
- Ball, M. (2003). Visual essentialism and the object of visual culture. *Journal of Visual Culture* 2(1): 5–32.
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Bodrijar, Ž. (1994). *Drugo od istoga – habilitacija*. Beograd: Lapis.
- Bogdanović, K. (2010). *Lice i lik u vizuelnoj kulturi*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Bogdanović, K. (2002). *Vizibilnost latentnog dinamizma u statičkim formama*. Čačak: Centar za vizuelnu kulturu i vizuelna istraživanja „Krug”.
- Borstin, D. (2003). *Svet otkrića*. Beograd: Geopoetika.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2012). Mediji – alhemija prividnog preobražaja. *Teme* 36(2): 1901-1912.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2012). *Second-hand* percepcija u odrazu medijski posredovane stvarnosti – slika i sličnost. *CM – časopis za upravljanje komuniciranjem* 7(22): 95-105.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2011). Metaslike kao oblik kreiranja kulturnih vrednosti. *Kultura* 133, 224-240.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2010). U potrazi za duhom stvari – upotreba mitoloških i alhemijskih elemenata u savremenoj ekonomskoj propagandi. *Teme* 34(2): 639-656.
- Cvetkovska, Ocokoljić V. i Cvetkovski, T. (2010a). Ikoničnost medija – ikonoborstvo savremenog društva. *Kultura polisa* 13/14, 293-306.
- Decker, C. (2012). American studies as media and visual culture: Observation on a Revitalized Research Tradition. *American Studies*, 57(1): 115-128.
- Garsia-Manso, A. (2020). Iconographies en prensa digital sobre la pandemia de COVID-19: un retrato cultural del coronavirus en Espana en abril de 2020. *Vivat Academia. Revista de Communication*, 154, 45–61. <http://doi.org/10.15178/va.2012.154.e1234>

- Retrieved 3 March 2021 from <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1234>
- Gaiter, C. (2020). Visualising the Virus. *The Conversation*. Published April 9, 2020. Retrieved May 20, 2021 from <https://theconversation.com/visualizing-the-virus-135415>
- Gibson, J. (1971). The information available in pictures. *Leonardo* 4, 27–35.
- Gronstad A. & Vagnes, O. (2006) What do picture want? Interview with W.J.T. Mitchell, *Images Journal for Visual Studéis, Center for Visual Studies*, Retrieved 10 May 2021 from <http://www.visual-studies.com/interviews/mitchell.html>
- Guerrero, J.B.G. (2021). Corona de Flores; some visual issues of coronavirus. *Visual Studies*. Published 27 September 2021. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2021.1975500> Retrieved 5. November 2021 from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1472586X.2021.1975500>
- Hartman, N. (1979). *Estetika*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.
- Hentschell, K. (2014). *Visual cultures in science and technology*. Oxford: Oxford University Press.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museum and the interpretation of visual culture*. London: Routledge.
- Hooper-Greenhill, E. (1989). The Museum in the disciplinary society. In Pearce, S. (ed), *Museum studies in material culture*. London: Leicester University Press, 61-72.
- Ilić, M. (1971). *Teorija i filozofija stvaralaštva*. Niš: Gradina. Lat
- Jung, K. (1984a). *Čovek i njegovi simboli*. Zagreb: Mladost.
- Jung, K. (1984b). *Psihologija i alkemija*. Zagreb: Naprijed.
- Kostić, A. (2006). *Kognitivna psihologija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Massey, D.S. & Iyengar, S. (2019). Scientific communication in a post-truth society. In Scheufele, D. A. (ed). *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America – PNAS*, 116(16) 7656-7661. <https://doi.org/10.1073/pnas.1805868115>
- Retrieved 20 October 2021 from <https://www.semanticscholar.org/paper/Scientific-communication-in-a-post-truth-society-Iyengar-Massey/a28400d8bcdf4cdf7c15e23183fc855d3a05bb46>

- Mitchell, W. J. T. (2021). Present Tense 2020: An Iconology of the Epoch. *Critical Inquiry*, 47(2): 370–406. <http://dx.doi.org/10.1086/712120>. Retrieved 20 November 2021 from <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/712120?journalCode=ci>
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What do picture want's? The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. (2002). Showing seeing: A critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 1(2): 165–181.
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Moxey, K. (1994). Hieronimus Bosch and the 'World Upside Down': The case of The Garden of Earthly Delights. In Bryson N., M., Ann Holly and Moxey, K. (eds), *Visual Culture: Images and representations* (104–141). Hanover: Wesleyan University Press.
- Octavi, L. (2021). *Media beautifies the image of coronavirus*, Published 13 September 2021 by Autonomous University of Barcelona. Retrieved 20 October 2021 from <https://phys.org/news/2021-09-media-beautifies-image-coronavirus.html>
- Osterr, K. (2020). How Do We See COVID-19? *Visual Iconographies of Racial Contagion*. *American Literature*, 92(4), 707–722. <http://doi.org/10.1215/00029831-8780923> Retrieved 5 March 2021 from <https://read.dukeupress.edu/american-literature/article/92/4/707/166863/How-Do-We-See-COVID-19-Visual-Iconographies-of>
- Scarprina, F. (2012). Detection and recognition of fearful facial expressions during the Coronavirus disease (Covid 19). Pandemic in an Italian sample: an online experiment. *Frontiers in Psychology* 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02252> Retrieved 15 May 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.02252/full>
- Schwobel-Patel, C. *Ne treba nam „rat” protiv virusa već solidarnost*, Published April 2020, Al Jazeera. Retrieved 10 April 2021 na: <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2020/4/7/ne-treba-nam-rat-protiv-virusa-vec-solidarnost>
- Sonnevend, J. (2020). A virus as an icon: the 2020 pandemic in images. *American Journal of Cultural Sociology*, 1-11, Published online 6 October 2020,

- doi: 10.1057/s41290-020-00118-7 [Epub ahead of print]. Retrieved 10 August 2021 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7537773/>
- Soyguder Baturlar, S. (2021). "Visual metaphor" and "metonymy" as reflection of creative thought in art: an analysis on graphic designer Yossi Lemel's poster designs on the Coronavirus (Covid-19) from Charles Forceville's perspective. *Connectist: Istanbul University Journal of Communications Sciences* 60. <https://doi: 10.26650/CONNECTIST2021-0099>. Published online July 2021. Retrieved 10 November 2021 from <https://cdn.istanbul.edu.tr/file/JTA6CLJ8T5/0B46801CF6994830BCF4233FC8A1B305>
- Stanton, M. (2008). *The black sun: the alchemy and art of darkness*. Texas: A&M University Press.
- Sullivan, E. (2000). *Saturn in transit. Boundaries of mind, body and soul*. York Beach: Samuel Weiser Inc.
- Vanuleo, C., Marinaci T., Gennaro A. & A. Palmieri (2020): The meaning of living in the time of Covid-19. A large sample narrative Inquiry. *Frontiers in Psychology* 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577077> Retrieved 10 May 2021 from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.577077/full>
- Vasquez, T. *First pictures of coronavirus under microscope released*. January 24 2020. URL:<http://www.kxan.com/news/international/first-pictures-of-coronavirus-under-microscope-released/>

Violeta Tomanović
Megatrend University, Faculty of Culture and Media, Serbia
Tatjana Cvetkovski
Megatrend University, Faculty of Business Studies, Serbia

VISIBLE ELEMENTS OF COVID 19 REPRESENTATIONS: AESTHETICIZATION OF THE CORONAVIRUS' BLACK SUN

Summary: *The paper deals with the Covid 19 iconology research, from the beginning of the pandemic at the end of 2019 to the end of 2021. The task of the paper is to determine the way of creating a visible image of the invisible "enemy" and designing stable collective representations. The paper discusses the relationship between black and white images and color images, as well as the relationship between scientific images and stylized, aestheticized and inaccurate coronavirus representations, which enabled the virus, invisible to the eye, to become conceivable globally. The hypothesis of this paper is that mediated reality is transmitted and shaped through visual symbols and coronavirus representations. Although many authors have given their opinion on the uniformity of the coronavirus icon and hence its adaptability in different contexts, the authors of this paper claim that the basic representations of the virus media circulation is the archetypal symbol of the Sun, specifically the Black Sun. The paper also deals with analysis of the frequency of content through the example of the photography that appears 109 times on the official Government of Serbia internet web page on the Kovid 19 topic, in English, from March 6 2020 to 9 December 2021, and thus, bears different titles and, accordingly, sends different messages. The conclusion of the paper is that the image-icon, the symbol of coronavirus, mainly represents an aestheticized form of real danger and therefore significantly mitigates it, while on the other hand it plays with the archetype of the Sun or Black Sun through its dual nature, i.e. death and transformation.*

Keywords: *Coronavirus, Covid 19, icon, archetype, science, media, symbol, Sun.*

Mediji i sloboda: osnovna pitanja

Divna Vuksanović¹

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti

Posvećeno senima mojih roditelja

DOI: 10.5937/cm17-40660

Sažetak: *Tekst sa stanovišta filozofije medija preispituje odnos između filozofskog tumačenja pojma slobode i mogućnosti njegovog praktikovanja u medijima danas. Poimanje slobode je jedna od centralnih tema celokupnog sveta filozofije, dok su mediji, za filozofsko-kritički pogled našeg vremena, novija oblast istraživanja. O slobodi u medijima neretko se govori kao da je reč o samorazumljivoj pojavi. Najčešće se o njoj raspravlja na osnovu segmentiranih, birokratski artikulisanih „standarda”, koji se uglavnom svode na bezlične brojeke, odnosno relativno proizvoljna, kvantitativna merila. Nereflektovane pretpostavke su, pritom, mnogobrojne: na primer, da je sloboda medija, koja je, svakako, partikularna, makako ona bila definisana, jedan od uslova za slobodu zajednice, iako bi trebalo da važi obratno; jer, sloboda ili nesloboda medija, pa čak i izvesno, u poslednje vreme veoma izraženo, porobljavanje putem medija, simptom su zatečenog stanja u zajednici, a mediji koji su načelno industrija (kako mainstream mediji, tako i internet i društvene mreže) teško mogu doprineti bilo kakvoj ljudskoj emancipaciji, pošto bespogovorno služe velikim korporativnim sistemima i profitu. Uz to, oni su u poslednje vreme u znatnoj meri prožeti aktivnostima veštačke inteligencije, pri čemu su glavni poligon za njenu primenu upravo društvene mreže. Stoga je apsurdno očekivati emancipaciju putem algoritama koji su u savremenim medijima sve češće u upotrebi. Takođe, valja naglasiti da je slobodno novinarstvo takoreći proterano sa medijske scene, ako se izuzmu retki alternativni mediji, koji se sistematski guše i istiskuju iz javnog prostora. I najzad, kako se uopšte može tvrditi da savremeni mediji rade u javnom interesu (pa i za stvar slobode), dok Džulijan Asanž, simbol iznošenja relevantnih činjenica u globalnom prostoru, već deceniju biva zatočen, kao politički zatvorenik ili kriminalac,*

¹ Kontakt sa autorom: vuksanovic.divna@gmail.com

bez dokaza da je, preko portala Vikiliks, iznosio nestine ili poluistine, što vredi i za mnoge druge tragaoce za istnom slične njemu.

Ključne reči: sloboda, mediji, veštačka inteligencija, Asanž, flozofija medija

Izgleda da je pojam slobode, pa tako i određenje koje se vezuje za medijske slobode, neosvojiva tvrđava za ljudsku misao i da se kroz te zidine razum jedva probija. Još je gore, čini se, kada je reč o praktikovanju slobode (u medijima), budući da se nesporazumi gomilaju, dok stvari prilično izmiču kontroli, na šta, primera radi, ukazuje činjenica da se savremeni mediji, u većini teorijskih izlaganja, nekritički tretiraju kao industrija, i da su u ovu sistemsku proizvodnju informacija, slika i senzacija, odnedavno, u povećanom obimu, uključeni algoritmi, odnosno veštačka inteligencija (AI).

Pitanje koje se po sebi nameće jeste – kako je moguće da nove medijske tehnologije brane tzv. „javni interes”, odnosno, čuvaju slobodu govora i izražavanja u medijima, te se angažuju na strani sveopšte emancipacije? Nije li industrijalizovanje gotovo celokupne medijske sfere, koja radi u interesu profita, a ne istine i slobode, a što pogoduje, naposoletku, implementiranju veštačke inteligencije u procese kreiranja i distribuiranja medijskih sadržaja, medije transformisalo i smestilo u polje delovanja koje je izvan i iznad pojedinca, kao i društvene (medijske) zajednice kojoj pripada? Da li su savremeni mediji, u tom slučaju, postali nekakav levijatanski duplikat, vulgarni surogat ideje slobode, u kojoj se sadržinska i etička pitanja prepuštaju, delimično ili u potpunosti, algoritamskim procedurama veštačke inteligencije?

U referentnom okviru tradicionalnog logičkog kvadrata, pojam slobode može se odrediti u odnosu na neslobodu (i obratno), dok je ropstvo, u navedenom kontekstu tumačenja, označeno kao poseban slučaj neslobode, odnosno kao relacija kontradikcije. U tom smislu, ovde ćemo pokušati da naznačimo put kojim savremeni mediji trenutno prolaze, krećući se od polazišta neslobode, potencijalno završavajući u ropstvu. Povrh toga, u tekstu ćemo se poslužiti i metaforom za koju smatramo da predstavlja adekvatan odraz situacije u kojoj su se zatekli savremena (globalna) kultura i njoj sapripadni mediji. Analogija sa metaforom na koju ćemo se ovde pozvati tiče se uspostavljanja odnosa između društva (medija) i neslobode, koja kao svoj krajnji ishod pokazuje ružno lice ropstva.

Reč je o fenomenu „kralja pacova” (*rat king*), metafori koja se, u našem slučaju, odnosi na situaciju u kojoj se nalaze savremeni mediji i koja, zapravo, više potpada pod širi koncept ropstva, nego što koincidra sa neslobodom. Kako bismo istakli ovu specifičnu razliku između neslobode i ropstva, a koja, po našem mišljenju, ilustruje aktuelnu medijsku situaciju globalno uzevši – pre i posle uvođenja veštačke inteligencije u domen delovanja medija (i to ne samo u eksperimentalnoj fazi), navešćemo jedno od popularnih tumačenja pomenutog fenomena, kako bismo plastično objasnili na šta u članku, u stvari, ciljamo. „Kralj pacova” je, naime, signifikator ne za pacova kao jedniku, već za živi organizam koji se sastoji iz većeg broja ovih glodara čije su nožice i repovi tako isprepleteni, da čine jedan entitet. Dakle, ovu pojavu ne određuje pojedinac/institucija/ustanova liderskog tipa, „već klupko od 5-6 ili više životinja čvrsto isprepletenih jedna s drugom repovima i šapama. Zabilježeni su slučajevi povezivanja 50 životinja. 'Rat king' praktično ne može da se kreće i živi isključivo na račun 'ponuda od rodbine'. U isto vrijeme, repovi upletenih životinja su polomljeni, ranjeni, često mrtvi i pomiješani s blatom i materijalom za gniježđenje.”² Ukupno uzevši, ovo je slika jedne polužive/polumrtve simbioze današnjih ljudi, mašina (medija) i kapitala koja ilustruje našu vodeću asocijaciju na preovlađujuću društvenu, odnosno medijsku patologiju i na poseban način shvaćeno ropstvo.

Odnos medija i slobode zavisi, naravno, od toga kako se u osnovi određuju oba ova pojma. Kada je reč o medijima, bar operativno gledano, čini se da je lakše definisati pojam medija, pošto je pri takvom pokušaju, uvek posredi uvid u nekakvo posredovanje (hegelovski gledano, na primer, jezik bi predstavljao prvo apstrahovanje u odnosu na neposrednu čulnu izvesnost/datost). Pritom, ukoliko je to posredovanje tehničkog karaktera, i pretpostavlja (masovno) reprodukovanje, takav vid komunikacijskog delovanja najčešće označavamo kao medijsko. Ako se još tome dodaju i mrežne komunikacije, tada savremeni mediji obuhvataju, osim mas-komunikacija, i mrežno jedan-na-jedan povezivanje i posredovanje. Takođe, pored mogućnosti masovnog i mrežnog posredovanja/komuniciranja, u ova određenja spadaju i alternativni, kritički, zatim gerilski, piratski i slični mediji, kao ona sredstva komuniciranja što deluju u rasponu od građanskog novinarstva, preko blogova, sve do podkasta i drugih modaliteta medijskog (subverzivnog) delovanja.

² Vid. članak: „Fenomen kralja pacova i zanimljive činjenice o ovom fenomenu. Kralj pacova postoji”, na stranici: <https://podarilove.ru/bs/fenomen-krysinogo-korolya-i-interesnye-fakty-ob-etom-yavlenii/>, pristupljeno: 6. 6. 2022.

Uopšteno uzevši, s obzirom na mogućnost veće participacije i demokratičnosti ovih medija (prevashodno s obzirom na njihove tehničke mogućnosti, ali i u smislu prevladavajućeg osećaja da oni načelno pripadaju *demosu*, odnosno da ih građani/ke često sami finansiraju, te proizvode i reprodukuju sadržaje i participiraju u njima), za takve medije vezuje se otvorenost, odsustvo ili minimalna kontrola sadržaja, tj. – veći stepen praktikovanja medijskih sloboda, makako one bile određene. Uvođenjem problematičnih standarda zajednice, kao i tzv. *facktchecker*a, međutim – a, posebno, tokom tzv. pandemije virusa Covid-19 – mnoštvo medijskih platformi delujućih na internetu postaje, takođe, u većoj meri neslobodno, a njihovo neskriveno cenzorsko postupanje krajnje diskutabilno: kako profesionalno, tako i sa stanovišta ličnog morala.

U poseban segment istraživanja svakako spadaju i umetnički mediji, gde je, prema očekivanju, izražen visok stepen slobode, sagledano u kontekstu koincidencije medija i njima odgovarajuće umetničke prakse. Ipak, umetnički mediji imaju poseban status kada je reč o preispitivanju slobode medija, jer ove zadiru u slobode umetničkog izražavanja kao takve i ne podudaraju se sa, za umetnost preuskim načelima slobode informisanja, koja se najčešće vezuje za ostale medije – kako one što spadaju u glavne tokove medijske industrije (*manstream media*), tako i pojave koji se mogu podvesti pod široku definiciju alternativnih medija.

Koliki je značaj slobode medija za današnje vreme govori i činjenica da većina ustava, odnosno najviših pravnih akata savremenih država, sadrži paragrafe o slobodi medija, iako se u praksi oni veoma različito shvataju i primenjuju. Ovo, pre svega, stoga što je poimanje ideje slobode, generalno uzevši, različito u zavisnosti, kako od konteksta tumačenja (filozofskog, povesnog, političkog, etičkog, društveno-ekonomskog, i dr.), tako i njegove primene. S tim u vezi, jasno je sledeće: da, što je više osvojene slobode, u odnosu na kontekst njenog sameravanja, tumačenja i praktikovanja, to znači da postoji i veći broj mogućnosti za medijske slobode – njihovu regulaciju i realizaciju. Intuitivno gledano, čini se sasvim opravdanim da se slobode medija sučeljavaju s opštim pojmom slobode, a da on u sebe uključuje i medijske slobode, kao poseban domen ostvarenja tog pojma. U današnje vreme, međutim, često se medijske slobode interpretiraju kao pretpostavka za sve druge slobode (a pre svega – političke), što nimalo ne iznenađuje, imajući u vidu značaj medija za savremeno društvo.

Za filozofiju medija izuzetno je važno ne samo kako se definišu mediji (bez obzira na njihovu raznolikost), te kako njih same određuje sloboda, već i na

koji način se pojam slobode misli/ tumači, i potom aplicira u medijskoj sferi. Poznato je da povest filozofije slobodu tretira kao jedan od najvažnijih, ako ne i najznačajniji predmet filozofije, dok sama ideja kao da određuje ne samo ovaj univerzalni predmet mišljenja slobode, već i sam put (*methodos*) kojim se filozofija kreće, a to je, što implicitno, što eksplicitno (kod Marksa /Marx/, na primer), kulminiralo u zahtevu za emancipacijom same filozofije, ili u tendenciji oslobađanja (od) filozofije i stvarnosti ujedno. S obzirom na činjenicu da su mediji danas nezaobilazan i takoreći jedna od konstitutivnih dimenzija realnosti, to filozofija medija ima zadatak da detaljno objasni, pre svega na temelju shvatanja slobode kojima njena matična disciplina i povest u kretanju barataju, šta bi značila sama ideja, primenjena na oblast delovanja savremenih medija.

Tema slobode u filozofiji³, interpretirana u modernom smislu reči, vezuje se ponajpre, i to vrlo grubo uzevši, za učenja Kanta (Kant), Hegela (Hegel) i Marksa. Kant je, osim što je čitav svoj sistem kritičke filozofije zasnovao na etici, slobodu tretirao kao jednu od tri regulativne ideje kojima naš um (i to ne samo teorijski, već i praktički) teži. Sloboda, kao regulativna ideja, dakle, usmerava kretanje našeg uma (a koje je svrhovito), što znači da on otvara sebi put ka emancipaciji, i da je, istovremeno, njegovo kretanje emancipacija sama. Hegel, pak, slobodu tretira ne samo kao teorijsko-praktičku, već i povesnu kategoriju. Pojednostavljeno rečeno, povest je onaj medijum kretanja pojma (samosvest, um, duh) u kome se zadobija sloboda; sloboda je, zapravo, realitet uma, a um pretpostavka slobode. Za Marksa je, nadalje, sloboda ne samo povesna kategorija, već su njeni aktuelni dometi rezultat klasne borbe (podsetimo ovde: metafora: rob – gospodar preuzeta je iz Hegelove *Fenomenologije duha*); prevazlaženjem teorijskih postulata na kojima se njena ideja potvrdila, preostalo je da se ona praktično dokaže, u samoj stvarnosti. Otuda Marksova kritika Hegela treba da rezultira revolucionarnim preokretom, što bi istovremeno bila potvrda ideje slobode, ali i njena realizacija u povesnom ključu. Na taj način, Kantova regulativna ideja slobode, a koja se, hegelovski ostvaruje u povesnom (umnom) kontekstu mišljenja, dobija puni značaj u revolucionarnoj izmeni sveta, na

³ Navešćemo ovde, ilustracije radi, jedan od komprimovanih stavova, koji adekvatno opisuje opštu klimu u modernoj filozofiji (posebno kontinentalnoj) koja oblikuje kontekst za razumevanje ideje/pojma slobode: „Sloboda se u filozofiji očituje najprije u tome da za razliku od svih ostalih znanosti ona u svojoj znanstvenosti i sistematičnosti nije uvjetovana ničim izvan same sebe, nema svoj temelj u nečem drugom od sebe, o čemu bi ovisila. Kao što ne pretpostavlja svoj predmet, tako ne pretpostavlja ni svoju metodu.” Igor Mikecín, „Filozofija kao znanost slobode”, *Filozofska istraživanja* br. 161, god. 41, sv. 1, Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb, 2021, str. 36.

temelju klasnih borbi (do konačne pobjede nad buržoazijom i kapitalizmom), kako to efektno sugeriše Marksova 11. teza o Fojebarhu.⁴

Valja primetiti da se sloboda medija danas, nezavisno od toga kako se definiše njen pojam (kao da je to, da naglasimo, samorazumljivo)⁵ ograničava poglavito na tzv. *mainstream* medije (javne servise i gledanje privatne televizije, slušanje radio programe i kredibilnu, odnosno visokotiražnu štampu), te određena uputstva, uglavnom birokratskog karaktera, koja treba da ilustruju kako se mogu ostvariti medijske slobode u društvu koje je građanski (i demokratski) opredeljeno. Sve drugo i različito čita se bilo kao efemerno, ili kao izvesni oblik i stepen zloupotrebe medija. Po našem mišljenju, jedan od osnovnih problema koji se tiče načina utvrđivanja slobode medija odnosi se na njenu uokvirenost građanskim vrednostima koje su, navodno, nesporne i znače proklamovani ili prećutni konsenzus. A to, nadalje, podrazumeva da je sloboda medija unapred ideološki ograničena i da, štaviše, pogoduje građanskoj, odnosno buržoaskoj klasi na vlasti. Sve druge opcije, u pogledu osvajanja slobode kao takve, pa i slobode medija, načelno se ne uzimaju u obzir ili se unapred diskvalifikuju i tretiraju kao suprotnost medijskim slobodama. Ali, da li je uistinu tako?

I dalje, kada je reč o kriterijumima procenjivanja medijskih sloboda, lanac/mreža birokratskih institucija, u rasponu od raznih nevladinih i vladinih organizacija, preko nezavisnih i regulatornih tela, agencija i pojedinačnih eksperata (za monitoring, analize, evaluacije, i sl.), sve do odbora u parlamentu, ministarstava, međunarodnih organizacija za procenu osvojenih sloboda, govore u prilog ideji da se sloboda u medijima, generalno uzevši, procenjuje kvantitativno – a često i proizvoljno, pošto se ona nikako ne može odrediti kao kvantitet; dok je sam pojam slobode, tradicionalno vezan za pitanje istine, zajedno s njom, manje-više proteran sa *mainstream* medijske scene, ili je pretvoren u industrijske procedure proizvodnje i razmene informacija kao robe na tržištu.

⁴ Da podsetimo, čuvena 11. Marksova teza iz 1845. glasi: „Filozofi su svijet samo različito interpretirali, radi se o tome da ga se izmijeni.” Karl Marx, „Teze o Feuerbachu”, u: Marx/Engles, *Rani radovi* (Sedmo izdanje), Naprijed, Zagreb, 1985, str. 339.

⁵ Tako, na primer, K. Nordenstreng (Nordenstreng) smatra da se u zapadnoj tradiciji sloboda štampe obično koristi kao samorazumljiv pojam (*self-evident concept*), odnosno kao deo jedne sveprožimajuće ideologije, a ne racionalne doktrine. Zbog toga je kritika, kako medija tako i „usvojenih” sloboda, neophodna i to, što se pokazuje u njegovom slučaju, kao neka vrsta demonstracije, odnosno pokazne vežbe „dekonstrukcije libertarijskih mitova o slobodi štampe”. Kaarle Nordenstreng, “Liberate (Press) Freedom from Its Ideological Baggage!”, na stranici: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2016-2-page-157.htm>, pristupljeno: 8. 6. 2022.

Dadajmo još i to da je često parametar za određenje medijskih sloboda identifikovan s merilima građanskih sloboda, tako da se sloboda odmerava ne toliko raznolikim sadržajima koji se plasiraju u medijima, već statusom novinarske profesije u društvu, kao i individualnom sudbinom novinara/ki. Progoni, pretnje, hapšenja, ucenjivanja, maltretiranja i ubijanja novinara/ki – a povodom napisane ili izgovorene reči, ili, pak, samo namere da se saopšti istina, indikatori su, primera radi, negativnog određenja slobode u medijima. Takozvane „crne liste” u medijskim kućama ili spiskovi tabuiziranih tema i nepoželjnih glasova u *mainstream* medijima, takođe su pokazatelji gušenja medijskih sloboda i prava na pravovremeno i istinito informisanje. Nesumnjivo, cenzura i, posebno, autocenzura u medijima, te politički motivisani progoni istinoljubivih, pravdoljubivih i slobodoljubivih novinara/ki širom sveta govore u prilog ne samo neslobode medija, već terorisanja onih koji se nisu nekritički priklonili zakonomernostima medijske industrije i standardizovanih izveštavanja koja su robnog karaktera.

Ali, postavlja se pitanje ko (ima pravo da) arbitrira u domenu medijske delatnosti, koji su to kriterijumi (ako se izuzmu kvantitativni parametri što se tiču ubijanja, progona i zlostavljanja novinara/ki) za vrednovanje ostvarenog stepena (*sic!*) medijskih sloboda na određenom geografskom prostoru? U praksi, sloboda medija neretko se artikuliše i prati posredstvom određenih „matrica” koje predstavljaju „alate” za istraživanje i evaluiranje ove oblasti društvenog delovanja.⁶ Analitka (slobode) medija, segmentirana je na pojedine elemente i faze čija realizacija predstavlja indikatore (ostvarenih) sloboda u datom trenutku, na određenom području ispitivanja (grad, region, država). Očito, vladine i nevladine birokratizovane strukture, kako se vidi, o medijima brinu tako što uzroke i efekte njihovog delovanja uklapaju u unapred iscrtane koordinate matričnog mišljenja, koje je obojeno buržoaskim filistarstvom i onom analitikom što ideju i praksu slobode svodi na kolone u upitnicima, ispunjavanje zadatah tabela, i, uopšteno, „dežurstvo” nad emancipatorskim procesima kao da je reč o rastu paradajza, u manje povoljnim ili nepovoljnim klimatskim uslovima.

Prvo što se čini diskutabilnim jeste „stepenovanje” realizovanja medijskih sloboda, najčešće izraženo kvantitativno, tj. u procentuma (a prema kategorijama koje su nedovoljno reflektovane i kontingentne); to, naravno, ništa ne

⁶ Upor., na primer, s tzv. „Matricom slobode medija” – on-line alatka za praćenje stepena medijskih sloboda Građanskih inicijativa. Na stranici: <https://mediji.gradjanske.org/>, pristupljeno: 10.6. 2022.

govori o realnosti, već referiše isključivo na pretpostavljene kriterijume valorizovanja. Slično, postavlja se pitanje i kako je moguće graduelno sameravati medij-sku, pa i bilo koju drugu slobodu, pogotovo ukoliko su pokazatelji vrednovanja nedovoljni da u potpunosti opišu o kojoj i kakvoj vrsti slobode je reč. Već smo ranije napomenuli da je pojam slobode, koja se ovde podrazumeva, ograničenog značenja, i da se tiče, generalno uzevši, buržoaske ideologije, o kojoj ne postoji opšti društveni konsenzus, niti je ona načelno prihvaćena, nego je, silom prilika, nametnuta od strane establišmenta.

U takvoj, ograničenoj slobodi (kao „najboljoj”, od svih mogućih svetova), koja se stepenuje na osnovu prividno nejasnih, ali uistnu precizno uokivrenih kriterijuma koje diktiraju, tzv. eksperti za medijske slobode – a, zapravo, činovnici što promovišu i praktikuju „vrednosti” građanskog društva (pa tako i konzumerizam, na primer), zasnovanoj na kapitalu nastalom iz naknadno legalizovane i racionalizovane pljačke potlačene klase, siromašnih i porobljenih, odnosno kolonijalizovanih – mediji podležu fabrikovanju momenata „slobode” koja je, u stvari, nesloboda. Glavni pokazatelj te neslobode je odsustvo relevantne kritike i problemskog mišljenja u većini današnjih medija, kao i zastrašivanje, zatvaranje i likvidiranje neistomišljenika koji se zalažu za istinu u medijima, kao univezalnu vrednost.

Jedan od najistaknutijih primera odnosa medija prema istini, posmatrano u globalnim okvirima, jeste „slučaj Asanž”. Naime, on je obelodanio suspendovanje gotovo svih, kako građanskih tako i medijskih sloboda, kada se globalni poredak osetio ugroženim, pa primenio represivne mere za odbranu od „instant curenja” (*Wikileaks*) istine. Iako je Asanž (Assange) delovao ne individualno, već preko pomenute platforme „Vikileaks”, i ne kao profesionalni novinar i urednik, već kao posrednik između nas i dokumentovane istine, uhapšen je i zatvoren bez relevantnih dokaza, kao primer koji ukazuje na to kako prolazi stvar medijski plasirane istine u našem vremenu.

„Kada je Asanž bez ičega osim ranca, laptopa i tehničkog znanja otkrio ogromne ratne zločine i kršenja međunarodnog prava od strane SAD, on je tako stvorio model koji je postao opasan za vojne, obaveštajne i vladine krugove. Sumnja se da je upravo zbog toga nemilosrdno proganjan već više od deset godina. A uzbunjivače i novinare – treba zastrašiti”⁷, tvrdi Matijas fon Hajn (von

⁷ Matijas fon Hajn, „Džulijan Asanž je merilo za slobodu štampe”, DW, 18. 5. 2022., na stranici: <https://www.dw.com/sr/d%C5%BEulijan-asan%C5%BE-je-merilo-za-slobodu-%C5%A1tampe/a-61835293>, pristupljeno: 10.6. 2022.

Hein) čiji lični stav prenosi Deutsche Welle (DW). Ovaj asanžovski, alternativni model mišljenja i delovanja u savremenim medijima jeste, zasigurno, sinonim za emancipaciju i iznošenje istine u oblasti medija, jer „Wikileaks je ukupno objavio više od deset miliona tajnih dokumenata. Nikada nije bilo sumnje u njihovu autentičnost.”⁸ Iako, navodno, Zapadni političari, kao i njihove prateće nomenklature, s pravom osuđuju kršenja zagarantovanih ljudskih prava, u isto vreme dešava se „da li namerno ili ne”, da „konstantno previđaju sopstvena. To je ono što boli. I to ima svoje ime: Džulijan Asanž.”⁹

Slično, istraživačka novinarka Stefaniya Maurici (Maurizi), u kontekstu dijaloga koji su vođeni u Filozofskom teatru na temu: „Sloboda medija i uzbunjivači”, a povodom Asanža s kojim je saradivala, konstatuje sledeće: „Ovo je mi ili oni. Moraju da poštuju zakone, ljudska prava i sve što mi poštujemo... Slučaj Asanž je veliki skandal. Neprihvatljivo je u demokratiji da neko ko objavljuje informacije u javnom interesu završi u zatvoru. To se dešava pritom u Londonu, a ne u Severnoj Koreji. Mora se srušiti slučaj protiv Asanža! Ako ne, posle njega smo svi mi.”¹⁰

Drugim rečima „slučaj Asanž”, kao i mnogi drugi njemu slični, manifestuje kako neslobodu izražavanja u medijima, tako i realnu građansku neslobodu, što znači ne samo zabranu istraživanja i objavljivanja istine u medijima, već i osudu, zatvaranje i maltretiranje novinara/ki, urednika/ca, uzbunjivača/čica od strane onih institucija koje bi trebalo da rade u javnom interesu, a ne samo za račun vladajuće klase i aparature sile kojom ona raspolaže. *Summa summarum*, slučaj Asanž demonstrirao je odsustvo ljudskih prava i sloboda u globalnom medijskom, ali i realnom prostoru. Time je, ujedno, kako stoji u autorskom tekstu koji je objavio Gardijan, a potpisao Slavoj Žižek (Žižek), „razbio mit o Zapadnoj slobodi.”¹¹

Naporedo s ubijanjem, zatvaranjem i zlostavljanjem novinara/ki, te, reklo bi se, uobičajenom cenzurom u elektronskim i štampanim medijima – koja se najčešće odnosi na nepropusnost onih sadržaja što dovode u pitanje vladajući

⁸ Isto.

⁹ Isto.

¹⁰ „Odbrana uzbunjivača – odbrana prava na istinu”, SEECult.org, na stranici: <http://www.seecult.org/vest/odbrana-uzbunjivaca-odbrana-prava-na-istinu>, pristupljeno: 9. 6. 2022.

¹¹ Slavoj Žižek, “How WikiLeaks open our eyes to the illusion of freedom”, The Guardian, 19. Jun, 2014, na stranici: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jun/19/hypocrisy-freedom-julian-assange-wikileaks>, pristupljeno: 10.6.2022.

režim mišljenja, bilo da ga određuju političari, korporacije ili i jedni i drugi – u novije vreme i internet, koji je nekada važio kao pojam „demokracije”, postaje poprište informatičkih ratova, odnosno mesto cenzure, kako kada je reč o pojedincima, tako i čitavim društvenim zajednicama, aktivnim na mreži. Međutim, umesto klasičnih cenzorskih poteza, uloga filtriranja sadržaja prepuštena je isprva mrežnim administratorima, na osnovu prethodno utvrđenih standarda zajednice, i to, uglavnom, po prijavama korisnika/ca. Osim ekstremnih (recimo rasističkih) sadržaja prisutnih na mrežama, pozivanja na nasilje ili pornografiju (čak i kada je reč o prosuđivanju umetničkih dela – aktova, na primer), cenzura od strane tehnološko-medijskih giganta kao što su pretraživač Google, ili društvene mreže Facebook i Twitter, te platforma YouTube, recimo, do pre nekoliko godina nije bila preterano upadljiva.

Dva su događaja novijeg datuma, po našem mišljenju, presudno uticala na jačanje cenzure na internetu, odnosno vrlo striktno ograničavanje sloboda izražavanja u digitalnom mrežnom prostoru. Prvi se ticao izbora u SAD, tj. ličnosti bivšeg predsednika Donalda Trampa (Trump), čiji je nalog promptno obrisano sa društvene mreže Twitter tokom januara 2021. godine, slično kao i Facebook profili pokreta Q, što ga je podržavao, ne samo u Americi, već i širom sveta. Ovakve cenzorske poteze High-tech kompanija pravdane su bezbednosnim razlozima. Druga tačka preokreta ticala se funkcionisanja medija, a, pre svega, društvenih mreža, tokom pandemije Covida-19, kada se, prema shvatanju vlasnika i izvršnih direktora tih kompanija, kao što je, primera radi, Cukerberg (Zuckerberg), mnoštvo tzv. lažnih vesti (fake news) širilo internetom. U svrhu preveniranja generisanja i širenja lažnih vesti na društvenim mrežama, formirani su timovi tzv. fakt-čekera (Fact Checker), čiji je osnovni zadatak bio da, prema vlastitoj proceni, eliminišu, pokrivaju (zatamnjuju), odnosno obeležavaju i izopštavaju lažne vesti i profile sa društvenih mreža.

S tim u vezi, postavlja se pitanje ne samo stručnosti, moralne ispravnosti i tzv. „političke korektnosti” prema kojoj se upravljaju cenzori (što su isprva bili uglavnom novinari/ke, a kasnije i algoritmi koji rade za korporacije), nego i nereflaktovanih, a uveliko uvedenih procedura cenzurisanja koje su bitno sprečavale slobodni protok i razmenu informacija u digitalnom okruženju. Podsetimo se, kontekstualizacije radi, šta je, prema sažetim interpretacijama naših savremenika, govorio Džon Stjuart Mil (Mill), pre oko vek i po, o odnosu slobode i cenzure. On je, naime, još tada smatrao da savremeno društvo (evropsko, ame-

ričko, itd.) ima bolji pristup informacijama nego ranije; njihov je broj, tvrdio je, bio daleko veći, što upućuje na činjenicu da je i opseg mišljenja bio znatno širi nego u prethodnim vremenima. Nasuprot tome, međutim, Mil konstatuje za svoje vreme – da je postojala ozbiljna cenzura, što namerna, što nenamerna. Govoreći o slobodi mišljenja, filozof insistira na njenom protivstavljanju u odnosu na one savremene pravne i kulturalne snage koje promovišu cenzuru.¹²

Prema našem uverenju, a shodno filozofskoj i svakoj drugoj promišljenoj ideji slobode (pa i onoj medijskoj), koja izmiče partikularnim klasnim interesima i teži univerzalnosti, Milove intuicije i stavovi o slobodi i danas su aktuelni i mogu se, uz neznatne korekcije i dopune, primeniti na aktuelnu, globalnu medijsku scenu. Jer, prvobitna opšteprihvaćena iluzija o slobodi i demokratičnosti interneta i društvenih mreža (doduše, tehničkoj), uglavnom kreirana u poređenju s tzv. tradicionalnim mas-medijima, danas je gotovo u potpunosti razbijena, u težnji da se ovaj prostor pretvori u kontrolisane mrežne transakcije. Otuda je nekolicina vlasnika i menadžera najpopularnijih društvenih mreža i platformi (ne svih, naravno), pokušavajući da poveća nadzor, kontrolu, odnosno moderaciju, usvojila i uveliko primenjuje automatizovane procedure suzbijanja onih aktivnosti koje su, po njihovom shvatanju, sporne i nepoželjne.

U okvirima OSCE (Organization for Security and Co-operation in Europe / Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju), tj. svetske međuvladine organizacije koja se bavi pitanjima bezbednosti, u nekoliko navrata raspravljalo se o aktuelnoj upotrebi veštačke inteligencije u medijima, odnosno u digitalnom okruženju, kao i mogućim reperkusijama po slobodu izražavanja i pluralizam razlika čije je prisustvo poželjno u medijima. Jedan od novijih projekata iz 2021. godine, pod nazivom: „Veštačka inteligencija i sloboda izražavanja u fokusu” (SAIFE), čiji su rezultati publikovani u „Priručniku za razvoj politika”, uglavnom afirmiše mogući uticaj veštačke inteligencije na korisnike/ce medijskih sadržaja na internetu, uz blago iskazanu rezervu da stavovi koji slede izražavaju mišljenje pojednaca, kao i određenih država i institucija, a ne organizacije u celini.

U pomenutom priručniku, o veštačkoj inteligenciji koja se upotrebljava u digitalnim medijima govori se kao o „alatu”, i to sa četiri glavna aspekta tumačenja: u kontekstu bezbednosti, zatim otkrivanja i suzbijanja „govora mržnje”,

¹² Vid. Christopher Caldwell, Delilah Caldwell, “Censorship, Liberty & The Media: Delilah and Chris Caldwell talk freely about the freedom of information for Mill”, na stranici: https://philosophynow.org/issues/76/Censorship_Liberty_and_The_Media, pristupljeno: 11. 6. 2022.

nadalje, iz ugla priređivanja i deljenja medijskih sadržaja (pluralizam), kao i s obzirom na praćenje.¹³ Za potrebe našeg preispitivanja, posebno su zanimljivi delovi koji se tiču veštačke inteligencije kao činioca obezbeđivanja pluralističkog pristupa u medijima (što je, po našem mišljenju, apsurdno po sebi, jer je reč ne samo o tehničkoj, nego i o robnoj unifikaciji), kao i praćenja koje je naročito problematično, a posebno u domenu privatnosti, odnosno intimnih sadržaja korisnika/ca.

„Raznovrsnost i medijski pluralizam predstavljaju okosnicu demokratskih principa na čiji kvalitet utiče porast dominantnih internet posrednika i njihov uticaj na javni diskurs. Internet posrednici, pre svega društvene mreže, postali su značajan izvor, tačka pristupa i ključni distributer informacija, uključujući i sadržaja vesti. Širenje informacija, i, sve veća, agregacija se prevashodno dešava preko algoritma za priređivanje i deljenje sadržaja i sistema za preporuke. Korišćenjem optimizacije i analize ljudskih i neljudskih agenata, ovi sistemi 'dostavljaju' personalizovan sadržaj upodobljen pojedinačnim profilima, što dovodi do vrste i količine sadržaja kome je svaki pojedinac izložen. Sistemi za preporuku sadržaja, koji rangiraju sadržaj da utvrde šta se predstavlja pojedinačnim korisnicima, utiču na slobodu pojedinaca da traže i šire informacije, kao i na opšti informativni pejzaž i medijske slobode.”¹⁴

Razume se, ovaj „informativni pejzaž” nije vrednosno neutralan, već je u rukama korporacija (tj. krupnih kapitalista); uz to je, naravno, visokoprofitabilan, a dizajniraju ga i moderiraju, kako algoritmi, tako i njihovi kreatori, bitno utičući, pritom, na oblikovanje mišljenja i osećanja korisnika/ca, kao i na njihovo donošenje odluka. U priručniku se, s ovim u vezi, postavlja pitanje: „Gde leži odgovornost u definisanju i primeni politika za uspostavljanje prioriteta i kodifikaciju medijskog pluralizma i raznovrsnosti u eri digitalnog informisanja?”¹⁵

U segmentu priručnika koji se bavi „praćenjem” korisnika/ca, odnosno njihovih afiniteta koji utiču na plasiranje onih sadržaja koji će, prema algoritamskim proračunima, biti verovatno konzumirani, sudeći po prikupljenim podacima i istraženim potrebama od strane veštačke inteligencije, te dizajniranju odgovarajuće ponude, strogo se razlikuje, posmatrano sa stanovišta zaštite

¹³ Priručnik za razvoj politika – OSCE, pdf, str. 15.

¹⁴ Isto, str. 56.

¹⁵ Isto, str. 57.

korisnika/ca, unutrašnja od spoljašnje dimenzije prava na slobodu mišljenja.¹⁶ Opasnost preuzimanja, korišćenja, pa čak i prodaje ličnih podataka, iako je reč o nelegalnim radnjama, predstavlja jednu od prepoznatih realnih pretnji i ugrožavanje osnovnih prava i sloboda korisnika/ca. „Poslovni modeli velikih onlajn platformi za prikupljanje podataka omogućavaju industriji oglašavanja da razvije ili da se osloni na strategije targetiranja zasnovane na podacima. Kroz ovaj pristup, kompanije identifikuju i iskorišćavaju obrasce ponašanja i karakteristike ljudi ili zajednica. Krovni termin koji pokriva ove manipulativne tehnike je 'oglašavanje zasnovano na praćenju', shvaćeno kao opšti termin za digitalno oglašavanje koje targetira pojedince ili grupe, uglavnom kroz praćenje i profilisanje na osnovu ličnih podataka.”¹⁷

Naravno, praćenje o kome je reč ne odvija se samo u funkciji oglašavanja koje posreduju *Big Tech* kompanje, već ono omogućava, putem delovanja veštačke inteligencije, uvid u privatnost i lične podatke, pa je tako moderna koncepcija slobode – primenjivana od doba prosvetiteljstva do danas, najpre nekritički redukovana na ograničenu slobodu mišljenja i korisničkog ponašanja u novim medijima, da bi se na kraju svela na „pravo da naše misli i mnjenja ostanu u domenu privatnosti” (*The Right to Keep Our Thoughts and Opinions Private*).¹⁸

Isprva, kako tvrdi Dženifer Kob (Cobbe) u članku pod nazivom: „Algorithmic Censorship by Social Platforms: Power and Resistance” („Algoritamska cenzura na socijalnim platformama: Moć i otpor”), mnoge društvene platforme usvojile su pristup bez intervencija u pogledu sadržaja (“hands-off approach”) i tako promovisale prednost povezivanja ljudi, deljenja informacija i slobodne razmene ideja i gledišta.¹⁹ I danas Fejsbukova „izjava o misiji” kompanije, glasi:

¹⁶ „Međunarodni okvir ljudskih prava pravi razliku između unutrašnje i spoljašnje dimenzije prava na slobodu mišljenja. Dok spoljašnja dimenzija ovog prava može da bude podložna legitimnim, proporcionalnim i nediskriminatorskim ograničenjima koja su neophodna u demokratskom društvu, unutrašnja dimenzija slobode mišljenja, takozvani forum internum, je apsolutna i od nje se ne može odstupiti”, tvrdi se povodom mogućih ograničenja prava i sloboda na internetu, a u vezi pitanja „praćenja.” Isto, str. 79.

¹⁷ Isto, str. 80.

¹⁸ “The promise of knowing what we think and how we think is one of the selling points of the data economy.” Susie Alegre, *Protecting Freedom of Thought in the Digital Age*, Centre for International Governance Innovation, Policy Brief No. 165 – May 2021, str. 3, pdf.

¹⁹ Jennifer Cobbe, “Algorithmic Censorship by Social Platforms: Power and Resistance”, na stranici: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13347-020-00429-0>, pristupljeno: 12. 6. 2022.

„Dati ljudima moć da grade zajednice i povežu svet.”²⁰ Jasno je, pritom, da se ovde moć pominje u kontekstu koji referiše na obične ljude, tj. korisnike/ce koji/e čine Facebook globalnu zajednicu. Da li to praksa potvrđuje?

Kako je vreme proticalo, međutim, vodeći ljudi najvećih kompanija koje posluju u oblasti digitalnih komunikacija u konkretnim uslovima menjali su početnu misiju i vizije, okrećući se gotovo u potpunosti komercijalnim svrhama. Takođe, neki su učestvovali u skandalima prodaje informacija o svojim korisnicima, i to velikih razmera. Povrh toga, u sve većoj meri nekritički su prihvatili ideju da je moderiranje sadržaja u nekom obliku poželjno, i to iz raznih razloga, među kojima su naistaknutiji – da treba zaštititi korisnike jedne od drugih i ukloniti sa mreža i platformi one sadržaje koji su uvredljivi, nezakoniti, i tsl.

Pored zloupotreba koje se tiču prodaje informacija o korisnicima, jačanja novih oblika cenzure, nepropusnosti *mainstream* medija i većine društvenih mreža za stvari istine, progona istaknutih pojedinaca koji se zalažu za činjenice i javni interes, bez obzira na političke i egzistencijalne posledice po njih, njihove porodice i one koji ih podržavaju, veštačka inteligencija, koja je na prvi pogled „poslušna” i neutralna, zauzimajući sve veći prostor u medijima, obavlja ostatak posla za korporacije i time medije u sve većoj meri otuđuje od njihovih prvobitnih funkcija, pretvarajući ih, povrh eksploatacije podataka, u alatku za nadziranje i kontrolu. To je, naravno, put neslobode, koji vremenom može prerasti u ropstvo. No, ovaj novi vid ropstva trebalo bi ne samo da bude potpomognut veštačkom inteligencijom, već bi on, uz to, bio dobrovoljnog karaktera, o čemu, primera radi, svedoči nedavno osnovana politička stranka u Danskoj kojom upravlja veštačka inteligencija (*Synthetic Party*), a koju usmerava umetnička grupa u svrhu kandidature za opšte izbore 2023. godine. I u slučaju ove partije, mediji su predviđeni kao glavni i jedini posrednici delovanja, a interakcija sa korisnicima, odnosno biračkim telom, odvijala bi se preko agenata, tj. čet-botova (*chatbots*).²¹

Vredi, naposletku, pomenuti i sintagmu 'digitalno ropstvo', aktuelnu u kritički intoniranoj literaturi o medijima; ona nije samo puka metafora za savremene procese porobljavanja tehničkim sredstvima, a koji stoje nasuprot emancipaciji, nego je, uistinu, jednim delom naša stvarnost, rukovođena intere-

²⁰ Fejsbuk je osnovan 2004.godine. Od tada, njegova misija, na koju se vlasnik javno obavezao, doslovno glasi: “Facebook’s mission is to give people the power to build community and bring the world closer together.”

²¹ Vid. „Could next party in Danish parliament be led by AI?”, U: The Lokal (dk), 4 August 2022., na stranici: <https://www.thelocal.dk/20220804/danish-ai-driven-political-party-eyes-parliament/>, pristupljeno: 13. 8. 2022.

sima kapitala. U tom kontekstu posmatrano, dosadašnji model funkcionisanja *mainstream* medija, interneta i društvenih mreža neodrživ je, pošto je propadanje, poput gnezda „kraljevskog pacova”, povezano sa verovatno poslednjom fazom odbrane kapitalizma. Ipak, momente neslobode, s naznakama ropstva, koje sada živimo, moguće je problemski rasvetliti, odnosno ukazati na njihove temeljne nedostake, kako bi stvari krenule, za većinu građana/ki, u poželjnom pravcu. Filozofija medija delimično na sebe preuzima ovaj zadatak, kao deo jedne moguće systemske kritike današnjeg (globalnog) društva, koja je svakako neophodna, u smislu refleksije i podstreka budućeg kako tehnološkog i medijskog, tako i socio-ekonomskog razvoja vođenog idejama opšteg dobra, istine, pravde i slobode.

Literatura

(Odabrana bibliografija sa netografijom)

- „Odbrana uzbunjivača – odbrana prava na istinu”, SEEcult.org, na stranici: <http://www.seecult.org/vest/odbrana-uzbunjivaca-odbrana-prava-na-istinu>. Posećeno: 1. XII 2022.
- „Could next party in Danish parliament be led by AI?”, U: The Lokal (dk), 4 August 2022., na stranici: <https://www.thelokal.dk/20220804/danish-ai-driven-political-party-eyes-parliament/>.
- „Fenomen kralja pacova i zanimljive činjenice o ovom fenomenu. Kralj pacova postoji”, na stranici: <https://podarilove.ru/bs/fenomen-krysinogo-korolya-i-interesnye-fakty-ob-etom-yavlenii/>. Posećeno: 1. XII 2022.
- Alegre, S., Protecting Freedom of Thought in the Digital Age, Centre for International Governance Innovation, Policy Brief No. 165 – May 2021, pdf.
- Caldwell, Ch, and D., “Censorship, Liberty & The Media: Delilah and Chris Caldwell talk freely about the freedom of information for Mill”, na stranici: https://philosophynow.org/issues/76/Censorship_Liberty_and_The_Media. Posećeno: 1. XII 2022.
- Cobbe, J., “Algorithmic Censorship by Social Platforms: Power and Resistance”, na stranici: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13347-020-00429-0>. Posećeno: 1. XII 2022.

- Hajn, M., „Džulijan Asanž je merilo za slobodu štampe”, DW, 18. 5. 2022., na stranici: <https://www.dw.com/sr/d%C5%BEulijan-asan%C5%BE-je-merilo-za-slobodu-%C5%A1tampe/a-61835293>. Posećeno: 1. XII 2022.
<https://mediji.gradjanske.org/>. Posećeno: 1. XII 2022.
- Marx, K., „Teze o Feuerbachu”, u: Marx/Engles, *Rani radovi* (Sedmo izdanje), Naprijed, Zagreb, 1985.
- Mikecin, I., „Filozofija kao znanost slobode”, *Filozofska istraživanja* br. 161, god. 41, sv. 1, Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb, 2021.
- Nordenstreng, K., “Liberate (Press) Freedom from Its Ideological Baggage!”, na stranici: <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2016-2-page-157.htm>. Posećeno: 1. XII 2022.
- Priručnik za razvoj politika – OSCE, pdf. Posećeno: 1. XII 2022.
- Žižek, S. “How WikiLeaks open our eyes to the illusion of freedom”, *The Guardian*, 19. Jun, 2014, na stranici: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jun/19/hypocrisy-freedom-julian-assange-wikileaks>. Posećeno: 1. XII 2022.

Divna Vuksanović

University of Arts in Belgrade, Faculty of Dramatic Arts

MEDIA AND FREEDOM: BASIC ISSUES

Summary: *The text problematizes, from the perspective of media philosophy, the relationship between the philosophical concept of freedom and the possibility of practicing freedom today in the media. The concept of freedom is one of the central themes of all philosophy, while the media is a newer field of research in philosophical-critical thought. Freedom in the media, which we propose in our article, is understood as a self-evident phenomenon. It is mostly spoken of on the basis of segmented, bureaucratically articulated “standards” that are often reduced to numbers, that is, quantitative criteria. Modern media, which are primarily an industry (mainstream media, Internet, and social networks), and thus quantification, can also hardly contribute to any kind of human emancipation, since they unquestionably serve profit, i.e., large corporate systems. Moreover, they have recently been significantly infused with artificial intelligence, and social networks are the main training ground for its use. Therefore, it is absurd to expect emancipation through algorithms, which are increasingly used in modern media. It should also be emphasized that free journalism has been banished from the media scene, so to speak, if we exclude the few alternative media that are being systematically pushed out of the public sphere. After all, how can modern media be said to be working in the public interest (even for freedom), and Julian Assange, a symbol of the presentation of relevant facts in the global media space, has been imprisoned for a decade as a political prisoner or criminal, similar to many others, less known, like him?*

Keywords: *freedom, media, artificial intelligence, Assange, philosophy of media*

Sloboda izražavanja ili povreda časti i ugleda?

Sanja Savčić¹

Univerzitet u Novom Sadu, Pravni fakultet

Bojan Pajić

Univerzitet u Novom Sadu, Pravni fakultet

DOL: 10.5937/cm17-34621

Sažetak: U prirodi ljudskih jedinki jeste potreba za međusobnom razmenom informacija, ideja, mišljenja, znanja. Jednom rečju, potreba za komunikacijom. Nije preterano ni ako bismo komunikaciji pripisali mnogo snažniju funkciju u modernom društvu. Ona predstavlja osnov povezivanja pojedinaca, grupa, pa čak i društvenih zajednica. Komunikacija je, uz to, i nužno sredstvo civilizacijskih dostignuća (kao razmena znanja i ideja), ali i društvenih i političkih promena. Iako komunikacija nije proces svojstven samo modernom društvu, nesumnjivo da je njen eksplozivni značaj u XXI veku u neposrednoj vezi sa pojavom Interneta i, posebno, različitih internet platformi putem kojih se ona odvija na brz, a pri tom i jeftin način. Još važnije, informacije koje se razmenjuju putem Interneta istovremeno mogu da budu saznate od strane milionskog auditorijuma. Poseban značaj u ovom procesu ekspanzije internetske komunikacije svakako pripada i brojnim društvenim mrežama. Među njima su svakako najpopularniji Facebook, Instagram, Twitter, TikTok. Danas skoro da nema korisnika Interneta koji nije istovremeno korisnik i neke od planetarno popularnih društvenih mreža.

Osim prednosti komunikacije u digitalnom okruženju i činjenice da je internet učinio svakodnevni život mnogo komfornijim, nova era u komunikaciji je ponovo otvorila pitanje gde je granica između slobode izražavanja i povrede prava, ali i ko snosi odgovornost za učinjenu povredu. Iako se na prvi mah može učiniti da je pravna nauka odavno dala odgovor na postavljena pitanja, ovaj rad ima za cilj da, analizom sudske prakse Evropskog suda za ljudska prava i domaćih sudova, ukaže upravo na to da nedovoljno izgrađen pravni okvir komunikacije putem interneta može ugroziti naizgled čvrste pravne tekovine, posebno kada je reč o osnovnim pravima čoveka i građanina. Posebnu pažnju posvećujemo pravu na dostojanstvo ličnosti, odnosno čast i ugled. Nakon

¹ Kontakt sa autorima: s.savcic@pf.uns.ac.rs

analize sudske prakse, iznećemo kriterijume razgraničenja slobode izražavanja i povrede prava na dostojanstvo, kojima se obezbeđuje neophodna pravna sigurnost, posebno u vremenu dominantne komunikacije putem interneta.

Ključne reči: *sloboda izražavanja, dostojanstvo ličnosti, povreda prava na dostojanstvo, čast i ugled, mediji, društvene mreže*

Uvodna razmatranja o slobodi izražavanja i pravu na dostojanstvo ličnosti u pozitivnom pravu Republike Srbije

Ustav Republike Srbije², kao najviši pravni akt ove zemlje, u članu 23, stav 1 garantuje nepovredivost ljudskog dostojanstva, naglašavajući obavezu svih da ga poštuju i štite.³ Zakon o obligacionim odnosima u članu 200 stav 1⁴ sankcioniše narušavanje dostojanstva ličnosti opredeljući pravo svakog lica na naknadu štete za pretrpljene duševne bolove zbog povrede ugleda i časti. Uočavamo da Ustav, koji je stupio na snagu gotovo tri decenije nakon ZOO-a, ne prepoznaje separatne kategorije časti (koja predstavlja unutrašnji doživljaj subjekta o položaju koji uživa u društvenoj zajednici) i ugleda (koji nije ništa drugo nego dominantni stav zajednice o statusu pomenutog subjekta u njoj), već zauzima integralističku poziciju i obe kategorije, po svoj prilici, podvodi pod termin „dostojanstvo”. Legitimno je pitanje da li je baš tako ili govorimo o kategorijama koje su slične, ali između njih ipak može da se istakne jasna distinkcija. Primera radi, u slučaju teških povreda nekog lica, čija je nemogućnost kretanja izazvana štetnom radnjom neke druge osobe, teško da možemo govoriti o dostojanstvenom životu oštećenog, ali, istovremeno, takvom licu uopšte ne moraju biti redukovani ni ugled ni čast.

Sudovi u Srbiji su zauzimanjem čvrstog stava da se ima smatrati da su ugled i čast dva integralna sastojka ljudskog dostojanstva razrešili ovu terminološko – pravnu dilemu. Presude Apelacionog suda u Novom Sadu Gž. 404/12 od 24.05.2012. i Vrhovnog kasacionog suda Rev. 2163/17 od 24.05.2018. trasirale su sudsku praksu u pravcu ovakvog razmišljanja.

² Ustav Republike Srbije, „Sl. glasnik RS”, br. 98/2006

³ „Ljudsko dostojanstvo je neprikosnoveno i svi su dužni da ga poštuju i štite” – Ustav Srbije, član 23, stav 1, „Sl. glasnik RS”, br. 98/2006

⁴ Zakon o obligacionim odnosima, Sl. list SFRJ”, br. 29/78, 39/85, 45/89 – odluka USJ i 57/89, „Sl. list SRJ”, br. 31/93, „Sl. list SCG”, br. 1/2003 – Ustavna povelja i „Sl. glasnik RS”, br. 18/2020

U navedenoj presudi Apelacionog suda se ističe: „Imajući u vidu da su čast i ugled moralne vrednosne kategorije i komponente ličnosti koje kumulativno čine ljudsko dostojanstvo (čija je neprikosновенost garantovana članom 23 Ustava Republike Srbije) povreda obe vrednosne kategorije tužiočeve ličnosti izazvala je trpljenje jedinstvenih duševnih bolova, koji kao takvi, po slovu zakona predstavljaju osnov za naknadu nematerijalne štete”. Ova presuda je i u duhu dugogodišnje prakse naših sudova koji ne dozvoljavaju da se u parničnim postupcima za naknadu nematerijalne štete zahteva separata odgovornost štetnika samo za povredu časti ili isključivo zbog povrede ugleda. Kumulativno obuhvatanje obe kategorije jednom tužbom u parničnom postupku je imperativ. Nakon donošenja pomenute presude Apelacionog suda u Novom Sadu i Zakon o javnom informisanju i medijima⁵ u članu 79 stav 1 podržava stav suda i dodatno proširuje kategoriju dostojanstva pojmom pijeteta⁶: „Dostojanstvo ličnosti (čast, ugled, odnosno pijetet) lica na koje se odnosi informacija pravno je zaštićeno”.

Nakon što smo utvrdili pojam dostojanstva, koji je i u samom Ustavu pozicioniran u odeljku kojim se regulišu ljudska prava i slobode, pa pravo na dostojanstvo imamo smatrati jednim od osnovnih ljudskih prava (Orlović, S., 2019) za potrebe ovog rada citiraćemo i član 46 stavove 1 i 2 Ustava Republike⁷ kojim se jemče sloboda mišljenja i izražavanja: „Jemči se sloboda mišljenja i izražavanja, kao i sloboda da se govorom, pisanjem, slikom ili na drugi način traže, primaju i šire obaveštenja i ideje. Sloboda izražavanja može se zakonom ograničiti, ako je to *neophodno radi zaštite prava i ugleda drugih*, čuvanja autoriteta i nepristrasnosti suda i zaštite javnog zdravlja, morala demokratskog društva i nacionalne bezbednosti Republike Srbije.”⁸

Ovaj rad daće odgovore na nekoliko pitanja. Da li povreda ugleda i časti, odnosno dostojanstva učinjena putem štampanih ili elektronskih medija (ra-

⁵ Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS”, br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016 – autentično tumačenje

⁶ Pijetet predstavlja osećanje dubokog poštovanja, zahvalnosti i odanosti prema nekome ili nečemu; izražavanje, ispoljavanje takvog osećanja, odnosno pobožno poštovanje pokojnika – pogledati u: Ivan Klajn – Milan Šipka, Veliki rečnik stranih reči i izraza, treće dopunjeno i ispravljeno izdanje, Novi Sad: Prometej, 2008

⁷ Ustav RS

⁸ Detaljnije o ograničenju slobode izražavanja radi zaštite ugleda i časti drugih upućujemo na doktorsku disertaciju Jelene Surčulije Milojević pod nazivom „Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima i medijskim zakonodavstvom Republike Srbije”, odbranjene na Pravnom fakultetu Univerziteta u Beogradu, a dostupna u bazi Nardus, <https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/6739/Disertacija4887.pdf?sequence=6&isAllowed=y>, 26. jun 2022.

dija i televizije) može biti upodobljena sa povredom putem interneta (portala, podcastova, you tube kanala ili društvenih mreža)? U kom trenutku izražavanje, čija je sloboda garantovana najvišim pravnim aktom, može prerasti u povredu prava na dostojanstvo ličnosti, takođe zaštićeno Ustavom? Da li sva lica uživaju isti stepen zaštite, ili su neka obavezna da demonstriraju viši stepen tolerancije na povredu dostojanstva putem interneta?

Odgovor na prvo pitanje je, čini nam se i najlakši. Nikakve dileme nema da je praksa sudova, koji naknadu nematerijalne štete zbog povrede dostojanstva (odnosno ugleda i časti) dimenzioniraju na višem nivou ukoliko je štetna radnja učinjena putem štampanih i elektronskih medija, nego kada je do povrede došlo iznošenjem neistinitih iskaza (klevetom) ili iznošenjem činjenica na po-drugljiv način (uvredom) u uskom krugu lica – ispravna.

Notorna je činjenica da će ugled neke osobe biti drastičnije narušen ukoliko su klevetnički i uvredljivi navodi izrečeni pred milionskim auditorijumom ili pisanim putem dati na uvid stotinama hiljada čitalaca novina, nego ako su izgovoreni za kafanskim stolom ili pijačnom tezgom, a prema članu 230 stav 4 Zakona o parničnom postupku,⁹ činjenice koje su opštepoznate se ne dokazuju. Notornom se može smatrati i okolnost da se uticaj pojedinih *you tube* kanala čiji prilozii dostižu više miliona pregleda, portala kod kojih broj poseta višestruko premašuje tiraž dnevnih listova, kao i pojedinih korisnika društvenih mreža koji imaju stotine hiljada pratilaca može smatrati ekvivaletnim uticaju koje imaju elektronski i štampani mediji, odnosno, taj uticaj često može biti i veći, sa stanovišta broja konzumenata sadržaja plasiranih putem interneta. Samim tim i obim nematerijalne štete koja se posredstvom internet platformi može naneti nekom subjektu često može biti upodobljen srazmeri povrede učinjene putem klasičnih medija, odnosno, kvantitativno nadmašiti istu.¹⁰

⁹ Zakon o parničnom postupku, Sl. glasnik RS”, br. 72/2011, 49/2013 – odluka US, 74/2013 – odluka US, 55/2014, 87/2018 i 18/2020

¹⁰ Prema čl. 200, st. 1 ZOO, Za pretrpljene fizičke bolove, za pretrpljene duševne bolove zbog umanjenja životne aktivnosti, naruženosti, povrede ugleda, časti, slobode ili prava ličnosti, smrti bliskog lica kao i za strah sud će, ako nađe da okolnosti slučaja, a naročito jačina bolova i straha i njihovo trajanje to opravdava, dosuditi pravičnu novčanu naknadu, nezavisno od naknade materijalne štete kao i u njenom odsustvu.

Granica između slobode izražavanja i prava na dostojanstvo (javne) ličnosti u praksi Evropskog suda za ljudska prava

Najkompleksnije pitanje odnosa između prava na slobodu izražavanja i povrede prava na dostojanstvo ličnosti vezano je za položaj javnih ličnosti¹¹, u odnosu na koje postoji opšti interes javnosti da bude detaljno informisana o njihovom radu, pogotovo ukoliko se radi o funkcionerima jedne od tri grane vlasti koji raspolažu budžetskim sredstvima, odnosno, obavljaju delatnost od javnog interesa. S obzirom na to da se povreda prava razlikuje od slučaja do slučaja, nemoguće je povući egzaktnu granicu u nekom pravnom propisu, pa zbog toga sudovi cene, od slučaja do slučaja, u kojoj situaciji je političar bio izložen osnovanoj kritici, koja je gruba, ali legitimna, a kada je njegovo pravo na dostojanstvo nečijim iskazom povređeno.¹²

Evropski sud za ljudska prava je u stavu 42 presude *Lingens vs Austria*¹³, odlučujući o žalbi novinara Petera Lingensa (koga su austrijski sudovi kaznili zbog oštih kritika upućenih tadašnjem kancelaru te države Brunu Krajskom) utvrdio da „sloboda štampe daje javnosti jedan od najboljih načina otkrivanja i formiranja mišljenja o idejama i stavovima političkih lidera. Uopšteno govoreći, sloboda političke debate je u samoj srži koncepta demokratskog društva koji prevladava u celoj Konvenciji. Granice prihvatljive kritike, prema tome, su šire u pogledu političara kao takvog nego u odnosu na ostale građane. Za razliku od ovog drugog, prvi neizbežno i svesno ostaje otvoren za pomno ispitivanje svake svoje reči i dela i od strane novinara i javnosti u celini, pa stoga mora pokazati veći stepen tolerancije”. Evropski sud je procenio da su Lingensove kvalifikacije da je Krajski „monstruozan”, „nemoralan” i „oportunist”, vrednosni sudovi, koji se, za razliku od činjenica, ne mogu dokazivati, te se imaju smatrati izrazom slobode izražavanja. Slično ovome, isti sud je u paragrafu 42 presude *Castells*

¹¹ Za potrebe ovog rada, iz stilskih razloga, koristićemo termine „javna ličnost”, „političar” i „funkcioner” kao sinonime, iako oni to, striktno gledano – nisu.

¹² Kada je reč o Evropskom sudu za ljudska prava, u teoriji se naglašava da je ubedljivo najveći broj predstavljeni vezano za zaštitu ugleda i prava drugih. Tako, prema istraživanju Surčulija Milojević iz 2016, od 221 slučaja koji se tiču zaštite ugleda, u 57 je Evropski sud za ljudska prava pronašao da nacionalne države nisu povredile čl. 10, dok je kod povrede prava drugih u 79 od 251 slučaj utvrđeno da je država pravilno ograničila nečije pravo na slobodu izražavanja zbog zaštite prava drugih. Surčulija Milojević, J., 84.

¹³ European Court of Human Rights, judgement in case of *Lingens vs Austria* (Application no. 9815/82), Strasbourg, 8 July 1986

*vs Spain*¹⁴ podsetio da se sloboda izražavanja u smislu člana 10 Konvencije za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda (zvanom još i Evropska konvencija o ljudskim pravima) primenjuje ne samo na „informacije” ili „ideje” koje su povoljno prihvaćene ili se smatraju bezopasnim ili ravnodušnim, već i na one koje vređaju, šokiraju ili uznemiravaju. Takvi su, ističe se, „zahtevi pluralizma, tolerancije i širokogrudosti bez kojih nema demokratskog društva”. U paragrafu 37 presude *Surek vs Turkey*¹⁵ sud je podsetio da prema članu 10 stav 2 Konvencije postoji malo prostora za ograničenje političkog govora ili debate o pitanjima od javnog interesa, budući da su granice dozvoljene kritike šire u odnosu na Vladu, nego u odnosu na građanina, te da u demokratskom sistemu radnje ili propusti Vlade moraju biti predmet pomne kontrole ne samo zakonodavnih i sudskih vlasti, već i javnog mnjenja. Sud je upozorio da vlade moraju biti uzdržane u pribegavanju krivičnom postupku, posebno kada su na raspolaganju druga sredstva za odgovor na neopravdane napade i kritike njenih protivnika.

Shodno navedenom, u stavu 34 presude *Lopes Gomes da Silva vs Portugal*¹⁶, sud ističe da sloboda novinara pokriva moguće pribegavanje određenom stepenu preterivanja ili čak provokacije, ali se takav pristup, čak i kada se zbog upotrebljenih izraza smatra polemičnim, ne smatra neopravdanim ličnim napadom, jer ih autor podržava objektivnim obrazloženjem. Dakle, u ovoj presudi, kao i u presudi *Lingens vs Austria*, biva naglašeno da, iako političari moraju pokazati viši stepen tolerancije, njihovo pravo na dostojanstvo nije anulirano zbog toga što se bave javnim poslom.

Obe presude, u suštini, ukazuju na to da je dozvoljeno da kritika nosilaca javnih funkcija bude izrazito oštra, ali se ne može kretati van sfere vrednosnih sudova (koji se, za razliku od činjenica – ne mogu dokazivati) i prihvatljiva je ukoliko takav narativ bude potkrepljen objektivnim obrazloženjem. Evropski sud za ljudska prava se i u stavu presude *Pedersen and Baadsgaard v. Denmark*¹⁷ (donete nekoliko godina kasnije), konsekventno drži stava da je distinkcija između izjava o činjenicama i vrednosnih sudova neophodan preduslov da ne

¹⁴ European Court of Human Rights, judgement in case of *Castells v. Spain* (Application no. 11798/85), Strasbourg, 23 April 1992

¹⁵ European Court of Human Rights, judgement in case of *Süreks vs Turkey*, (Application no. 24735/94), Strasbourg, 8 July, 1999

¹⁶ European Court of Human Rights, judgement in case of *Lopes Gomes Da Silva v. Portugal* (Application no. 37698/97), Strasbourg, 28 September 2000

¹⁷ European Court of Human Rights, judgement in case of *Pedersen nad Baadsgaard vs Denmark* (Application no. 49017/99), Strasbourg, 17 December 2004

bi došlo do narušavanja slobode mišljenja i izražavanja, budući da je istinitost vrednosnih sudova nemoguće utvrditi. Insistiranje na suprotnom dovelo bi do direktnog narušavanja člana 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima. Međutim, čak i kada izjava predstavlja vrednosni sud, mora postojati dovoljna činjenična osnova koja će je potkrepiti, u suprotnom će biti preterana. U slučaju *Jerusalim vs Austria*, u stavu 43, Sud ističe da, čak i kada izjava predstavlja vrednosni sud, proporcionalnost mešanja može zavisi od toga da li postoji dovoljna činjenična osnova za osporenu izjavu, jer čak i vrednosni sud bez ikakve činjenične osnove koja bi je potkrepila može biti preteran.

Stavom 47 presude Evropskog suda za ljudska prava u slučaju *De Haes and Gijssels v Belgium*,¹⁸ takođe je naglašeno da istinitost mišljenja (vrednosnih sudova) nije podložna dokazivanju, i li mišljenje može biti preterano, posebno u odsustvu bilo kakve činjenične osnove. Na sličan način se Sud postavio u slučajevima *Tammer vs Estonia*¹⁹ i *Andreas Wabl vs Austria*²⁰.

Iz navedenih presuda jasno proizlazi obaveza javnih ličnosti, pre svega političara (a naročito političara koji su deo upravljačkih struktura u jednoj državi) da pokažu viši stepen tolerancije na kritiku, u skladu sa načelom slobode izražavanja zaštićenim članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima. Međutim, citirana sudska praksa ističe da ova obaveza javnih ličnosti ne znači potpunu suspenziju njihovog prava na dostojanstvo (prava na zaštitu ugleda i časti). Kritika može biti izrazito oštra, čak i uvredljiva, ali će zbog interesa društva za kritikom i kontrolom političara biti smatrana prihvatljivom, ukoliko se njome izriču vrednosni sudovi (koji se ne dokazuju), a ne činjenice (koje su dokazive). Čak i u domenu vrednosnih sudova mora postojati određena činjenična osnova, da bi se takvi iskazi uopšte smatrali dozvoljenim.

¹⁸ European Court of Human Rights, judgement in case of *De Haes and Gijssels v. Belgium* (7/1996/626/809), Strasbourg, 24 February 1997

¹⁹ European Court of Human Rights, judgement in case of *Tammer vs Estonia* (Application no. 41205/98), Strasbourg, 06 February 2001 – U stavu 62 ove presude sud je podsetio na suštinsku funkciju koju mediji ispunjavaju u demokratskom društvu. Iako ne mogu da prekorače određene granice, posebno u pogledu ugleda i prava drugih i potrebe da se spreči otkrivanje poverljivih informacija, njihova je dužnost da prenose informacije i ideje od javnog interesa. Sud je imao u vidu i činjenicu da novinarska sloboda podrazumeva moguće pribegavanje preterivanju ili provokacijama, pri čemu su granice dozvoljene kritike uže u odnosu na "privatnog građanina nego u odnosu na političare i vlade.

²⁰ European Court of Human Rights, judgement in case of *Andreas Wabl vs Austria* (Application no. 24773/94), Strasbourg, 21 March 2000

Granica između slobode izražavanja i prava na dostojanstvo (javne) ličnosti u praksi srpskih sudova

Srbija je ratifikovala Evropsku konvenciju o ljudskim pravima, učinivši je delom pozitivnog zakonodavstva.²¹ U članu 34 Konvencije, ističe se da „Sud može da prima predstavke od svake osobe, nevladine organizacije ili grupe lica koji tvrde da su žrtve povrede prava ustanovljenih Konvencijom ili protokolima uz nju, učinjene od strane neke Visoke strane ugovornice. Visoke strane ugovornice obavezuju se da ni na koji način ne ometaju stvarno vršenje ovog prava.” Naredni član istog pravnog propisa podvlači da: „Sud može uzeti predmet u postupak tek kada se iscrpu svi unutrašnji pravni lekovi, u skladu sa opštepri-znatim načelima međunarodnog prava i u roku od četiri meseca od dana kada je povodom njega doneta pravosnažna odluka.” Shodno navedenom, sudovi su u našoj zemlji donedavno, po pravilu usaglašavali svoju praksu sa praksom Evropskog suda za ljudska prava. Tako je, primera radi, Vrhovni kasacioni sud rešenjem VKS Rev.1855/2017 utvrdio da, ukoliko su u sukobu pravo na slobodu izražavanja i pravo na čast i ugled političara, treba odmeriti ugroženost prava tužioca na dostojanstvo ličnosti i ugled i pomenuto pravo medija i tek nakon takvog upoređivanja i odmeravanja utvrditi čije je pravo više ugroženo spornim tekstom.

Međutim, pored pozitivnih primera postupanja naših sudova u skladu sa pravnom praksom Evropskog suda, susrećemo se i sa slučajevima u kojima pravni rezon evropske prakse u odlukama domaćih pravosudnih instanci biva potpuno pogrešno protumačen, a kontekst u kome su presude Evropskog suda donošene – zanemaren. Okolnosti upućuju na zaključak da se u Srbiji uspostavlja sudska praksa suprotna praksi Evropskog suda, što dugoročno može dovesti do sporova protiv države Srbije pred pomenutom institucijom. Tako je Apelacioni sud u Novom Sadu, u presudi Gž.2431/18, okarakterisao kvalifikacije kao što su „kidnaper”, „kriminalac”, „lopov” i „batinaš” kao prihvatljiv izraz slobode izražavanja, potpuno prenebregavši okonost da navedeni pridevi ne potpadaju

²¹ Zakon o ratifikaciji Evropske konvencije za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, izmenjene u skladu sa Protokolom broj 11, Protokolom uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, Protokolom broj 4 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda kojim se obezbeđuju izvesna prava i slobode koji nisu uključeni u Konvenciju i prvi protocol uz nju, Protokolom broj 6 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda o ukidanju smrtne kazne, Protokolom broj 7 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, Protokolom broj 12 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda i Protokolom broj 13 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda o ukidanju smrtne kazne u svim okolnostima, Sl. list SCG – Međunarodni ugovori”, br. 9/2003, 5/2005 i 7/2005 – ispr. i „Sl. glasnik RS – Međunarodni ugovori”, br. 12/2010 i 10/2015

pod vrednosne sudove, već pod činjenice, da u obrazloženju presude ničim nisu potkrepljeni, te da nisu upućeni od strane novinara političaru, već od strane jednog političara drugom. Ovakav, po mišljenju autora ovog članka, potpuno pogrešan stav Apelacionog suda, podržao je (na iznenađenje stručne javnosti) i Ustavni sud Srbije kome je tužilac podneo ustavnu žalbu zbog povrede prava na dostojanstvo i slobodan razvoj ličnosti iz člana 23 stav 1 Ustava Republike Srbije, a u vezi povrede prava na jednaku pravnu zaštitu iz člana 36 Ustava. Ustavni sud je u svojoj odluci UŽ.9205/2018 od 04.03.2020 godine zauzeo stav da je Apelacioni sud odlučivao u skladu sa Ustavom, zakonom, ali i Evropskom konvencijom o ljudskim pravima. Ustavni sud naveo je, da bi potkrepio svoju odluku, niz presuda Evropskog ljudskog prava, primenivši, kao što je to prethodno učinio Apelacioni sud, selektivni pristup. Citirana je sudska praksa kojom je utemeljena obaveza političara da trpe viši stepen kritike nego ostali građani, a potpuno su izostavljene presude koje jasno definišu distinkciju između činjeničnih tvrdnji i vrednosnih sudova, nedvosmisleno upućujući na slučajeve u kojima pravo na dostojanstvo ima prevagu nad slobodom izražavanja.

Navedenom presudom Apelacionog suda i odlukom Ustavnog suda nisu prenebregnuti samo stavovi iz citiranih presuda *Lingens vs Austria*, *Lopes Gomes da Silva vs Portuga* ili *Pedersen and Baadsgaard v. Denmark*, već i stav suda u presudi *White vs Sweden*²², u kojoj se ističe da država ima obavezu da štiti pravo na privatan i porodični život, kao i da nađe ravnotežu između interesa zajednice za slobodom izražavanja i pomenutog prava pojedinca iz člana 8 Evropske konvencije o ljudskim pravima. Domaći sud u ovom slučaju nije razumeo da defamatorne izjave koje daju političari, a kojima se ne iznosi vrednosni sud, već se iznosi kleveta o navodno izvršenim krivičnim delima njihovih političkih konkurenata (dakle, govori se o činjenicama koje mogu biti predmet dokazivanja i čijim se iznošenjem u javnost krši pretpostavka nevinosti oklevetanog) – nikako ne mogu uživati zaštitu slobode izražavanja koju medijima i javnosti garantuju član 10 Evropske konvencije i praksa Evropskog suda za ljudska prava. Štaviše, i domaća sudska praksa poznaje slučajeve u kojima se ističe upravo potreba distinkcije vrednosnih sudova i činjenica, kada je u pitanju odmeravanje granice slobode izražavanja i povrede časti i ugleda javnih ličnosti. Tako, u odluci Ustavnog suda br. UŽ. 7387/2015, donesenoj u postupku po ustavnoj žalbi,

²² European Court of Human Rights, judgement in case of *White vs Sweden* (Application no. 42435/02), Strasbourg, 19 september 2006

kojom je poništena presuda Apelacionog suda u Kragujevcu, ističe se da „u osporenim parničnim presudama uopšte nije utvrđeno koje to konkretne informacije sadržane u novinskim člancima predstavljaju izjave o činjenicama, a koje vrednosne sudove o tužiocu, a što je ovde od prevashodnog pravnog značaja.”²³ Pri tom, činjenično stanje potonjeg spora u spornom delu podseća na prethodno analiziranu odluku domaćih sudova: novinski članci su, izražavajući sumnju u pravilnost trošenja budžetskih sredstava, isticali da je predstavnik opštinskih vlasti istovremeno sa rekonstrukcijom objekta o trošku opštine, adaptirao i svoju vikendicu. Gruba kvalifikacija novinarski pretpostavljene koneksije između adaptacije vikendice i adaptacije javnih objekata je izostala u konkretnom slučaju.

Premda je granica između slobode izražavanja i povrede časti i ugleda, odnosno dostojanstva ličnosti, fluidna, u javnom je interesu da postoje nedvosmišljeni kriterijumi na osnovu kojih će se u svakom konkretnom slučaju povući linija između dozvoljenog i nedozvoljenog izražavanja. Ne samo da se time čuva pravna izvesnost i sigurnost, već i temelji demokratskog društva, a ništa manje i novinarske etike. Čini nam se da je u vremenu u kojem se masovna komunikacija odvija putem interneta, zadatak pravničke struke da doslednim tumačenjem i primenom prava učvrsti poverenje građana u spremnost države da zaštiti tradicionalne vrednosti modernog društva i državne institucije.

Zbog čega su povrede prave učinjene putem Interneta posebno osetljivo pitanje?

Iako smo prethodno istakli smernice u razgraničenju slobode izražavanje od povrede časti i ugleda, odnosno dostojanstva ličnosti, problem komunikacije s pravnog aspekta ne može se smatrati rasvetljenim ukoliko ne ukažemo upravo na posebnosti razmene informacija koja se odvija putem internet. Posmatrano iz ugla svih društvenih nauka, internet predstavlja poseban predmet istraživanja, iz razumljivih razloga.²⁴ Zahtev koji se pred pravničku struku postavlja jeste uspostavljanje okvira u kojima će se zaštititi pravni poredak, po pravilu sa du-

²³ Odluka Ustavnog suda, br. UŽ – 7387/2015, objavljena u „Službenom glasniku RS”, br. 19/2018 od 14. marta 2018. godine, iz pravne baze *Paragraflex*.

²⁴ Ilustrativno o istraživanjima različitih pitanja: Mitrović, M., „Sloboda izražavanja i zaštita podataka o ličnosti na internetu: Perspektiva internet korisnika u Srbiji”, *Komunikacija i mediji*, br. 47/2020, 5-34. U istom broju vid. još: Matović, M., Zunić Pavlović V., „Povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i digitalnog nasilja u adolescenciji”, 35-56; Silajdžić L, Dudić A, Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama:

gom tradicijom, i u ovom novom, digitalnom vremenu čiji smo savremenici. Očuvanje pravnog poretka pak pretpostavlja izgradnju i zaštitu načela pravne sigurnosti.²⁵ S tim u vezi, internet predstavlja poseban izazov. U kontekstu ovog rada, istaći ćemo zbog čega povreda časti i ugleda, odnosno prava na dostojanstvo, učinjena putem interneta, nije uvek lako zalečiva.²⁶

Naime, Internet, a posebno društveni mediji i društvene mreže, predstavljaju, kako smo već naveli, polje na kojem se informacije brzo razmenjuju. S pravnog aspekta, ova komunikacija jeste zapravo ostvarivanje najmanje dva osnovna prava, odnosno slobode. Jedna je sloboda izražavanja, a druga sloboda informisanja. Ove slobode nisu apsolutne. Između ostalog, one su podređene pravu pojedinca na čast i ugled, odnosno pravu na dostojanstvo. Međutim, za razliku od stvarnog sveta u kojem su relevantni društveni odnosi pravom regulisani (pa time jesu pravni odnosi), u internet svetu normativni okviri ili nedostaju ili nisu dovoljno jasni.

U kontekstu ovog rada, to nam se čini posebno relevantnim, jer razdvajanje dopuštenog od nedopuštenog nije jednostavan zadatak ni unutar okvira tradicionalnih pravnih sistema, a tim pre ni u digitalnom okruženju.

Istakli smo da je kriterijum razdvajanja dozvoljenog od nedozvoljenog izražavanja okolnost da li je sporni sadržaj vrednosnog ili činjeničnog karaktera. Protokom informacija koje se velikom brzinom razmenjuju putem interneta, razgraničenje postaje zahtevniji zadatak, budući da granice između vrednosnog i činjeničnog iskaza u toj razmeni blede, a često nije moguće odrediti ni izvor saopštene informacije koja može imati karakter nedozvoljenog sadržaja. Pravnički posmatrano, determinacija subjekta koji je informaciju učinio saznatljivom milionskom auditorijumu je od posebnog značaja, jer daje odgovor na pitanje ko je i u kojoj meri odgovoran za nastupelu povredu. Stoga je u kontekstu prekoračenja slobode izražavanja putem interneta nužno učiniti razlikovanje između

internet, društvene mreže i mobilni telefoni”, 57-84; Obradović N, „Uticao upotrebe društvenih mreža na političko informisanje i političko znanje studenata u Srbiji”, *Komunikacija i mediji*, br. 48/2020, 3-36.

²⁵ Pravna sigurnost obuhvata niz elemenata: građani unapred znaju kakve pravne posledice mogu prosteći iz njihovih postupaka, građani su sigurni da se njihova pozicija neće vremenom promeniti, u slučaju povrede ili ugrožavanja prava, građanima će biti pružena odgovarajuća pravna zaštita, pravo se dosledno primenjuje. Vid. Nikolić D., *Uvod u sistem građanskog prava*, Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad 2010, 124.

²⁶ Rad je fokusiran na problem internetske komunikacije koja je obuhvaćena propisima Republike Srbije. Pitanje se dodatno usložnjava u kontekstu odnosa sa elementom inostranosti. U tom pogledu upućujemo na doktorsku disertaciju Đorđa Krivokapića pod nazivom „Sukob zakona i nadležnosti koji proizlaze iz povrede reputacije posredstvom Interneta”, odbranjenju na Pravnom fakultetu Univerziteta u Beogradu, a dostupna u bazi Nardus, <https://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/7524>, 26. jun 2022.

informacija koje se razmenjuju putem medija i putem društvenih platformi koje nemaju to svojstvo.

1.1. Pravni aspekti komunikacije posredstvom registrovanih medija

Javno informisanje u Republici Srbiji regulisano je Zakonom o javnom informisanju i medijima. Prema ovom Zakonu, pojam „mediji” se shvata kao sredstvo javnog informisanja koje rečima, slikom ili zvukom prenosi urednički formirane informacije, ideje i mišljenja, kao i druge sadržaje namenjene javnoj distribuciji i neograničenom broju korisnika.²⁷ Iz ovog pojma se isključuju platforme, kao što su internet forumi, društvene mreže i druge platforme koje omogućavaju slobodnu razmenu informacija, ideja i mišljenja među svojim članovima, ili bilo koje druge nezavisne elektronske publikacije, kao što su blogovi, veb prezentacije i slične elektronske prezentacije; ako nisu upisani u Registar medija.²⁸ Sledstveno, odredbe Zakona o javnom informisanju i medijima se ne primenjuju na neregistrovane subjekte.

Cilj normativnog uređivanja javnog informisanje jeste pribavljanje i zaštita prenošenja, prijema i razmene informacija, ideja i mišljenja putem medija u cilju promovisanja vrednosti demokratskog društva, sprečavanja sukoba i očuvanja mira, širenja istinitih, blagovremenih, verodostojnih i potpunih informacija, ali i omogućavanje slobodnog razvoja pojedinca.²⁹

Posmatrano kroz prizmu slobode izražavanja, u zahtevu za registracijom medija se može prepoznati nekoliko prednosti. Najpre, novinarska profesija može da se obavlja nesmetano, jer novinari nisu dužni da otkrivaju svoje izvore informacija, osim ako se informacija odnosi na krivično delo ili izvršioca krivičnog dela za koje je zakonom propisana kazna zatvora od najmanje pet godina i ako se informacija ne može dobiti na drugi način.³⁰ Kada je reč o drugim subjektima koji informacije čine dostupnim, takva obaveza postoji. Takođe, za krivično delo uvrede neće se kazniti novinar koji je u obavljanju svoje profesije izneo uvredljive tvrdnje, ukoliko je to učinio na način ili u okolnostima iz kojih

²⁷ Zakon o javnom informisanju i medijima, čl. 29.

²⁸ Zakon o javnom informisanju i medijima, čl. 30, st. 2.

²⁹ Zakon o javnom informisanju i medijima, čl. 2.

³⁰ Zakon o javnom informisanju i medijima, čl. 52.

se može zaključiti da nije postojala namera omalovažavanja.³¹ Uz to, novinari registrovanih medija, mogli bi biti oslobođeni kazne ako bi verovali u istinitost distribuisanih informacija kojima je izvršeno niz krivičnih dela: iznošenje ličnih i porodičnih prilika, povreda ugleda Srbije, povreda ugleda zbog rasne, verske, nacionalne ili druge pripadnosti, povreda ugleda strane države ili međunarodne organizacije.³² Ostali počinioci bi bili kažnjeni i ako dokažu da je informacija tačna.

Kada je reč o sferi građanskog prava, kojoj pripada i pitanje naknade štete kao najčešćeg predmeta spora pokrenutog zbog nastupele povrede časti i ugleda, urednici i novinari imaju obavezu da provere poreklo, istinitost i potpunost informacija pre objavljivanja publikacije koja sadrži podatke o određenoj pojavi, događaju ili ličnosti. Za uspeh u sporu za naknadu štete mora se dokazati krivica novinara, što za oštećenu stranu predstavlja teret. Drugačije, prema opštim pravilima odštetnog prava, za lice koje se označava kao štetnik pretpostavlja se krivica. Suprotno je moguće dokazivati, ali teret dokazivanja pada na štetnika.

Odgovornost zbog povrede učinjene putem medija snosi novinar glavni urednik, urednik odgovoran za određeno pitanje, odeljak, ili programske jedinice, kao i izdavač.³³ Odgovornost ovih subjekata proizlazi iz činjenice da je njihova uloga u javnom informisanju aktivna, budući da uređuju sadržaj koji će biti plasiran u medijima. Stoga se odgovornost ne ograničava samo na pitanje da li je povreda časti i ugleda izvršena izabranim informacijama, već i komentarima čitalaca koji su u medijima prikazani.

Kada je reč o elektronskim medijima, Zakon o elektronskim medijima³⁴ propisuje, u skladu sa međunarodnim konvencijama i standardima, organizaciju i rad regulatornog tela za elektronske medije (regulator), uslove i način pružanja audio i audiovizuelnih medijskih usluga, uslove i postupke za izdavanje dozvola za rad elektronskih medija, pružanje audio i audiovizuelnih medijskih usluga i druga pitanja od značaja za oblast elektronskih medija. S tim u vezi, posebna uloga pripada regulatoru, koji u okviru svog delokruga rada vrši kontrolu poslovanja pružalaca medijskih usluga.³⁵ Takva kontrola je posebno značajna u

³¹ Krivični zakonik, *Sl. glasnik RS*, br. 85/2005, 88/2005 – ispr., 107/2005 – ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016 i 35/2019, čl. 170, st. 4. (dalje u fusnotama: KZ).

³² KZ, čl. 172-176.

³³ Zakon o javnom informisanju i medijima, čl. 112-116.

³⁴ Zakon o elektronskim medijima, *Službeni glasnik RS*, br. 83/2014 i 6/2016. (dalje u fusnotama: ZEM).

³⁵ ZEM, čl. 22.

pogledu zaštite povređenog prava. Naime, Regulator pred nadležnim sudom ili drugim javnim organom pokreće postupak protiv pružaoca medijske usluge ili odgovornog lica ako njihovo činj enje ili nečinjenje ima karakter krivičnog dela kažnjivog po zakonu.³⁶

1.2. Pravni aspekti komunikacije posredstvom društvenih mreža

Društvene mreže nastale su kao digitalne platforme za svoje korisnike, unutar univerzitetskih kampusa. Zbog lakog povezivanja korisnika, kao i jednostavne razmene sadržaja, društvene mreže su za kratko vreme postale dominantno sredstvo komunikacije na globalnom nivou. Međutim, za razliku od medija, o kojima je prethodno bilo reči, sadržaj na društvenim mrežama kreiraju sami korisnici. S jedne strane, komunikacija koja se odvija putem društvenih mreža odgovara poimanju slobode izražavanja u njenom izvornom značenju. Slobodan pristup internetu takođe predstavlja jedan segment slobode izražavanja. To ipak ne znači da je u komunikaciji koja se odvija putem interneta tehnološka mogućnost da se informacija plasira izbrisala pravnu nedopuštenost određenog sadržaja. Naprotiv. Povrede prava učinjene ovim putem imaju posebnu težinu, ukoliko se uzme u obzir milionska vidljivost informacije i skoro neograničena mogućnost njene dalje distribucije. Internet je zapravo postao digitalni javni prostor, a sadržaj na društvenim mrežama, koji kreiraju sami korisnici, značajno utiče na javno mnjenje. To je razlog zbog kojeg se sve češće postavlja pitanje da li je pravno opravdano normativno urediti društvene mreže?

Premda smatramo suvišnim u kontekstu ovog rada analizirati *pro et contra* pravnu argumentaciju, nužno je istaći da upravo deficit pravne regulative bar donekle čini manjkavom i zaštitu povređenih prava usled izražavanja koje prelazi granicu dozvoljenog.

Naime, onlajn platformama, društvenim mrežama i sličnim vebstranovima putem kojih se vrši komunikacija upravlja se sa servera koji se mogu nalaziti bilo gde na planeti. Internet, kao virtuelni svet bez granica, omogućava da se sadržaj postavlja na teritoriji jedne države, saznaje na teritoriji druge (odnosno više njih), a pohranjuje u trećoj. Posmatrano s pravnog aspekta, fizička nezavisnost i nepovezanost različitih subjekata u komunikaciji koja se odvija putem globalne računarske mreže čini da svi oni mogu potpadati pod različite pravne

³⁶ ZEM, čl. 24.

sisteme. Pored toga, dostupan je i nenacionalni domen, čime tvorci sadržaja u sistemu registracije domena mogu da zadrže svoju anonimnost. Uz to, ne smemo zanemariti ni činjenicu da ne retko nedozvoljeni sadržaj bude plasiran sa lažnih naloga. Naravno, sve ovo utiče na zaštitu povređenog prava: ukoliko nije moguće utvrditi koji subjekt je zloupotrebio slobodu izražavanja, teško da se mogu preduzeti konkretne mere koje pravni poredak predviđa. I ne samo to. Čak i ako se identifikuje počinitelj najčešće verbalnog delikta, moguće je da adekvatna sankcija izostane zbog činjenice da je odnosni subjekt van domašaja konkretnog pravnog sistema. Stoga savremeni pravni sistemi posebnu pažnju posvećuju pitanju odgovornosti posrednika u pružanju internetskih usluga.

Odgovornost internet posrednika, odnosno pružalaca usluga informacionog društva u Srbiji je regulisana Zakonom o elektronskoj trgovini.³⁷ Prema ovom zakonu, posrednik je odgovoran za povredu prava kada je znao ili je mogao znati za neovlašćene radnje korisnika usluge ili sadržaj podataka ili kada nije uklonio ili onemogućio pristup datim podacima odmah po saznanju za nedopušteno delovanje ili podatke.³⁸ Zakonom nije propisana obaveza praćenja i kontrole sadržaja koji se čuva i razmenjuje putem interneta. Međutim, ukoliko postoji osnovana sumnja da se korišćenjem usluge vrše nedozvoljene radnje i razmena nedozvoljenog sadržaja, provajder je dužan da obavesti nadležni državni organ. Otkrivanje korisničkih podataka, uklanjanje sadržaja, i onemogućavanje pristupa sumnjivom sadržaju moguće je samo na osnovu sudske ili administrativne odluke.³⁹ Ovo poslednje je naročito relevantno u kontekstu problema naknade štete zbog povrede časti i ugleda, koje je analizirano u radu. Naime, ako se pretpostavi da se krivica, kao uslov odgovornosti za štetu, može isključiti kada posrednik dokaže da nije pravo povredio namerno ili nepažnjom,⁴⁰ presudna činjenica zavisi od toga šta se smatra nepažnjom u pružanju usluga.

Moguće je zamisliti da bi provajder mogao da spreči dalje kršenje prava tako što će onemogućiti pristup ili ukloniti neovlašćeni sadržaj. Međutim, takve radnje mogu narušiti prava drugih subjekata. Pošto provajder, u principu, nema obavezu da nadgleda razmenjeni sadržaj, samo obaveštenje o mogućem postojanju povrede prava indukuje obavezu provajdera da upozori nadležne organe

³⁷ Zakon o elektronskoj trgovini, Službeni glasnik RS, 41/2009, 95/2013, 52/2019. (dalje u fusnotama: ZET)

³⁸ ZET, čl. 18.

³⁹ ZET, čl. 20.

⁴⁰ ZOO, čl. 158.

i postupi u skladu sa njihovim odlukama. Dakle, u kontekstu odgovornosti za štetu, provajder se smatra odgovornim kada je primio obaveštenje o mogućoj povredi prava i nije o tome obavestio nadležne organe. Pored toga, odgovornost provajdera načelno postoji i ako na osnovu odgovarajućeg sudskog ili upravnog akta ne pruži informacije koje su relevantne za otkrivanje lica čijim je postupkom direktno povređeno pravo, odnosno prouzrokovana šteta.⁴¹ U oba slučaja radi se o krivici provajdera koja proizilazi iz njegovog propusta da postupi sa očekivanom pažnjom.

Ukoliko govorimo o zahtevu da se ukloni nedopušteni sadržaj, pružalac usluge informacionog društva je dužan da po zahtevu trećeg lica, bez odlaganja, a najkasnije u roku od dva radna dana od dana prijema zahteva tog lica ukloni nedopušteni sadržaj, osim ukoliko smatra da objavljeni sadržaj nije u suprotnosti sa odredbama zakona. U tom slučaju, pružalac usluge informacionog društva može da se obrati organu nadležnom za primenu i postupanje po zakonu i zahteva da nadležni organ utvrdi da li su u konkretnom slučaju povređene odredbe zakona, usled čega je potrebno sadržaj ukloniti.⁴² S obzirom na to da su čast i ugled, odnosno dostojanstvo ličnosti subjektivne kategorije, nije nezamislivo da će reakcija provajdera često izostati.

Ukoliko se platformama upravlja sa servera koji se nalaze van državne teritorije, nužno se postavlja pitanje saradnje provajdera sa državnim organima.⁴³ Kako ne postoje mehanizmi da se direktno ukloni nedozvoljeni sadržaj, zaštita prava građana jedne države dovodi se u neposrednu vezu sa instrumentima međunarodne pravne pomoći, a time i u neposrednu zavisnost od efikasnosti međunarodne saradnje (koja može i da izostane).⁴⁴

⁴¹ ZET, čl. 20, st. 3.

⁴² ZET, čl. 20, st. 6.

⁴³ U internetskoj komunikaciji naročit problem upravo predstavlja okolnost da je fizičko prisustvo servera na jednoj teritoriji možda jedina veza sa pravom države na čijoj teritoriji se server nalazi. Naime, država ima faktičku kontrolu nad serverima, odnosno računarima koji se nalaze na njenoj teritoriji a na kojima su smešteni podaci dostupni na mreži. Državni organi mogu u određenim situacijama pristupiti serverima i uzeti ih u posed. Međutim, serveri najčešće nisu u vlasništvu lica koji na njima čuvaju podatke, već privatnih hosting kompanija koje zainteresovanima iznajmljuju ove servere. Stoga, sistem državne kontrole se odražava kroz regulatornu nadležnost nad ovim kompanijama. Opširnije vid. Krivokapić, Đ., 347-351.

⁴⁴ U literaturi se ističe da puna kontrola nad internetskom komunikacijom izmiče državnim instrumentima. Naime, suverenost se može uspostaviti na delovima infrastrukture i sadržaja Interneta kroz teritorijalni i personalni element, a posredstvom regulatorne i sudske nadležnosti, dok logički sloj globalne računarske mreže ostaje izvan domašaja. Vid. Krivokapić, Đ., 387.

2. Zaključak

Odstupanje pojedinih domaćih sudova od prakse Evropskog suda za ljudska prava, nezavisno od toga kako je do toga došlo i da li je parcijalno tumačenje pomenute prakse odraz nerazumevanja granica legitimne kritike koje ona postavlja (ili su motivi banalniji), upućuje nas na zaključak da postoji potreba da se distinkcija između slobode izražavanja i prava javnih funkcionera na dostojanstvo postavi na čvršće temelje. Teza da se „vrednosni sudovi, za razliku od činjenica, ne mogu dokazivati, te se imaju smatrati izrazom slobode izražavanja” koju susrećemo u presudi *Lingens vs Austria*, mada je postavljena konsekventno, očigledno može biti predmet pogrešnog interpretiranja i sudske arbitrarnosti. Prema autorima ovog članka, granicu legitimne kritike javnih ličnosti treba postaviti u polje pozitivnog prava i univerzalnih pravnih pravila, koja ne ostavljaju prostor za proizvoljna tumačenja. Kada govorimo o pozitivnom pravu mislimo, pre svega, na krivično pravo, budući da kvalifikacije kojima se krši pravo na dostojanstvo funkcionera po pravilu neposredno dotiču pojedine krivičnopravne institute.

Javne ličnosti su obavezne da trpe viši nivo kritike njihovog rada, ali i na njih, kao i na svako drugo fizičko lice, odnosi se prezumpcija nevinosti, uspostavljena još Univerzalnom deklaracijom Ujedinjenih nacija o ljudskim pravima iz 1948. Prema ovom dokumentu, „svako ko je optužen za krivično delo ima pravo da se smatra nevinim dok se na osnovu zakona krivica ne dokaže na javnom pretresu na kojem su mu obezbeđena sva jemstva potrebna za njegovu odbranu.”⁴⁵ U drugom stavu istog člana, naglašeno je da se niko „ne sme osuditi za dela ili propuštanja koja nisu predstavljala krivično delo po unutrašnjem ili međunarodnom pravu u vreme kada su izvršena”. Ovaj princip nazivamo još i načelom zakonitosti. Ukoliko prihvatimo navedene principe kao polaznu osnovu za egzaktniji pristup pozicioniranju granice legitimne kritike funkcionera na internetu, takvom kritikom se ne bi moglo smatrati javno kvalifikovanje tog lica kao počinioca nekog zakonom definisanog krivičnog dela, bez pravnosnažne presude za isto. Istovremeno, ovakav pristup olakšava upražnjavanje slobode izražavanja i štiti pravo na dostojanstvo ličnosti, jer postaje predvidivo dokle se u konzumiranju slobode izražavanja i redukovanju prava na dostojanstvo ličnosti može ići. Sa stanovišta presuda koje su se bavile problemom odnosa slobode

⁴⁵ Universal declaration of human rights, <https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/udhr.pdf>, član 11, stav 1

izražavanja i prava na dostojanstvo javnih ličnosti, termini koje je Evropski sud smatrao prihvatljivim u javnoj kritici funkcionera (nemoralan, oportunističan, nedostojan) i dalje bi ostali u polju legitimne kritike, za razliku od kvalifikacija kao što su „lopov” ili „kidnaper”, koje upućuju na to da je javni funkcioner počinilac krivičnog dela, što ga, nedvosmisleno, smešta u sferu krivičnog prava. Lice koje iznosi epitete kojim se u javnosti inkriminiše javna ličnost, ukoliko počinjenje krivičnog dela nije prijavilo nadležnim institucijama, ali ga je iznelo u javnosti putem interneta ili „klasičnih medija” i samo vrši delo neprijavljivanja krivičnog dela, ukoliko je iskaz dat u javnosti tačan. Ne može jedan postupak predstavljati istovremeno izvršenje krivičnog dela i upražnjavanje prava na javno izražavanje, jer je to i pravnički i logički nonsens. Utoliko pre smatramo da je pozicioniranje granice legitimne kritike na dve kote krivičnog prava – na pretpostavci nevinosti i na načelu zakonitosti, jasnije i doslednije od apstraktnih definicija kojim su se te granice do sada ocrtavale.

Literatura:

- Ustav Republike Srbije, Sl. glasnik RS”, br. 98/2006,
Zakon o obligacionim odnosima, Sl. list SFRJ”, br. 29/78, 39/85, 45/89 – odluka USJ i 57/89, „Sl. list SRJ”, br. 31/93, „Sl. list SCG”, br. 1/2003 – Ustavna povelja i „Sl. glasnik RS”, br. 18/2020,
Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS”, br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016 – autentično tumačenje
Ivan Klajn – Milan Šipka, Veliki rečnik stranih reči i izraza, treće dopunjeno i ispravljeno izdanje, Novi Sad: Prometej, 2008
Zakon o parničnom postupku, Sl. glasnik RS”, br. 72/2011, 49/2013 – odluka US, 74/2013 – odluka US, 55/2014, 87/2018 i 18/2020
European Court of Human Rights, judgement in case of *Lingens vs Austria* (Application no. 9815/82), Strasbourg, 8 July 1986
European Court of Human Rights, judgement in case of *Castells v. Spain* (Application no. 11798/85), Strasbourg, 23 April 1992
European Court of Human Rights, judgement in case of *Sürek vs Turkey*, (Application no. 24735/94), Strasbourg, 8 July, 1999
European Court of Human Rights, judgement in case of *Lopes Gomes Da Silva v. Portugal* (Application no. 37698/97), Strasbourg, 28 September 2000

- European Court of Human Rights, judgement in case of Pedersen nad Baadsgaard vs Denmark (Application no. 49017/99), Strasbourg, 17 December 2004
- European Court of Human Rights, judgement in case of De Haes and Gijssels v. Belgium (7/1996/626/809), Strasbourg, 24 February 1997
- European Court of Human Rights, judgement in case of Tammer vs Estonia (Application no. 41205/98), Strasbourg, 06 February
- European Court of Human Rights, judgement in case of Andreas Wabl vs Austria (Application no. 24773/94), Strasbourg, 21 March 2000
- Zakon o ratifikaciji Evropske konvencije za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, izmenjene u skladu sa Protokolom broj 11, Protokolom uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, Protokolom broj 4 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda kojim se obezbeđuju izvesna prava i slobode koji nisu uključeni u Konvenciju i prvi protocol uz nju, Protokolom broj 6 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda o ukidanju smrtne kazne, Protokolom broj 7 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, Protokolom broj 12 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda i Protokolom broj 13 uz Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda o ukidanju smrtne kazne u svim okolnostima, Sl. list SCG – Međunarodni ugovori”, br. 9/2003, 5/2005 i 7/2005 – ispr. i „Sl. glasnik RS – Međunarodni ugovori”, br. 12/2010 i 10/2015
- European Court of Human Rights, judgement in case of White vs Sweden (Application no. 42435/02), Strasbourg, 19 september 2006
- Odluka Ustavnog suda, br. Už – 7387/2015, objavljena u „Službenom glasniku RS”, br. 19/2018 od 14. marta 2018. godine, iz pravne baze *Paragraflex*.
- Mitrović, M., „Sloboda izražavanja i zaštita podataka o ličnosti na internetu: Perspektiva internet korisnika u Srbiji”, *Komunikacija i mediji*, br. 47/2020, 5-34.
- Matović, M., Zunić Pavlović V., „Povezanost restriktivnih strategija roditeljskog nadzora i digitalnog nasilja u adolescenciji”, *Komunikacija i mediji*, br. 47/2020, 35-56;
- Silajdžić L, Dudić A, „Mladi i ovisnost o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama: internet, društvene mreže i mobilni telefoni”, *Komunikacija i mediji*, br. 47/2020, 57-84;

Obradović N, „Uticaj upotrebe društvenih mreža na političko informisanje i političko znanje studenata u Srbiji”, *Komunikacija i mediji*, br. 48/2020, 3-36.

Nikolić D., *Uvod u sistem građanskog prava*, Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad 2010,

Orlović S., *Ustavno pravo*, Pravni fakultet u Novom Sadu, Novi Sad 2019,

Surčulija Milojević J., *Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima I medijskim zakonodavstvom Repulike Srbije*, doktorska disertacija, <https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/6739/Disertacija4887.pdf?sequence=6&isAllowed=y>,

Krivokapić Đ., *Sukob nadležnosti koji proizlaze iz povrede reputacije putem Interneta*, doktorska disertacija, <https://nardus.mpn.gov.rs/handle/123456789/7524>,

Krivični zakonik, *Sl. glasnik RS*, br. 85/2005, 88/2005 – ispr., 107/2005 – ispr., 72/2009, 111/2009, 121/2012, 104/2013, 108/2014, 94/2016 i 35/2019, čl. 170, st. 4.

Zakon o elektronskim medijima, *Službeni glasnik RS*, br. 83/2014 i 6/2016.

Zakon o elektronskoj trgovini, *Službeni glasnik RS*, 41/2009, 95/2013, 52/2019. Universal declaration of human rights, <https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/udhr.pdf>, 01. oktobar 2021.

Bojan Pajtić

University of Novi Sad, Law Faculty

Sanja Savčić

University of Novi Sad, Law Faculty

FREEDOM OF EXPRESSION OR VIOLATION OF HONOR AND REPUTATION?

Abstract: *In the nature of human beings there is a need for mutual exchange of information, ideas, opinions, knowledge. Telling in a simple language, this is the need for communication. It is not an exaggeration to attribute a much stronger function to communication in modern society. It is the basis for connecting individuals, groups and even social communities. Communication is, in addition, a necessary means of civilizational achievements (as an exchange of knowledge and ideas), but also of social and political changes. Although communication is not a process inherent only in modern society, there is no doubt that its explosive significance in the 21st century is directly related to the emergence of the Internet and, in particular, the various Internet platforms through which it takes place in a fast and cheap way. More importantly, information exchanged over the Internet can be learned by an audience of millions at the same time. Of particular importance in this process of expansion of Internet communication certainly belongs to numerous social networks. Among them, the most popular are certainly Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok. Today, there is almost no Internet user who is not at the same time a user of some of the planet's popular social networks.*

Apart from the advantages of communication in the digital environment and the fact that the Internet has made everyday life much more comfortable, the new era in communication has reopened the question of where the line is between freedom of expression and violation of rights, but also who is responsible for the violation. Although at first glance it may seem that legal science has long given an answer to the questions posed, this paper aims to, by analyzing the case law of the European Court of Human Rights and domestic courts, point out that insufficiently developed legal framework for communication via the Internet can jeopardize the seemingly solid acquis, especially when it comes to the basic rights of man and citizen. We pay special attention to the right to the dignity of the person, i.e. honor and reputation. After analyzing the case law, we will set out the criteria for the delimitation of freedom of expression and the violation of the right to dignity, which provide the necessary legal certainty, especially in times of dominant communication via the Internet.

Keywords: *freedom of expression, dignity of the person, violation of the right to dignity, honor and reputation, media, social networks*

Nasilna komunikacija u naslovima dnevnih novina u okviru teme saobraćaja tokom 2020. u Republici Srbiji

Nikola Perišić¹

Institut za političke studije, Beograd

DOI: 10.5937/cm17-40704

Sažetak: U radu se obrađuju elementi nasilne komunikacije u naslovima dnevnih novina u Srbiji kada je u pitanju tema saobraćaj. Skorašnja istraživanja medija u Srbiji pokazuju trend povećanja agresivne komunikacije u medijima što ostavlja dalekosežne posledice na sve elemente društva. Vremenski uzorak za koji je urađena analiza je čitava 2020. godina koja je bila specifična jer je skoro dva mesaca bilo uvedeno vanredno stanje zbog virusa korona. Cilj rada jeste da ukaže na to koliko i na koji način je upotreba nasilnog jezika primetna u dnevnoj štampi, kao i da se primenjuje u temama koje su osetljive kao što je tema saobraćaja gde bi po standardima profesionalne medijske etike trebalo da postoji poštovanje prema nastradalima, povređenima i njihovim porodicama. Metod koji je upotrebljen za istraživanje je analiza sadržaja i komparativna metoda. Analiza pokazuje da nasilna komunikacija dominira u tabloidnim medijima, dok je u ozbiljnoj štampi gotovo nema. Agresivna komunikacija se javlja kada se izveštava o negativnim događajima kao što su saobraćajne nezgode i saobraćajni prekršaji. Kao sredstvo za nasilnu komunikaciju najčešće se koristi žargonski jezik i hiperbola. Istovremeno primećeno je da je tema saobraćaja dominantinija u tabloidnim medijima. Jedino dnevni list Večernje novosti podjednaku pažnju poklanja i vestima iz crne hronike koji se odnose na saobraćaj, ali i servisnim informacijama koje su važne čitaocima.

Ključne reči: nasilna komunikacija, dnevne novine, medijski diskurs, tabloidi, saobraćaj

¹ Kontakt sa autorom: nikola.perisic.fpn@gmail.com

Uvod

Rad prikazuje analizu naslovnih strana dnevnih novina (Alo, Blic, Danas, Informer, Kurir, Politika i Večernje novosti) u oblasti saobraćaja. Analizirano je u kojoj meri je prisutna nasilna komunikacija kada se u štampanim medijima govori o temi saobraćaja, u kom obliku se primenjuje i za koju vrstu štampe je karakteristična. Takođe, će biti predstavljene vrste reči i stilske figure koje se najčešće koriste za nasilnu komunikaciju. Treba naglasiti, da tema saobraćaja predstavlja jednu od najosetljivijih tema o kojima mediji izveštavaju, jer se neretko dešava da treba preneti informaciju da je neko nastradao i/ili da je povređen. Tom prilikom bi trebalo da se poštuju osnovna načela standarda medijske etike i ne bi trebalo da se na senzacionalistički način prenose takve vesti. Uzorak koji je odabran za analizu je period od 1. januara do 31. decembra 2020. godine, ta godina je bila specifična zbog skoro dvomesečnog vanrednog stanja u Srbiji koje je prouzrokovano epidemijom virusa korona. Upravo iz tog razloga treba imati u vidu činjenice da je u tom periodu bio smanjen intenzitet saobraćaja što je posledično dovelo da manjeg broja nezgoda, kao i da su medijski sve teme bile mnogo manje zastupljene jer je u žiži izveštavanja bila epidemija.

Glavna hipoteza na kojoj je zasnovan rad jeste da su tabloidni mediji skloniji nasilnoj komunikaciji pošto u toj vrsti štampe dominira senzacionalizam. Sadržaj koji tabloidi nude baziran je tehnikama šokiranja publike (Brakus, 2016). Uz to, Stanojević zapaža da „jezička globalizacija teži novom seznacionalizmu” (Stanojević, 2009). Zasiurno je da je jedan od elemenata na kome se zasniva ta šokantnost nasilan jezik i da upravo upotreba takvog stila komunikacije dovodi do postizanja cilja kojem streme tabloidni mediji. Takođe, ta hipoteza je utemeljena i na činjenici da tabloidni mediji u većoj meri krše standarde medijske etike prilikom izveštavanja (Hromadžić, 2013). To potkrepljuju i podaci Savet za štampu koji je utvrdio da je tokom 2021. u 80 tekstova u novinama i na portalima prekršen „Kodeks novinara”, a od toga je 51 tekst objavljen u tabloidnim medijima (Savet za štampu, 2021). Odsustvo etike se može povezati sa senzacionalnim jezikom koji neretko svoje korene ima u nasilnoj komunikaciji.

Kako bi se na što bolji način odgovorilo na postavljenu hipotezu u radu, za izradu istraživanja će biti korišćena metoda analiza sadržaja i komparativna metoda zahvaljujući kojima će moći da se uporede razlike između tabloidne i ozbiljne štampe.

Metodologija i uzorak

Kao što je naznačeno u uvodnom delu, kao metodi za ovo istraživanje korišćene su analiza sadržaja i komparativna metoda. Analiza sadržaja je odabrana kao jedna od najboljih metoda za istraživanja koja se odnose na napisane reči, dok je komparativni metod odabran kako bi se na najbolji način uporedio stil komunikacije između analiziranih novina i između tri grupe u koje možemo da ih svrstamo na osnovu njihovih drugih karakteristika, a to su: tabloidna štampa (Alo, Informer, Kurir i Blic), referentna (ozbiljna) štampa (Danas, i Politika) i polutabloidi (Večernje novosti). Period koji je obuhvaćen je cela 2020. godina, a jedinica analize rada jesu naslovi iz sedam dnevnih novina koji se odnose na događaje prilikom izveštavanja o temi saobraćaja. Ta jedinica analize je odabrana iz dva razloga: prvo, naslovima se pridobija pažnja čitalaca, a drugo, u naslovima se nalazi suština događaja koji se opisuje u ostatku vesti. Drugim rečima, naslov predstavlja okosnicu svakog teksta, samim tim i novinarskog (Glišović, 2014).

„Karakteristika po kojoj se plan istraživanja u analizi sadržaja razlikuje od drugih metoda je zahtev za osetljivošću prema društvenom kontekstu” (Krippendorff, 1981; 22). On daje više definicija analize sadržaja, ali je najpreciznija njegova poslednja definicija: „Analiza sadržaja je istraživačka tehnika za izvođenje ponovljivih i valjanih zaključaka iz tekstova (ili druge smislene materije) u kontekstima njihove upotrebe” (Krippendorff, 2004; 18). Osnivač teorije kultivacije Gerbner (Gerbner) ističe potrebu proučavanja latentnog sadržaja poruke navodeći da je cilj svake analize sadržaja da osvetli ili da omogući zaključke o nečemu što drugačije nije očigledno (Gerbner, 1969). Gredelj takođe daje jasnu definiciju u kojoj kaže da je „analiza sadržaja istraživački postupak kojim se stvara objektivna i sistematična iskustvena građa o sadržaju društvenog komuniciranja, koja omogućuje izvođenje relevantnih zaključaka o društvenom kontekstu u kojem se komuniciranje odvija” (Gredelj, 1969; 212). Najsveobuhvatniju i najprecizniju definiciju analize sadržaja daje Đuro Šušnjić koji kaže „analiza sadržaja je istraživačka metoda pomoću koje na sistematičan, kvantitativan i objektivan način dolazimo do podataka o sadržaju poruke, o odašiljaču poruke, o primaocu poruke i o efektu poruke” (Šušnjić, 1973; 247). Naposljetku, analiza sadržaja treba da objasni ili razume sadržaj proučavanog vida komunikacije tako što će ga posmatrati u vezi sa demografskim i drugim obeležjima odašiljača i primalaca poruke, nastojeći da utvrdi kakav mu smisao i

značenje oni pridaju i imajući u vidu društveni kontekst, prostorni i vremenski okvir u kom je stvoren i upotrebljen (Berelson, 1952).

Drugi metod koji će pomoći u izradi ovog rada je komparativni metod, ta metoda je rasprostranjena u društvenim naukama i često se koristi. Usporedna metoda omogućava da se stvari stave u kontekst zahvaljujući kome se može interpretirati sadržaj analize i omogućava da se dobijeni rezultati povežu sa drugim spoznajama (Lalić Novak, 2015). Upravo zbog toga je potrebno da naše istraživanje stavimo u kontekst vrste novina koje koriste jezik agresivne komunikacije i da istražimo koje su to reči koje se upotrebljavaju za taj stil.

Teorijski okvir

Mnoga istraživanja tokom XX veka pokazala su da je negativnost jedna od osnovnih odlika vesti, odnosno, da događaj koga karakteriše negativnost poput ubistva, smrti ili povrede ima daleko veće šanse da postane vest (Keepinger i Ehming, 2006). Tačnije, ubistvo i smrt dobijaju najveći publicitet u medijima (Lundman, 2003). Ta negativnost na kojoj mediji insistiraju postala je trend krajem XX veka (Paterson, 1997). Ipak, treba imati u vidu da je još istraživanje Karlosa Merza (Carlos Merz) iz 1925. godine pokazalo da je jedan od elemenata koji karakteriše vesti „napetost” (Kuncizk i Zipfel, 2006). Iz svega navedenog možemo da zaključim da se u medijima tema saobraćaja najčešće obrađuje kada se desi neka nezgoda u kojoj ima poginulih ili povređenih osoba.

Pojam nasilja nije lako definisati, jer postoje različita određenja i vrste. Nažalost u sve većoj meri i na sve više različitih mesta primećujemo nasilje. Tako ne treba da čudi što pojedini teoretičari smatraju da ljudski život karakteriše nasilje (Benatar, 2006). Dodatna poteškoća nastaje kada je potrebno da se definiše nasilna komunikacija. Taj problem definisanja nasilne komunikacije proizilazi iz činjenica da se nije veliki broj komunikologa bavio ovom temom, kao i da je jezik „živa stvar” što znači da svaku upotrebu reči treba posmatrati u zasebnom kontekstu. Jezička agresivnost može da se odredi kao ometanje deliberativnog toka razgovora (Đorđević, 1984). Odnosno, Stanojević govori da nasilnu komunikaciju karakteriše „nesrazmera između osećajnosti i retoričkih mogućnosti ili htenja da se ta osećajnost saopšti” (Stanojević, 2009; 8). S druge strane Rosenberg (Rosenberg) ukazuje na činjenicu kolika je važnost nenasilnog delovanja i komunikacije. Govori o tome kako je podjednako bitno da svi ljudski odnosi, u koje definitivno spada i međusobna komunikacija, budu lišeni svih

vidova nasilja, kako ona navodi i fizičkog, ali i duhovnog (Rozenberg, 2002). Odnosno, Rozenberg smatra da nasilna komunikacija može da dovede do protivljenja, nesaradnje i otpora (Rozenberg, 1996). Dakle, upravo na tom postulatlu treba posmatrati i medijsku komunikaciju. U smislu ideal-tipske medijske komunikacije u treba težiti da ona bude lišena duhovnog nasilja. Ipak, ono što najčešće imamo prilike da vidimo u medijima sasvim je suprotno od onoga što smo postavili kao idealtipsku medijsku komunikaciju. Nasilnu komunikaciju još odlikuje bezlično komuniciranje, insistiranje na moralnim sudovima i poređenjima, kao i odsustvo odgovornosti za javno izgovorenu reč, a često završava i u govoru mržnje (Šramova, 2014). Gotovo sve navedene elemente možemo primetiti na medijskoj sceni u Srbiji, dok Stanojević posebno ističe nepostojanje odgovornosti kao glavnu karakteristiku srpskih medija (Stanojević, 2013).

Da bismo dodatno približili pojam nasilne komunikacije možda je najbolje da damo Rozenbergov prikaz o tome šta karakteriše nenasilnu komunikaciju. Smatra da je potrebno da postoji jasno i iskreno izražavanje, koje će biti zasnovano na poštovanju i empatiji prema drugoj osobi. Takođe, dodaje da je potrebno da poruke budu kontrolisane, a ne omalovažavajuće (Rozenberg, 2002). Drugim rečima, nenasilnu komunikaciju treba da karakteriše uvažavanje prava svih pojedinaca bez nanošenja štete bilo kome (Pipas i Jaradat, 2010).

Povećani trend nasilne komunikacije na našoj medijskoj sceni potkrepljuje i istraživanje iz 2019. godine koje je sproveo Centar za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost (CEPROM), u kojem se zaključuje da prosečno 644 medijska teksta svakog dana sadrži elemente agresivne komunikacije, što znači da jedan medij tokom jednog dana u proseku objavi 23 teksta koji sadrže elemente agresivne komunikacije (CEPROM, 2019). Stručnjaci ukazuju na činjenicu da takvo medijsko izveštavanje za posledicu može da ima porast nasilja u svakodnevnim oblicima života, jer psihološka istraživanja pokazuju da postoji jasna veza između medija i kreiranja stavova, vrednosti i ponašanja kod ljudi (Milošević i Đorđević, 2019). To potkrepljuje empirijsko istraživanje sprovedeno u Sjedinjenim Američkim Državama još krajem sedamdesetih godina XX veka. Naime, pokazana je veza između nasilne medijske komunikacije i upotrebe verbalnog i fizičkog nasilja koje pojedinci upražnjavaju u svakodnevnim situacijama (Murray, 2005).

Stanojević smatra da je na takvu vrstu medijske komunikacije uticala činjenica da se sam jezik vulgarizovao i da se to preslikalo u medije (CEPROM,

2019). To je jasan pokazatelj koliku odgovornost imaju mediji i koliko je stil komunikacije koji oni biraju značajan i utiče na kreiranje svih odnosa unutar jednog društva. Ta odgovornost medija proizilazi iz činjenici da je u današnjim okolnostima uloga medija izmenjena. Mediji više nisu samo distributeri informacija, već imaju i ulogu „proizvođača, kontrolora i vlasnika informacija” (Koković, 2007; 114). Upravo na osnovu te novonastale uloge medija i njihove povećane odgovornosti medijski eksperti su prepoznali problem nasilnog komuniciranja u medijima i „već više decenija ukazuju na njega” (Terek, 2020; 43). Još jedan od argumenata zbog kojeg bi mediji trebalo da razmisle o smanjenju intenziteta nasilne komunikacije jeste činjenica da poslednja medijska istraživanja pokazuju da publika manje uživa u medijskim sadržajima u kojima je prisutna agresivna komunikacija (Weaver, 2011).

Analiza

U vremenskom periodu koji je uzet za analizu, a to je čitava 2020. godine u analiziranoj dnevnoj štampi (listovi: Alo, Blic, Danas, Informer, Kurir, Politika i Večernje novosti) zabeleženo je 1 672 naslova i samim tim isto toliko vesti ili izveštaja koje se odnose na temu saobraćaja. Dakle, monitoring je obuhvatio 366 dana sa 1 672 naslova vesti ili izveštaja koji su se odnosili na temu saobraćaja. Odnosno, u proseku se o temi saobraćaj govorilo kroz nešto više od četiri novinarska teksta dnevno, tačnije to je manje od jednog teksta po dnevnim novinama koje su analizirane. Mada treba imati u vidu i činjenicu da dnevne novine ne izlaze tokom prazničnih dana kao što su Božić, Uskrs ili Nova godina. U Tabeli 1 je prikazano koliko je svaka analizirana dnevna novina imala vesti i/ili izveštaja o saobraćaju tokom cele 2020. godine. Iz Tabele 1 se vidi da su *Večernje novosti* prednjačile u izveštavanju o temi saobraćaja tokom 2020. godine (ukupno 513 novinarskih tekstovai), što nije iznenađujuće jer *Večernje novosti* obrađuju i servisne informacije koje se odnose na saobraćaj, ali izveštavaju i o saobraćajnim nezgodama i prekršajima. Dnevni listovi *Danas* i *Blic* imali su najmanje tekstova o saobraćaju u analiziranom periodu, 89, odnosno 142 vesti i/ili izveštaja. Treba imati u vidu i činjenicu da je u periodu od 15. marta do 6. maja 2020. godine u Srbiji na snazi bilo vanredno stanje zbog virusa korone. U tom delu 2020. zabeležen je manji broj novinarskih tekstova koji su bile u vezi sa saobraćajem, a kada ih je bilo najčešće su se odnosile na pravila koja će važiti u javnom prevozu, kao i u koje vreme će saobraćati javni prevoz zbog toga što se

satnica trajanja policijskog časa menjala. Tako su i naslovi tekstova bili u skladu sa tim informacijama.

Tabela 1

Naziv dnevne novine	Ukupan broj vesti i izveštaja o saobraćaju
Alo	264
Blic	142
Danas	89
Informer	238
Kurir	217
Politika	209
Večernje novosti	513

Žargon i hiperbola u svojstvu nasilne komunikacije

Kako je situacija sa vanrednim stanjem odmicala, bez obzira što je fokus bio na epidemiji a intenzitet saobraćaja smanjen, mediji su u većoj meri nego na početku vanrednog stanja počeli da izveštavaju o temi saobraćaja. Tako se najviše u medijima govorilo o vozačima koji su vozili u alkoholisanom stanju. U dnevnom listu *Kurir* deo naslova je bio „mrtav pijan”; u dnevnim novinama *Alo* rečeno je „naduvao”; dok je u dnevnom listu *Informer* „mortus pijan”. Kada je reč o saobraćajnim prekršajima izdvaja se i nasilni stil komunikacije u jednom od naslova u *Večernjim novostima* kada je upotrebljena reč „divljao”. Druga tema u okviru oblasti saobraćaja o kojima su dnevne novine izveštavale odnosila se na saobraćajne nezgode. U dnevnim novinama *Alo* zabeleženi su izrazi poput „zakucao se”; „presekao”; „sleteo u kanal”; „pomahnitali”; „leteo”; „prevrnuo se” ili „naleteo”. U dnevnim novinama *Kurir* i *Informer* primećeno je da se koriste slične reči u naslovima kao što su: „zakucao se”; „uleteo”; „oborio”; „pregazio”; „odleteo”; „zaklati”. U dnevnom listu *Blic* u kojem je primetno najmanje nasilne komunikacije, uz dnevni listi *Danas*, zabeleženo je nekoliko reči koje mogu biti deo nasilne komunikacije kao što su: „pokosio”; „izginuo”; „otišao u smrt”; „sleteo” ili „smrskan”. I u *Večernjim novostima* je zabeleženo nekoliko izraza koji se mogu dovesti u vezu sa nasilnom komunikacijom: „pregazio”; „pokosio”; „odleteo” „otišao u smrt”; „vukao”; „pao”; „prignječio” ... Uz sve navedeno gotov

u svim dnevnim novinama, pogotovu u tabloidnim, neretko se i koriste fraze poput: „crna nedelja”; „crni bilans”; „odvezao se u smrt”; „odleteo u ambis” ili „skrenuo u smrt”.

Ono što je zajednička karakteristika svim ovim delovima naslova je da su skoro svi zabeleženi u tabloidnim novinama ili u polutabloidu *Večernje novosti*. Osim toga zajednička karakteristika svih naslova je da su korišćene hiperbole i žargonski jezik. Hiperbola se može odrediti kao stilska figura gde se koriste reči koje uveličavaju značenje, odnosno prekomerno opisuju stvarno stanje. Osnovna funkcija hiperbole je da pojača utisak (Solar, 2005). Potpunije objašnjenje hiperbole je „izraz kojim se preterivanjem naglašava neka ideja ili emocije, a takođe, se mogu uvećati odlike bića, stvari, pojava ili emocija” (Bagić, 2012; 140). Te elemente možemo da primetimo u izrazima kao što su: „mortus” i „mrtav” pijan, „zakucao se” ili „otišao u smrt”. Nemoguće je da neko bude „mrtav” ili „mortus” pijan. Takođe, preterivanje je i da neko „ode u smrt”. Uz to, preuveličavanje se koristi i prilikom upotrebe sintagme „teška nesreća”. Iz toga se jasno i nedvosmisleno vidi da se radi o preuveličavanju. Naravno, upotreba hiperbole u novinarskim formama ne ukazuje uvek i na upotrebu nasilne komunikacije, ali u našoj analizi postoji povezanost između nasilne komunikacije i upotrebe hiperbole. U većini naslova možemo da primetimo i upotrebu žargonskog jezika. Žargon se definiše kao vrsta reči koja pripada određenoj društvenoj grupi i često se koristi u novinarstvu kao vrsta lukavstva kojim se čitaoci „namame” da se zainteresuju za sadržaj (Životić, 2001). Odnosno, žargon se može odrediti i kao „svaki instrumentalni govor grupe ljudi, staleža ili klasa koji se u svom specifičnom načinu sporazumevanja nastoji odvojiti od standardnog govora, a prapočetak mu se vezuje za govor Roma koji su živeli pod šatrama odakle i potiče sam naziv” (Sabljak, 1981; 68). Tako da se takav stilistiki i komunikacioni postupaka medija u potpunosti uklapa u Stanojevićev opis medija da „kolokvijalizacija postaje sve očitija” (Stanojević, 2009; 8). Reči koje su mogu svrstati u takve izraze su: „mrtav”; „mortus” „naducao”; „presekao”; „zakucao se” i „divljao”.

Posebno treba istaći dan 28. mart kada je više dnevnih novina izveštavalo o istom događaju. To je najbolji primer na osnovu kojeg se može izvršiti uporedna analiza među naslovima različitih dnevnih novina. Nezgoda u kojoj je vozač kombija usmrtio devojčicu desila se dan ranije, 27. marta. O tom događaju su izvestili *Kurir*, *Informer* i *Večernje novosti*. Dnevne novine *Kurir* i *Informer* kon-

statovali su da je kombi „pregazio” devojčicu, što se može svrstati u agresivnu komunikaciju jer svakako postoji prikladniji izbor reči da se taj događaj predstavi javnosti. Ipak, uočava se da je list *Večernje novosti*, koji se ne može smatrati u potpunosti tabloidom, koristio nasilniju komunikaciju od tabloidnih medija jer su upotrebili reč „pokosio”.

Positivan primer je mogao da bude naslov iz tabloida *Alo* koji je 16. juna 2020. u naslovu sugerisao da je žena poginula jer nije vezala pojas. Takav naslov može da ima edukativan karakter, što svakako jeste jedno od svojstava medija. Međutim, i u takvom naslovu beležimo nasilnu komunikaciju jer je upotrebljena sintagma „sletela s puta”, a naslov u celosti je glasio: „Sletela s puta bez vezanog pojasa”. Dovoljno bi bilo reći: „Žena poginula u saobraćajnoj nezgodi zbog nevezivanja pojasa”.

Tabloidi kao nosioci agresivne komunikacije u medijima

Istraživanje je pokazalo da tabloidni mediji u mnogo većoj meri upotrebljavaju nasilnu komunikaciju. Monitoring pokazuje da u agresivnoj komunikaciji prednjače dnevni listovi *Alo*, *Kurir* i *Informer*. Dnevni list *Blic* nije u tolikoj meri koristio nasilnu komunikaciju kada su u pitanju naslovi u vezi sa tekstovima koji se odnose na temu saobraćaja. Tabloidna štampa se od druge razlikuje pre svega po formatu, jer su tabloidi manjih štampanih dimenzija koje su obično u formatu A3 (Weiner, 1990). Istovremeno, tabloidne novine imaju manje teksta i više fotografija, koje su najčešće velikog formata. Uz sve to postoji razlika i u načinu komuniciranja. Za tabloide je karakterističan senzacionalizam koji kod ljudi treba da izazove burne reakcije zaprepašćenosti (Valić Nedeljković, 2009). Tačnije tabloidne medije odlikuje: sveukupno smanjenje novinarskih standarda, manje analitičkih tekstova, a više interpretativnih koji se odnose na „meke” teme kao što je zabava, estrada ili sport (Kurtz, 1993). Odnosno drugim rečima, „degradiraju relevantne vesti” (Watson i Hill, 2000; 307). Ne treba da iznenađuje činjenica da je istraživanje pokazalo da tabloidnim medijima dominira nasilna komunikacija.

Kod dnevnog lista *Večernje novosti*, uočeno je najobimnije korišćenje nasilne komunikacije (236 naslova sadrže elemente nasilne komunikacije). To treba dovesti u vezu sa činjenicom da ju *Večernjim novostima* bilo najviše informacija o saobraćaju, ali i da se, po svojoj prirodi svrstavaju u polutabloid (Malešević, 2018). Korišćeni su sledeći izrazi da bi se prenele te informacije

čitaocima: „pregazio”; „otišao u smrt” i „pokosio”. Najslikovitiji primer prednjačenja tabloidnih medija u nasilnoj komunikaciji može se videti na primeru dnevnih novina *Informer* i *Kurir* koji su imali identičan naslov 15. septembra 2020. godine. U *Informeru* naslov je glasio: „Devojčica posetila oca u zatvoru, pa stradala u udesu”; dok je u *Kuriru* naslov glasio: „Devojčica posetila oca u zatvoru, pa poginula”. Ovde primećujemo upotrebu nasilne komunikacije koji se ogleda u naglašavanju nepotrebnih detalja kako bi se kod publike izazvala dodatna emocionalna reakcija. S druge strane primećeno je da trend nasilne komunikacije više nije isključivo odlika tabloidnih medija, a to nam najbolje pokazuje primer od 28. marta 2020. godine gde su tabloidni mediji bili „blaži” u upotrebi nasilne komunikacije od *Večernjih novosti* kada su izveštavali o smrti devojčice. To nam je jasan pokazatelj da dolazi do tabloidizacije i onih medija koji nisu u potpuno tabloidni. Mirkov objašnjava da je to na delu jer mediji žele da se prilagode masi, a ne pojedincu i zato postoji odsustvo analitičkih tekstova (Mirkov, 2013).

Ipak, taj proces potpune tabloidizacije je primetan samo na primeru *Večernjih novosti*. U dnevnim listovima *Politika* i *Danas* nije uočen gotovo nijedan naslov ili svega nekoliko u kojem je upotrebljena neka reč koja bi se mogla dovesti u vezu sa nasilnom komunikacijom u medijima. U dnevnom listu *Danas* je zabeležen najmanji broj tekstova o saobraćaju u odnosu na sve analizirane novine, svega 89. Ti tekstovi su se, u najvećoj meri, odnosile na servisne informacije kao što su: red vožnje javnog prevoza i nova pravila koja u njima važe zbog epidemije, kao i o informacijama u kojima ulicama su radovi i na kojim linijama javnog saobraćaja ima izmena. Dakle, nijedna vest se nije odnosila na saobraćajne prekršaje ili saobraćajne nezgode. S druge strane dnevni list *Politika* izveštavao je i saobraćajnim nezgodama, ali najčešće na primeren način. Takav njihov stil medijske komunikacije bi trebalo da bude model po kojem bi ostali štampani mediji trebalo da izveštavaju o osetljivim temama kao što su saobraćajne nezgode. U dnevnom listu *Politika* bilo je ukupno 209 novinarskih tekstova koji su se odnosile na temu saobraćaja. Kada se izveštavalo o saobraćajnim nezgodama upotrebljavane su reči kao što je „povređen” ili „poginuo”. Pozitivan primer koji može da ima i edukativni uticaj na čitaoce jeste naslov iz *Politike* od 13. jula 2020. godine: „Prelazio ulicu van pešačkog prelaza i poginuo”. Vidimo da u ovom naslovu nema elemenata senzacionalizma, već je preneto ono što se dogodilo, uz naznačenost značaja da se ulica ne prelazi van pešačkog prelaza.

Jasno je da su te reči informativne, ali u sebi ne sadrže nikakav senzacionalizam i šokantnost. Primeri naslova u *Politici* koji su sadržali nasilnu komunikaciju u sebi su sadržali reči kao što su: „pregazio” i „prevrnuo se”. Na osnovu toga zaključujemo da bi takav način informisanja publike koje gaje *Politika* i *Danas* trebalo da primene i ostali štampani mediji. Ipak, treba imati u vidu da je dnevni list *Danas* najviše informisao o servisnim informacije, a najmanje o saobraćajnim prekršajima i nezgodama. Dnevni list *Blic* s obzirom na to da ima tabloidne odlike, iznenađuje manje prisustvo nasilne medijske komunikacije nego u drugim tabloidnim novinama, pa i u odnosu na *Večernje novosti* koje smatramo polutabloidom. U *Blicu* je uočeno samo nekoliko naslova, tačnije 24, koji se mogu dovesti u vezu sa agresivnom komunikacijom, a to su naslovi u kojima su sadržane reč „oborio”; „izginuo”; „sleteo”. U drugim naslovima, kada su izveštavali o saobraćajnim nezgodama, bili su vrlo obazrivi prilikom izbora reči, što svakako daje nadu da će sličan model možda slediti i neki drugi tabloidni mediji.

Tabela 2

Naziv dnevne novine	Broj naslova u kojima su primećeni elementi nasilne komunikacije
Alo	73
Blic	24
Danas	0
Informer	88
Kurir	81
Politika	9
Večernje novosti	236

Završna razmatranja

Na osnovu izvršene analize sedam dnevnih novina i njihovih naslova koji su se odnosili na temu saobraćaja tokom 2020. godine možemo zaključiti da je potvrđena hipoteza koja je bila zasnovana na tome da su tabloidni mediji skloniji upotrebi nasilne medijske komunikacije. To nam poakzuje i empirijski prizak iz Tabele 2. Međutim, istovremeno je zabeleženo da u dnevnim novinama *Večernje novosti* postoji trend agresivne komunikacije. S druge strane najmanje nasilne

komunikacije primećeno je u dnevnom listu *Blic* koje imaju svojstva tabloida. Važan zaključak ovog rada, jeste da postoji jasna veza između tabloidnih medija i nasilne medijske komunikacije. Za takav stil komuniciranja se odlučuju kako bi izazvali emocije kod čitalaca, pre svega senzacionalizam i šokantnost. U istraživanju o nasilnoj komunikaciji u medijima koje je sproveo Centar za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost (CEPROM) 2019. godine primćena je dominacija reči kao što su „jezivo” ili „brutalno”, ipak, u našem istraživanju su primetnije nešto blaže reči poput „zakucao se”; „naduvao”; „mrtav” i slično... Ipak, u dnevnom listu *Kurir* u septembru 2020. uočen je jedan naslov koji koristi reč „horor”. Naslovi koji su možda bili i najuznemirujući u 2020. godini kada je reč o izveštavanju o temi saobraćaja su naslovi u dnevnom listu *Informer* koji su glasili: „Džip ga prignječio uz ogradu, a žica ga zaklala” i „Deca vrištala i gledala kako im voz ubija roditelje”. Mediji kada koriste nasilnu komunikaciju najčešće to rade uz pomoć hiperbola ili upotrebom žargonskog jezika, mada neretko kombinuju na ta dva stila. Na taj način postižu svoj osnovni cilj, a to je izazivanje emocija kod čitalaca.

U tabloidnim medijima zabeležen je veći broj novinarskih tekstova u vezi sa saobraćajem. Takođe, to je podatak koji ne iznenađuje jer se o temi saobraćaja najčešće govori kada se desi nešto loše i kada ima poginulih i povređenih. *Večernje novosti* su tokom 2020. godine objavili najveći broj tekstova koji je u vezi sa temom saobraćaja – 513. Možemo reći da je po sredi potpuna tabloidizacija lista koji je nekada bio svrstan u polutabloidnu štampu. Taj proces se upravo pripisuje medijima koji iz ozbiljne štampe prelaze u tabloidne (Esser, 1999). Medijski eksperti smatraju da do tabloidzacije medija dolazi kada „profesionalni standardi novinara opadaju” (Alotaibi, 2013). Ipak, situaciju *Večernjih novosti* može da se objasni i činjenicom da, osim negativnih vesti koje sadrže izveštavanja o saobraćajnim nezgodama, postoje i servisne informacije u vezi sa saobraćajem kao što je na primer promena reda vožnje javnog prevoza ili režima saobraćaja zbog izvođenja građevinskih radova u pojedinim ulicama. U dnevnom listu *Danas* je bilo najmanje tekstova koji su se odnosili na temu saobraćaj.

Ono što jeste negativno u medijima svakako je postojanje nasilne komunikacije. Od ukupno 1 672 analizirana naslova u 511 primetna je agresivna komunikacija što nas navodi na zaključak da je u više od četvrtine analiziranih naslova korišćena nasilna komunikacija. Kao što smo prikazli, agresivna medijska komunikacija može da ima dalekosežne posledice na sve elemente društva i

na svakodnevni život. Nasilna komunikacija ne treba da bude podrazumevana jer se u tom slučaju gubi potencijal što može izazvati barijere u komunikaciji na dugoročnom planu (Bishop, 2013). Sam cilj komunikacije treba da bude potpuno drugačiji. Cilj komunikacije je da reši probleme i postigne maksimalne rezultate u međuljudskim odnosima i drugim društvenim strukturama koje nas okružuju (Pipas i Jaradat, 2010). Samo u slučaju da se iz medija potpuno eliminiše nasilna komunikacija može da se obezbedi primarna uloga medija, a to je da posreduje u komunikaciji i na neutralan način informiše publiku (Dulčić, 2013).

Literatura

- Alotaibi, N. N. (2013). An analysis of the implications of the growing tabloidization of news coverage on democratic politics. *European Scientific Journal*, 9, 185-195.
- Bagić, K. (2012). *Rječnik stiskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
- Benatar, D. (2006). *Better never to have been: The harm of coming into existence*. Cape Town: Oxford University Press.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe Ill: Free Press.
- Bishop, S. (2013). *Develop your assertiveness*. London: Kogan Page Limited.
- Brakus, I. (2016). The legitimacy of the profit motive in the context of the media and informing. *Medijski dijalozi*, 10, 95-101.
- CEPROM (2019). Preuzeto 5. septembra 2022. sa <https://www.ceprom.rs/2020/12/30/agresivna-komunikacija-na-internetu-je-ogledalo-naseg-drustva/>
- Dulčić, D. (2014). Masovni mediji i postmoderno društvo. *Media, culture and public relations*, 5, 87-97.
- Đorđević, B. (1984). *Elementi srpskohrvatske dikcije*. Beograd: Univerzitet umetnosti.
- Esser, F. (1999). Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14, 291-325.
- Gerbner, G. (1969). Preface, U: Holsti, O., Krippendorff, K., William J. Paisleyand, W., Stone, P. *The Analysis of Communication Content: Developments*

- in Scientific Theories and Computer Techniques* (str. 209-232). New York: John Wiley and Sons.
- Glišović, L. (2014). U naslovima ništa novo: Uloga aluzije kao manifestacija intertekstualnosti u novinskim naslovima na primeru nemačke štampe. *CM*, 31, 59-72.
- Gredelj, S. (1986). *S onu stranu ogledala*. Beograd: Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije.
- Hromadžić, H. (2013). Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti. *Croatian Political Science Review*, 50, 60-74.
- Kepplinger, H.M., i Ehimg, S.C. (2006). Predicting news decisions. An empirical test of the two-component theory of news selection.
- Koković, D. (2004). *Društvo i medijski izazovi*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Krippendorff, K. (1981). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. London: SAGE Publications.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. London: SAGE Publications.
- Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006). *Uvod o znanost o medijima i komuniologiji*. Zagreb: Friedrich Ebert.
- Kurtz, H. (1993). *Media Circus – The Trouble with America's Newspapers*. New York: Random House.
- Lundman, R.J. (2003). The Newsworthiness and Selection Bias in News about Murder: Comparative and Relative Effects of Novelty and Race and Gender Typifications on Newspaper Coverage of Homicide. *Sociological Forum*, 18, 357-386.
- Malešević, K. (2018). (Ne)odgovornost novinara u izveštavanju o osetljivim društvenim grupama u štampanim medijima. *CM*, 42, 27-56.
- Mirkov, L. (2013). Preuzeto 8. septembra 2022. sa <https://rs.ejo-online.eu/novinarstvo/narativno-informisanje>
- Murray, J. (2005). *Media violence – The effects are both real and strong*. Kansas city: Kansas State University.
- Paterson, T. (1997). The News Media: An Effective Political Actor?.
- Pipas, M. i Jaradat, M. (2010). Assertive communication skills. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12, 649-656.
- Rozenberg, M. (1996). *Jedan model nenasilne komunikacije*. Beograd: Cicero.

- Rozenberg, M. (2002). *Jezik saosećanja: nenasilna komunikacija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Sabljak, T. (1981). *Rječnik šatrovačkog govora*. Zagreb: Globus.
- Savet za štampu (2021). Preuzeto 16. novembra 2022. sa <https://savetzastampu.rs/izvestaji/izvestaj-o-radu-saveta-za-stampu-u-2021-godini/>
- Solar, M. (2005). *Teorija književnosti*. Zagreb: Školska knjiga.
- Stanojević, D. (2009). Jezik i moć medija. *CM*, 13, 81-96.
- Stanojević, D. (2009). *Medijska eristika i javni diskurs*. Beograd: Serbika.
- Šramova, B. (2014). Aggressive marketing, consumer kids and stereotyping of media contents. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 140, 255-259.
- Šušnjić, Đ. (1973). *Kritika sociološke metode*. Niš: Gradina.
- Terek, L. (2020). Nasilni oblici ponašanja u rijaliti-šou „Parovi”. *CM*, 48, 37-67.
- Valić Nedeljković, D. (2009). Tabloidizacija medija u Srbiji. *Medijski dijalozi*, 2, 15-26.
- Watson, J. i Hill, A. (2000). *Dictionary of Media & Communication Studies*. London: Arnold Student Reference.
- Weaver, A. (2011). A Meta-Analytical Review of Selective Exprouse to and the Enjoyment of Media Vioelence. *Journa of Broadcasting & Electronic Media*, 55, 232-250.
- Weiner, R. (1990.), *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: Prentice Hall.
- Životić, R. (2001). *Izražavanje novinara*. Beograd: Savremena administracija.

Nikola Perišić

Institute of Political Studies, Belgrade

VIOLENT COMMUNICATION IN THE HEADLINES OF DAILY NEWSPAPERS ON THE SUBJECT OF TRAFFIC DURING 2020 IN THE REPUBLIC OF SERBIA

Abstract: *The paper deals with the elements of violent communication in the headlines of daily newspapers in Serbia when it comes to the topic of traffic. Recent media research in Serbia shows a trend of increasing aggressive communication in the media, which has far-reaching consequences for all elements of society. The time sample for which the analysis was performed is the entire year 2020, which was specific because for almost two months a state of emergency was introduced due to the corona virus. The aim of the work is to indicate how much and in what way the use of violent language is noticeable in the daily press, as well as that it is applied in sensitive topics such as the topic of traffic where, according to the standards of professional media ethics, there should be respect for the victims, the injured and their families. The method used for research is content analysis and comparative method. The analysis shows that violent communication dominates in the tabloid media, while it is almost absent in the serious press. Aggressive communication occurs when reporting negative events such as traffic accidents and traffic violations. Jargon language and hyperbole are most often used as a tool for violent communication. Indeed, it was noticed that the topic of traffic is more dominant in the tabloid media. Only the daily newspaper Večernje novosti pays equal attention to news from the black chronicle related to traffic, but also to service information that is important to readers.*

Key words: *violent communication, daily newspapers, media discourse, tabloids, traffic*

Uloga digitalnih medija u socijalizaciji dece

Jovana Rančić¹

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

DOI: 10.5937/cm17-32342

Sažetak: Tema rada je uloga digitalnih medija u procesu socijalizacije dece. Digitalni mediji postaju sve značajniji agens socijalizacije, neizostavan su deo svakodnevice i kao takvi umnogome utiču na naš identitet, razmišljanja, politička uverenja, imidž. Deca su najpodložnija medijskom uticaju kojem su izložena. Dostupna istraživanja pokrenuta na ovu temu pokazuju da deca svoje slobodno vreme najčešće provode uz medijske sadržaje. Cilj rada je na osnovu sekundarne analize literature predstaviti neke od rizika i benefita upotrebe digitalnih medija, ali i ukazati na značaj medijske pismenosti i vaspitnih kompetencija roditelja u oblasti zaštite dece od štetnih posledica upotrebe digitalnih medija. Rizici upotrebe ne dovode se u vezu samo sa vremenom provedenim uz digitalne medije, već sa kvalitetom sadržaja koji deca biraju. Predstavljeni rizici upotrebe digitalnih medija odnose se na nasilni i neprimeren sadržaj, teoriju socijalnog poređenja i bezbedonosne pretnje. Benefiti upotrebe digitalnih medija uglavnom podrazumevaju procese učenja.

Medijska pismenost i medijska pedagogija kao interdisciplinarnе oblasti, važne su u formiranju kritičkog stava prema medijskom diskursu u ranoj starosnoj dobi. Njihovo uključivanje u obrazovne sisteme doprineće razvoju demokratskih vrednosti u društvu i borbi protiv rasnih, verskih, rodniх i drugih stereotipa. Vaspitne kompetencije roditelja i roditeljska medijacija važni su činioci u zaštiti dece od rizika sa kojima se suočavaju na digitalnim platformama. Od brojnih tipova roditeljske medijacije u kontrolisanju dečijeg pristupa digitalnim medijima i korišćenja različitih aplikacija i alata u te svrhe, kao izrazito delotvorna metoda preporučuje se razgovor o opasnostima korišćenja različitih medijskih sadržaja i zajednička upotreba digitalnih medija.

Ključne reči: deca, digitalni mediji, medijska pismenost, medijsko obrazovanje, socijalizacija, roditeljska medijacija

¹ Kontakt sa autorkom: rancicjovana@gmail.com

1. Uvodna razmatranja

Mediji utiču na svakodnevni život tako što učestvuju u oblikovanju društvenih stavova, normi ponašanja i u izgradnji identiteta. Pojedini ljudi veći deo slobodnog vremena provode uz korišćenje tradicionalnih i novih, odnosno digitalnih medija. Njihovom uticaju najpodložnija su deca (Marić & Sivrić, 2013). S obzirom na činjenicu da su od najranijeg uzrasta izložena savremenoj informaciono-komunikacionoj tehnologiji, može se reći da je odrastanje današnjih generacija zapravo medijalizovano odrastanje. Svakodnevna upotreba digitalnih medija donela je brojne promene u životima dece, pre svega uticala na slobodno vreme, a nekadašnju interakciju sa vršnjacima sve češće zamenjuje nova, virtuelna zabava i komunikacija posredovana internetom. Digitalni mediji deci omogućuju trenutni pristup informacijama, zabavnom sadržaju i društvenoj interakciji (Reid-Chassiakos et al., 2016). Osim pristupa, digitalni mediji otvaraju mogućnosti za kreiranje sadržaja i uključuju različite medijske formate poput teksta, videa, audio zapisa i fotografija.

„Pod novim medijima podrazumevamo uređaje koje koristimo za komunikaciju, prenošenje informacija, aktivnosti i prakse u kojima se ljudi angažuju da komuniciraju ili dele informacije, kao i društvene angažmane ili organizacione oblike koji se razvijaju oko tih oblika i praksi.” (Lievrouw & Livingstone, 2006:2)

Od sporednog agensa socijalizacije, digitalni mediji postaju veoma važni u vaspitanju i socijalizaciji mlađih generacija, dok se uloga nekadašnjih primarnih agenasa, porodice i škole, menja. U okolnostima izazvanim virusom Kovid-19 (COVID-19) i propisanih mera zaštite, koji su uključivali i ograničeno kretanje i ograničenu socijalnu interakciju, povećana je upotreba digitalnih medija za 61 odsto (Biglbauer & Korajlija, 2020:419). Intenzivirana upotreba digitalnih medija kod dece, pojačala je postojeće strahove roditelja o rizicima njihove upotrebe. U prvom poglavlju biće prikazani rezultati studija o upotrebi digitalnih medija kod dece i specifičnosti medijalizovanog odrastanja. Zatim, biće opisani načini na koje najmlađi najčešće koriste digitalne medije, ulasku medija u svakodnevni život i izmenjenu društvenu interakciju.

Drugi deo rada odnosi se na rizike i benefite korišćenja digitalnih medija. U delu posvećenom rizicima, kroz prikaz različitih istraživanja, biće reči o uticaju digitalnih medija na psihofizički razvoj dece. Zatim, kroz *teoriju o socijalnom*

poređenju, govoriću o uticaju digitalnih medija na pojavu negativnih emocija. Deo rada se odnosi i na vezu medijskog sadržaja i nasilja i probleme koje istraživači uočavaju kada je reč o predstavljanju nasilja. Pored toga, biće prikazana istraživanja koja potvrđuju vezu između gledanja nasilnog sadržaja i manifestacije nasilja. Naposljetku, na osnovu sekundarne analize literature biće dat kratak opšti pregled pozitivnih aspekata upotrebe digitalnih medija kod dece.

S obzirom na sve veću socijalizatorsku ulogu medija, naročit značaj u radu dat je medijskoj pismenosti i njenoj ulozi u formiranju kritičkog razmišljanja kod dece. Biće reči i o ciljevima uvođenja medijske pismenosti u školske sisteme, šta sve ona u sebe uključuje i kad je njen značaj najpre prepoznat, kao i koja se pitanja najčešće postavljaju kada je reč o kritičkom osveščivanju zarad učinkovitijeg tumačenja medijskih narativa, uspešnog prepoznavanja različitih vrsta manipulacije, lažnih vesti i drugih. Uključivanje kritičke medijske pedagogije u obrazovne sisteme važno je i za učvrščivanje demokratskih tendencija u društvu i borbu protiv rasnih, etničkih, verskih i drugih stereotipa. Jedan segment ovog poglavlja biće posvećen vaspitnim kompetencijama roditelja i njihovom značaju u zaštiti dece od rizika prilikom korišćenja digitalnih medija. Kroz pregled tipova roditeljskih medijacija, biće predstavljeni vidovi kontrole dečijeg pristupa digitalnim medijima za koje se roditelji opredeljuju.

2. Upotreba digitalnih medija kod dece

Umreženo društvo je napravilo čitavu revoluciju u komunikaciji (Kastels, 2009). Jan van Dajk (Jan van Dijk), autor knjige *Umreženo društvo (Network Society)*, o umreženosti nastaloj posredstvom interneta govori kao o „nervnom sistemu našeg društva, a za očekivati je da će ovaj oblik infrastrukture imati više uticaja na naš društveni i lični život nego što su to imale konstrukcije puteva za prevoz robe i ljudi u prošlom veku” (Vuković, 2012:125). Pojava interneta i digitalnih medija u potpunosti je promenila našu percepciju vremena i prostora. Posredstvom interneta i novih tehnologija stvorena je virtuelna realnost ili virtuelni prostor, odnosno prostor određen tehnologijom (Štambuk, 2010).

Današnje generacije dece, tzv. *digitalni urođenici*, od najranijeg uzrasta koriste digitalne medije koji im neretko zamenjuju igračke. Prema *Konvenciji o pravima deteta*, dete predstavlja osobu mlađu od osamnaest godina.² Pristup

² Član 2 *Konvencije o pravima deteta*. URL: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>

digitalnim medijima je vidljiv u ranom periodu razvoja deteta i istraživači ukazuju je to njihova najduža aktivnost, osim spavanja (Heim et al., 2007). Pojam digitalni urođenici (*digital natives*) skovao je Mark Prenski (Marc Prensky), u svom radu *Digital Natives, Digital Immigrants* (Prensky, 2001). Njime je imenovao generacije koje su odrasle uz tehnologije, a kao njihove specifičnosti navodi osoben stil učenja, primat vizuelnog naspram pisane reči i interaktivnost (Buckinham, 2008:13). Nasuprot njima, Prenski navodi digitalne imigrante (*digital immigrants*), odnosno ljude koji su se kasnije, u poznijem razdoblju života, susreli sa informaciono-komunikacionom tehnologijom (Prensky, 2001).

Slobodno vreme je izuzetno važno za psihofizički razvoj dece; to je *prostor* u kome oni imaju priliku da prošire postojeće i da steknu naviku za permanentnim obrazovanjem (Valić Nedeljković, 2011:130). Karakteristike dečijeg slobodnog vremena prema rečima Dubravke Valić Nedeljković su; reč je o vremenu van škole, deca ga imaju u izobilju u odnosu na odrasle i nemaju dovoljno materijalnih mogućnosti da ga provode shodno svojim interesovanjima i željama (Valić Nedeljković, 2011). Preferencije kada je pristup medijskom sadržaju u pitanju, zavise od više faktora, uključujući pol, godine, socioekonomski status, kulturu i drugo (Heim et al., 2007). Informaciono-komunikaciona tehnologija nudi brojne pogodnosti za decu poput korišćenja obrazovnih resursa ili povezivanja sa vršnjacima, ali i pristup sadržajima neprikladnim za njihov uzrast ili vodi ka ugrožavanju sigurnosti (Kardenfelt, 2017). Digitalni mediji su danas važne institucije socijalizacije. Socijalizacija je „proces pripreme za život u jednoj zajednici putem prihvatanja njenih osnovnih vrednosti” (Milivojević, 2015:61). Agensi su posrednici u procesu socijalizacije, posredstvom njih se norme i obrasci ponašanja prenose na decu (Rot, 2010). U poslednjih dvadeset godina, istraživačka praksa na temu socijalizatorskog uticaja digitalnih medija izveštava o kontradiktornim nalazima. Sa jedne strane, istraživači su ukazali na niz negativnih posledica njihovog korišćenja, poput depresije, zavisnosti od interneta, lošeg uticaja na fizičko zdravlje kao što je gojaznost, poremećaj sna (Buckingham, 2008; Valić Nedeljković et al., 2013). Drugi, pak, isticali su pozitivne strane korišćenja, stavljajući akcenat na socijalne i interaktivne karakteristike, ukazujući na značaj novih načina komunikacije u svrhu stimulacije prijateljstava ili kroz uticaj video igara u podsticanju kognitivnog, emocionalnog i socijalnog razvoja kod dece (Kardenfelt, 2017). Ostali benefiti korišćenja digitalnih medija kada su deca u pitanju odnose se pre svega na njihovu upotrebu u obrazovne svrhe.

Neke od karakteristika digitalnih medija važnih za obrazovnu sferu jesu raznovrsnost i dostupnost informacija, raspoloživost naučnih i obrazovnih sadržaja, učenje na daljinu. Učešće roditelja u *digitalnom mentorstvu* deci jedan je od značajnih preduslova njihovog podsticanja da koriste digitalne medije u kreativne svrhe i uključe potencijale ovih medija u obrazovne procese (Benedetto & Ingrassia, 2020). Važni potencijali korišćenja digitalnih medija od strane dece ogledaju se u tome da deca posredstvom različitih medijskih formata (društvenih mreža, blogova i drugih) dobijaju mogućnost da se njihov glas čuje.

Rezultati istraživanja rađenog 2018. godine pod nazivom *Korišćenje interneta i tehnologije kod dece i mladih u Srbiji* pokazuju da 86 odsto dece u Srbiji skoro svakodnevno koristi internet. Ukoliko uzmemo u obzir starosnu dob, deca od 9 i 10 godina, koja su ujedno bili i najmlađi ispitanici u pomenutom istraživanju, prisutni su na internetu u 65 odsto slučajeva, dok stariji ispitanici uzrasta od 15 do 17 godina pristupaju internet sadržajima svakodnevno u 97 odsto slučajeva. Broj sati koji se dnevno utroši na ove sadržaje je od četiri do sedam časova (Kuzmanović et al., 2019). Neki autori kao što je Sonia Livingstone (Sonia Livingstone) smatra da vreme provedeno na internetu ne ukazuje na problematično korišćenje, već su ključne aktivnosti i kvalitet medija (Livingstone, 2003:3).

„Informacione i komunikacione tehnologije (IKT) spajaju tradicionalno odvojene obrazovne tehnologije – knjige, pisanje, telefon, televiziju, fotografije, baze podataka, igre i još mnogo toga. Kao posledica toga, oni premošćuju oblike znanja i pismenosti i ukrštaju mesta učenja – dom, školu, posao i zajednicu” (Livingstone, 2012:2).

Dosadašnja istraživačka praksa u Srbiji je pokazala da deca digitalne medije koriste u svrhu razonode i zabave, ali i u komunikaciji sa vršnjacima posredstvom društvenih mreža, dok je njihovo korišćenje zarad širenja znanja prisutno u znatno manjem procentu (Kuzmanović et al, 2019; Marković Krstić & Milošević Radulović, 2016; Rančić, 2018). Dagaš Kelner (Douglas Kellner) medije i medijsku kulturu vidi kao dominantne na polju socijalizacije, ističući da u procesu odrastanja na značaju gube nekada primarni agensi, porodica i škola (Kelner, 2004).

3. Uloga digitalnih medija u socijalizaciji dece

3.1. Rizici upotrebe digitalnih medija

S obzirom na uzrast u kome se izlažu medijskim sadržajima, detinjstvo današnjih generacija s pravom možemo nazvati medijatizovanim odrastanjem. Medijatizovano odrastanje podrazumeva socijalizaciju i sazrevanje usred društvenih promena koje su proistekle iz specifičnosti medijske komunikacije. Istraživanja uticaja medija na decu identifikovala su i dobre i loše strane upotrebe digitalnih medija. Deca su medijska publika kojoj je potrebna naročita zaštita od negativnih medijskih uticaja (Poter, 2011:121).

„Uzroci većih uticaja medija na decu nego na odrasle su: nepostojanje selektivnih mehanizama (odnosi se na oponašanje modela ponašanja koji su destruktivni i nemogućnost selekcije pozitivnog u odnosu na štetni), imitacija zasnovana na Bandurinoj teoriji socijalnog učenja (učenje po modelu), neizgrađenost bazičnih stavova, nepoznavanje svih kodova (značenja) koje mediji koriste.” (Burgund Isakov et al., 2019:91, 92).

Negativni efekti medija u socijalizaciji dece važan su deo istraživanja u oblasti dece i medija. Današnji tzv. *digitalni urođenici* (Prensky, 2001) odrastaju pod novim okolnostima prouzrokovanim razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija, a to se odrazilo i na društveno-obrazovni kontekst i slobodno vreme. Igru i interakciju licem u lice, zamenjuju mediji, naročito digitalni mediji. Deca više vremena provode uz digitalne medije nego sa svojim vršnjacima usred čega mogu propustiti važna društvena iskustva (Kardenfelt, 2017). Iako se smatra da interaktivnost koju nude može biti značajna za suzbijanje usamljenosti, studije ukazuju na to da previše vremena utrošenog na ovaj način, može dovesti do pada samopoštovanja i socioemocionalnih poteškoća (McDool et al., 2016). Posledice preterane konzumacije digitalnih medija odnose se i na gubitak samokontrole, zanemarivanje obaveza, viši stepen netolerancije, dok se fizičke posledice vezuju za nedostatak fizičke aktivnosti i probleme sa kičmom (Carević et al., 2014). Drugi štetni potencijalni efekti su neredovna ishrana, poremećaj spavanja (Mitrović Đorđević, 2021). Učestalo korišćenje digitalnih medija kod dece rezultuje i izbegavanjem školskih obaveza i socijalne interakcije što može dovesti do socijalne izolovanosti (Petrović, 2013; Heim et al., 2007; Valić Nedeljković et al., 2013), usred čega dolazi do poteškoća u ostvarivanju

komunikacije sa vršnjacima, ali i članovima porodice. Istraživanja pokazuju da igranje video igrica kao aktivnost zahteva više vremena i to lako može dovesti do zavisnosti, odnosno tzv. poremećaja internetskih igara (engl. *IGD – Internet Gaming Disorder*) (Gil et. al., prema Núñez-Gómez, 2021). U okolnostima izazvanim virusom Kovid-19 i mera sprovedenih u cilju suzbijanja virusa, deca su dodatno bila izložena medijskim sadržajima. Istraživanje *Mreže organizacija za decu Srbije* (MODS) pokazalo je da su najmlađi, u okolnostima restriktivnih mera, vreme provodili kreativno, ali i gledajući serije, filmove, igrajući igrice, dok im je najviše nedostajalo slobodno kretanje i socijalna interakcija (Stefanović & Karić, 2020).

Još jedna opasnost korišćenja digitalnih medija je socijalno upoređivanje, što može dovesti do negativnih emocija. Mediji nude uzore deci koji im se mogu činiti nedostižnim i time doprineti niskom stepenu samopouzdanja, pa i pojavi depresije. Teorija *socijalnog poređenja* ukazuje na to da često socijalno poređenje sa drugima može dovesti do nezadovoljstva sobom (McDool. et al., 2016). Primer ovakvog delovanja jeste stereotip o fizičkoj privlačnosti; što je ova predstava prisutnija, veća je verovatnoća da će je gledaoci, u ovom slučaju deca, doživeti kao poželjnu. Anderson (Anderson et al., 2001) je sa saradnicima pokazao na koji način medijski akteri utiču na pojavu osećanja zadovoljstva ili nezadovoljstva kod mladih kada je reč o izgledu (Anderson et al., 2001). Ustanovili su uzročno-posledičnu vezu između duže izloženosti medijskim sadržajima i nezadovoljstva fizičkim izgledom među ispitanicima. Branislava Popović-Čitić je u svom radu, *Pozitivni uticaji televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno ponašanje dece*, istakla da dečije oponašanje svega što vide u medijima zavisi od realističnosti medijskih likova, odnosno dečije identifikacije sa njima, npr. prema polu ili uzrastu (Thomas, 2005 prema Popović-Čitić, 2012:138).

Najviše naučnih rasprava (Huesmann et al., 2003) na temu medijskog uticaja odnosi se na pitanje da li pojava nasilnog sadržaja u medijima rezultira nasilnim ponašanjem. Nasilni sadržaji su neizostavni deo svega što nam mediji današnjice nude, deo su igrica, filmova, vesti. Mnogi autori su saglasni sa tim da je problem u predstavljanju nasilja kao privlačnog i neproblematičnog (Popadić, 2009; Poter, 2011; Valić Nedeljković et al., 2013). Pored obilja nasilja, problem je i u načinu na koji se ono manifestuje. Nasilne scene su često praćene humorom, nasilnici se reprezentuju kao privlačni, a zabrinjavajuće je i odsustvo kazne, štetnih posledica ili kajanja (Popadić, 2009:214). Petnaestogodišnja

longitudijalna studija pokazuje da medijsko nasilje neće nužno pretvoriti dete u osobu koja manifestuje nasilje, ali često izlaganje nasilnim sadržajima povećava verovatnoću da će dete ispoljiti nasilje, pri čemu kao rizik u ovoj studiji ističu smeštanje nasilnika u pozitivan kontekst i nagradu umesto kazne (Huesmann et al., 2003). Leonard Berkovič (Leonard Berkovitz, 1993) je od šezdesetih godina ispitivao odnos između nasilja u medijima i kasnijeg ispoljavanja nasilnog ponašanja. On je došao do zaključka da učestalo posmatranje ovakvih scena dovodi do nasilnih emocija, nasilnih misli i delovanja (Berkovitz, 1993 prema Mek Kvin, 2000:401). Treba pomenuti i video igre, s obzirom da neretko zaokupljaju pažnju dece od rane uzrasne dobi, a povezuju se sa ispoljavanjem nasilja. Autorka Dubravka Valić Nedeljković sa saradnicima ukazuje ne samo na opasnost pojave nasilja, već i promovisanja društvenih vrednosti koje su nepoželjne (Valić Nedeljković et al., 2013). Kao i kod drugih vrsta medija, kod video igara problem je u tome što se nasilje opravdava i nagrađuje. Istraživanja sprovedena u Srbiji ukazuju na to da praćenje nasilnih sadržaja u tradicionalnim medijima ili igrice sa istom tematikom „dovodi do smanjenja osetljivosti na nasilje” i daje „zastrašujuću percepciju sveta” (prema Valić Nedeljković et al., 2013:244).

Korišćenje digitalnih medija i konkretno društvenih mreža i činjenica da im se pristupa nezavisno od propisane starosne granice, dovodi decu u druge brojne opasnosti. Potencijalne opasnosti po decu odnose se na bezbedonosne pretnje, prisutnost eksplicitnih i nasilnih sadržaja neprimerenih dečijem uzrastu, kršenje privatnosti i drugo. Autorka Sonia Livingstone (Sonia Livingstone) pokazuje u svojoj studiji da je broj sati provedenih na internetu u direktnoj vezi sa potencijalnim opasnostima po bezbednost dece (Livingstone et al., 2012 prema Kovačević Lepojević et al., 2014:461). Bezbedonosne pretnje po decu odnose se, između ostalih, na trgovinu decom gde internet može da se iskoristi kao platforma za pronalaženje potencijalnih žrtava. Van toga, bezbedonosne uključuju različite vrste krađa, sajberbuljing (*cyberbullying*), zloupotrebu ličnih podataka, seksting (slanje tekstualnih poruka ili fotografija sa seksualnom konotacijom), a deca usred nedovoljnog znanja o rizicima upotrebe digitalnih medija i neupućenosti roditelja mogu lako upasti u opasnosti karakteristične za digitalno okruženje.

3.2. Pozitivni aspekti upotrebe digitalnih medija

Pažnja istraživača koja je ranije bila usmerena na odnos tradicionalnih medija i dece, ekspanzijom upotrebe digitalnih tehnologija, promenila je svoj fokus na uticaj digitalnih medija u procesu socijalizacije dece. U studijama posvećenim uticaju digitalnih medija na decu, daleko je veći broj onih studija koji obrađuju negativne efekte upotrebe digitalnih medija nego što je to slučaj sa pozitivnim načinima i efektima njihove primene.

Dosadašnja istraživanja u Srbiji pokazuju da deca nedovoljno koriste benefite digitalnih medija (Popadić & Kuzmanović, 2016 prema Kuzmanović et al., 2019). Istraživanje *Korišćenje interneta i tehnologije kod dece i mladih u Srbiji* pokazuje da 40 odsto ispitanika nikad nije koristilo internet u rešavanju domaćih zadataka, dok 79 procenata njih nije se posredstvom digitalnih platformi uključivalo u diskusiju o socijalnim problemima. Pozitivni uticaj ogleđa se u podsticanju radoznalosti, mašte, fonda reči, govora (Pašica & Turza-Bogdan, 2020:79). Dobre strane korišćenja digitalnih medija odnose se na njihovu upotrebu u obrazovnim procesima, pružaju mogućnost deci da uče, istražuju, imaju pristup digitalnim bibliotekama, različitim bazama informacija, olakšavaju im učenje stranih jezika i slično. Autori Sonia Livingstone i Lesli Haddon (Sonia Livingstone & Lesli Haddon, 2009) kao najznačajnije benefite njihove upotrebe u dečijem uzrastu navode „učenje, komunikaciju, zabavu, kreativnost, mogućnost da se izraze i učešće u razvoju civilnog društva” (Livingstone & Haddon, 2009:3). Zahvaljujući digitalnoj tehnologiji, deca mogu u trenutku da ostvare komunikaciju, šalju tekstualne, audiovizuelne poruke i imaju virtuelne susrete. S obzirom na činjenicu da odrastaju u eri informacija i da su stalno zasuti tekstualnim i audiovizuelnim porukama, sociolozi koji se bave obrazovanjem, ovakav uticaj medija kao obrazovnog resursa, nazivaju *paralelna škola* ili *paralelni kurikulum* (Starčević, 2013:222). Termin koji se najčešće koristi za upotrebu medija u obrazovne svrhe je e-učenje. *Američko društvo za obuku i obrazovanje* (engl. *American Society for Training and Education*) definiše ovaj način učenja kao „proces u kome se učenje odvija posredstvom digitalnih medija” (Lin et al., 2017:3555). Vrsta e-učenja koja je doživela ekspanziju u Srbiji u vreme pandemije virusa Kovid-19 je obrazovanje na daljinu (engl. *distance education*). Zahvaljujući digitalnoj tehnologiji, deca su mogla da učestvuju u odvijanju nastave i da održavaju interakciju sa vršnjacima i nastavnicima, vrše razmenu materijala, rade provere znanja (Stojanović, 2020:129).

Digitalni mediji, prema mišljenju nekih istraživača, imaju pozitivan uticaj na interakciju sa drugima. Iako brojne studije ukazuju da preterano korišćenje vodi ka otežanoj komunikaciji sa okolinom, prevashodno sa porodicom, vršnjacima i vodi ka usamljenosti (Petrović, 2013; Heim et al., 2007; Valić Nedeljković et al., 2013), druge studije daju kontradiktorne nalaze. Neke od teorija koje govore u prilog pozitivnim uticajima digitalnih medija na interakciju sa drugima odnose se na *teoriju socijalne kompenzacije*, koja pokazuje da deca koja teže ostvaruju interakciju licem u lice sa svojim vršnjacima, mogu motivisanije komunicirati posredstvom digitalnih medija, nadograđujući nedostatak socijalnih veština (McKenna et al., 2002; Kraut et al., 2002 prema Kardenfelt, 2017). Druge pozitivne strane upotrebe digitalnih medija jesu i osnaživanje potencijala dece da učestvuju u kreiranju sadržaja. Naime, dosadašnja istraživanja pokazala su da su deca nezadovoljna ne samo kvalitetom sadržaja u medijima, već i svojom reprezentacijom u njima. Jedno od takvih istraživanja je i *Deca i tradicionalni i novi mediji*, čiji rezultati pokazuju da su deca mišljenja da im se ne poklanja dovoljno pažnje u medijskim sadržajima, da su uglavnom predstavljene kao žrtve ili nasilnici, dok su mediji nedovoljno glasni kada je reč o dečijem aktivističkom delovanju, naučnim ili sportskim dostignućima, ali i njihovom pravu da plasiraju sopstvene ideje kroz medije.³ Iz tog razloga je naročito značajan aspekt korišćenja digitalnih medija, mogućnost da deca samostalno kreiraju medijske poruke i koriste digitalne medije kako bi bili ne samo konzumenti sadržaja, već i aktivni u stvaranju istog.

Upotreba digitalnih medija uticala je umnogome na dečiju svakodnevnicu, promenila načine učenja, komunikacije, zabave, sklapanje prijateljstava. Studije koje se bave benefitima i rizicima digitalnog odrastanja upućuju na to da umereno korišćenje može biti itekako korisno za razvoj dece, ali ukazuju i da prekomerna upotreba može biti štetna i nosi sa sobom mnoge rizike. Iz tog razloga proističe značaj medijske pismenosti i razvoja digitalnih veština kod dece. Ukoliko se paralelno sa upotrebom digitalnih medija, kod dece razvijaju digitalne veštine, naučiće da efikasnije koriste digitalne medije u svrhe učenja i istraživanja, razviće kritičku svest prema medijskim sadržajima i umeće da prepoznaju različite oblike medijske manipulacije, ali i da doprinesu sopstvenoj zaštiti od brojnih bezbedonosnih pretnji. S obzirom da istraživanja pokazuju da deca efikasnije koriste obrazovni potencijal digitalnih medija kada je u proces učenja

³ Istraživanje *Deca i tradicionalni i novi mediji*. URL: <https://decaimediji.com/page/3/>

uključena odrasla osoba (Zosh et al., 2017 prema Kuzmanović et al., 2019), od značaja je i insistiranje na razvoju digitalnih veština roditelja i nastavnika.

4. Zaštita dece i digitalni mediji – značaj medijske pismenosti i vaspitne kompetencije roditelja u domenu medijske pismenosti

Deca od najranijeg uzrasta postaju deo digitalnog sveta. Da bi umeli da iskoriste prednosti digitalnih medija, ali i da bi umeli da se zaštite od potencijalnih rizika njihove upotrebe, od izuzetne važnosti je razvijanje digitalnih veština kod dece i u tome leži značaj medijske pismenosti. Sonia Livingston navodi da ono što digitalni mediji unose *ново* u medijsku pismenost jeste, između ostalog, multimedijalnost teksta i hipertekstualnost (Livingstone, 2003). Dve najznačajnije promene koje su rezultirale pojavom informatičkog društva, a tiču se formalnog obrazovanja, jesu te da su digitalni mediji pružili nove izvore znanja kojima se obogaćuje znanje stečeno u školi i to da se primenjuju drugačije metode rada-metode zasnovane na informaciono- komunikacionoj tehnologiji (Trpovski et al., 2013). Medijska pismenost je nužna i njena svrha je naučiti decu da samostalno koriste medije i da razviju kritičku svest prema medijskim sadržajima. Ovaj vid obrazovanja pruža mogućnost dekodiranja, boljeg i jasnijeg razumevanja, ali i kreiranja poruka, pomaže angažovanje ljudi, jačanje društvene odgovornosti i jedan je od činilaca društvenog dijaloga (De Abreu, 2010). Svest o značaju medijske pismenosti, zahvaljujući delovanju globalnih organizacija koje se bave zaštitom dečijih prava, biva prepoznata iako je u školskim kurikulumima na marginama.⁴

„Medijska pismenost je skup znanja i veština u korišćenju medija koja će nam omogućiti da razumemo granice između našeg, realnog sveta i virtuelnog sveta medija, te nam pomoći da u svakodnevnoj izloženosti tim medijskim porukama koje nam šalju, ne budemo samo pasivni konzumenti, nego da postanemo aktivni i kritički učesnici tog procesa” (Mandarić, 2012:145).

Definicija medijske pismenosti na osnovu UNESCO-vog dokumenta iz 1998. glasi:

⁴ Center for Media Literacy. URL: <http://www.medialit.org/reading-room/core-concepts-fundamental-media-literacy-yesterday-today-and-tomorrow>

„Medijska pismenost ima ulogu u zaštiti maloletnika i ljudskog dostojanstva kroz audio- vizuelne i informacione usluge” (prema Bumbić & Janjić, 2018:19).

Osoba koja vlada medijskom pismošću bi trebalo da poseduje dovoljno znanja i veština da prepozna potencijalne manipulacije posredstvom medija, analizira medijske poruke, dekodira ih i prepozna lažne vesti.

„Medijsko obrazovanje pruža kritičko znanje i analitičke alate koji omogućavaju medijskoj publici da funkcioniše kao autonomni i racionalni građanin, dajući im priliku da se informisano koriste medijima.” (De Abreu, 2010:27)

Medijska pismenost je proizvod medijsko-obrazovnog procesa (Pérez Tornero, 2008:103). Jedan od začetnika misli o medijskoj pismenosti je Lin Masterman (Len Masterman). Ovaj autor u svojoj knjizi *Teaching the Media* ukazuje na značaj kritičkog razmišljanja kod dece i mladih i ističe da puko prenošenje znanja i ideja nije obrazovanje, već propaganda. On je smatrao da ovakav način učenja u školama podstiče decu da lako podlegnu drugim oblicima manipulacije, uključujući medijsku. Isticao je da će postojeći obrasci dominacije ojačati, ukoliko proces prenošenja znanja svedemo na bankarsku operaciju u kojoj odnosi između nastavnika i učenika u znanju ostanu neproblematizovani (Masterman, 1985:32, 33).

„U učionici koja prihvata pedagogiju kritičke medijske pismenosti, otvoren je prostor za učenika da analizira i kritikuje dominantne narative” (Gainer, 2010:386).

Odnos medijske pismenosti i obrazovanja može se posmatrati na dva načina; sa jedne strane označava razvoj veština za aktivno korišćenje u svrhu edukacije i širenja znanja, dok sa druge strane podrazumeva zauzimanje kritičkog stava prema medijskim sadržajima i jačanje zaštite od negativnog medijskog uticaja (Vulić, 2018:355, 356). Džejms Poter (James Potter), autor knjige *Medijska pismenost*, medijsku pismenost vidi kao skup gledišta zahvaljujući kojima lakše tumačimo poruke koje dobijamo od medija. Ovaj autor uvodi pojam medijskog samoprogramiranja i medijsku pismenost vidi kao način da se pojedinci zaštite i „steknu kontrolu nad programiranjem od medija” (Poter, 2011:55).

Izuzev tumačenja i boljeg razumevanja poruka, medijsko obrazovanje bi u sebe uključivalo mogućnosti da se pronikne u mehanizme manipulacije ili deo priče koji nedostaje (Bumbić & Janjić, 2018), ali i da se pokaže interesovanje za bolje razumevanje kakav interes ima kreator medijske poruke u plasiranju iste. Medijska pismenost je interdisciplinarno polje koje objedinjuje znanja iz više naučnih oblasti, naročito društveno-humanističkih nauka. Mnoge države prepoznale su značaj ovog vida obrazovanja i trude se da ga uključe u školski sistem. Kanada je prva među njima prepoznala svršishodnost medijske pismenosti, dok su Velika Britanija i skandinavske zemlje medijsku kompetenciju implementirale u školske sisteme 80-tih godina prošlog veka (Rava, 2018). U Republici Srbiji medijska pismenost se obrađuje u srednjim školama, u okviru nastavnog predmeta Građansko vaspitanje i izbornog programa Jezik, mediji i kultura koji se realizuje u prve dve školske godine u gimnazijama (Janjatović Jovanović et al., 2021:9). Istraživanje *Medijska pismenost u Srbiji* pokazalo je da je najveći broj učenika o medijskom uticaju slušalo na časovima građanskog vaspitanja (60 odsto), zatim časovima sociologije (49,7 odsto) i psihologije (19,4 odsto) (Stamenković, 2013:5). Ovo je, čini se, nedovoljno, naročito ako se uzme u obzir, da je građansko vaspitanje izborni predmet i ova znanja ne dobijaju svi učenici. Autorka Gordana Zindović-Vukadinović u *Medijska pismenost- teorija i praksa* navodi tri ključna pitanja kada je reč o uvođenju medijske pismenosti u škole. Prvo pitanje se tiče statusa programa u obrazovnom sistemu, drugo se odnosi na predavače i njihovu kompetenciju u izvođenju nastave, i naposljetku, sam obim predmeta (Zindović-Vukadinović, 2007 prema Đerić & Studen, 2006). Može se organizovati kao posebna naučna disciplina ili kao deo programa studijskih disciplina humanističkih nauka pod različitim nazivima; obrazovanje za masovne komunikacije, obrazovni medij, teorije u procesima komunikacije i dr. (Dmitrović, 2009:641, 642).

Pitanje koje je predmet mnogih stručnih rasprava odnosi se i na uzrast u kome treba početi sa medijskim opismenjavanjem. Deca u prvim godinama života medijske sadržaje vide kao čarobni svet slika. Džejms Poter ukazuje na značaj ukazivanja distinkcije između realne slike i medijskog prikaza i navodi da „pogrešno poimanje stvarnosti nije ograničeno samo na decu” (Poter, 2011:249). Medijska pismenost je od velike važnosti i za odrasle, budući da oni određuju stepen izloženosti dece medijima (Pašica & Turza-Bogdan, 2020). Pju istraživački centar (*Pew Research Center*) je sproveo istraživanje u Sjedinjenim

Američkim Državama koje pokazuje da dve trećine ispitanih roditelja smatra da je danas roditeljstvo izazovnije nego pre dvadeset godina i to pripisuju upotrebi novih tehnologija (Auxier et al., 2020 prema Modescki et al., 2022). Razvoj kompetencija koje podrazumeva medijsko obrazovanje nizak je i u zemljama u kojima je pristup visokoj tehnologiji bio daleko dostupniji nego što je to bio slučaj u Srbiji. Podaci Evropske komisije pokazuju da 45 odsto građana Evrope nema adekvatne medijske veštine (Kiss, 2007 prema Kuzmanović et al., 2019). Čak 44 odsto dece navodi da ih roditelji i nastavnici ne upoznaju sa negativnom stranom interneta (Kuzmanović et al, 2019:13). Ograničenje kretanja i interakcije usred pojave virusa Kovid-19 doveli su do pojačanog korišćenja digitalnih medija. To je za roditelje bila olakšavajuća okolnost, budući da su deca mogla da prate nastavu i održavaju kontakt sa vršnjacima, dok su, sa druge strane, pojačane aktivnosti na digitalnim platformama ojačale zabrinutost roditelja o potencijalnim rizicima njihovog korišćenja (Benedetto & Igrassia, 2020).

„Umesto zauzimanja ekstremnog stava prema medijima, za i protiv, važno je da su roditelji svesni da je njihov odnos prema medijima za decu neposredna orijentacija” (Sindik, 2012:8).

Od medijske pismenosti roditelja i njihovog kritičkog posmatranja medija, zavisi i medijska kompetencija dece i iz tog razloga se roditelji i staratelji nazivaju *digitalnim mentorima* (Kuzmanović et al., 2019). Roditeljska medijacija je termin kojim se označava uticaj roditelja na dečiju upotrebu digitalnih medija (Blum-Ross & Livingstone, 2016).

„Aktivno učešće u detetovim aktivnostima i postavljanje pravila o korišćenju, predstavljaju oblike socijalne medijacije, dok nadgledanje i praćenje detetovog korišćenja i roditeljska kontrola predstavljaju oblike tehničke medijacije.” (Kuzmanović et al., 2019:39)

Peti Valkenburg (Patti Valkenburg) je sa saradnicima na osnovu studija iz 1999. godine, o roditeljskoj medijaciji u gledanju televizije, izvela nekoliko tipova medijacije. Prvi vid je „restriktivna medijacija (*restrictive mediation*) koja se odnosi na vremensko ograničavanje televizije i zabranu određenih sadržaja, zatim instruktivna ili interpretativna (*instructive mediation*) koja podrazumeva razgovor o upotrebi medija i naposletku, zajedničko gledanje (*social co-view-ing*), odnosno zajedničko gledanje bez diskusije o sadržaju” (Valkenburg et. al, 1999 prema Modecki et al., 2022:3). U publikaciji *Deca u digitalnom dobu*, autorka, Dobrinka

Kuzmanović sa saradnicama, navodi tri vrste medijacija zarad kontrole dečijeg pristupa digitalnim medijima: „aktivnu medijaciju, odnosno aktivno učešće roditelja u korišćenju digitalnih medija sa decom, restriktivnu medijaciju u kojoj roditelji ograničavaju pristup i korišćenje i roditeljski nadzor koji u sebe uključuje praćenje i proveravanje aktivnosti dece u digitalnom svetu” (Kuzmanović et al., 2019:38). Na tržištu se su pojavile aplikacije koje olakšavaju ovakve aktivnosti roditelja, ali treba imati na umu da aplikacije i alati neće rešiti problem štetnog uticaja digitalnih medija. Neke od njih vremenski ograničavaju pristup dece medijima, dok druge kontrolišu sadržaj sa bele liste (unapred dozvoljeni sadržaj) ili crne liste (unapred određeni neprikladan sadržaj) (Zaman & Nouwen, 2016). Autorke pomenute publikacije *Deca u digitalnom dobu* ukazuju da su nerestriktivni tipovi medijacije daleko učinkovitiji od restriktivnih oblika i da preterani oblici kontrole mogu „onemogućiti dete da izradi sopstvene kapacitete za kontrolu vlastitog ponašanja” (Kuzmanović et al., 2019:42). Zarad razvijanja medijske pismenosti kod dece važan je razgovor o medijskim sadržajima i kritički pristup u sagledavanju sadržaja koja deca prate i podsticaj od strane roditelja za korišćenje digitalnih medija u obrazovne, kreativne i istraživačke svrhe. S obzirom da se 60 odsto roditelja o medijskoj pismenosti informiše od strane prijatelja, masovnih medija i internet portala (Unicef, 2016), značajno bi bilo uključiti formalne obrazovne institucije u procese medijskog opismenjavanja roditelja ili podsticati kroz obrazovni program masovnih medija temu medijske pismenosti. Pored razgovora o medijskim porukama, ukoliko se roditelji opredele za određeni vid kontrole sadržaja kome deca pristupaju, treba uzeti u obzir da takvi oblici kontrole mogu loše uticati na poverenje na relaciji roditelj-dete i iz tog razloga važno je razgovarati sa detetom i o značaju takvih vidova kontrole zarad očuvanja međusobnog razumevanja i autonomije deteta (Zaman & Nouwen, 2016).

5. Zaključak

Socijalizatorska uloga digitalnih medija redovan je predmet akademskih razmatranja. Čini se da je pojava digitalnih medija i uopšte razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija ojačao socijalizatorsku ulogu medija u životima dece naspram nekada primarnih agenasa socijalizacije. Iako je nemerljiv značaj savremene tehnologije u pogledu nadgradnje školskog znanja i odvijanja nastave, rezultati poslednjih istraživanja na tu temu ukazuju da deca nedovoljno koriste digitalne medije za obrazovne potrebe, najčešće su u upotrebi zarad

razonode i komunikacije sa vršnjacima. Njihova pojava umnogome je izmenila slobodno vreme tzv. *digitalnih urođenika* (Prensky, 2001). Prekomerna upotreba digitalnih medija može izazvati zavisnost, posledice po psihofizički razvoj su negde slične kada je reč o tradicionalnim i digitalnim medijima. Povećan broj sati koji se provodi uz njih može dovesti do emotivne nesigurnosti, izolovanosti, zanemarivanja školskih obaveza, kao i posledica po fizički razvoj, najčešće prozrokovanim nedostatkom fizičke aktivnosti.

Najčešća istraživanja kada je reč o medijskom uticaju i deci, odnose se na potencijalnu povezanost nasilja u medijima i nasilnog ponašanja. Rizik po decu po pitanju nasilnog sadržaja nije u samom prikazivanju nasilja, već načinu na koji su nasilnici predstavljeni kao i izostanku kazne za počinjena ponašanja. Opasnost u prikazivanju ovakvih scena ogleda se i u vidu smanjenja osetljivosti na nasilje i na percepciju okruženja kao opasnog. Ne treba zanemariti ni opasnosti koju sa sobom nosi upotreba digitalnih medija u vidu bezbednosnih pretnji, kao i na prisustvo neprimerenih, eksplicitnih sadržaja neprikladnih dečijem uzrastu. Istraživanja su pokazala da su deca nezadovoljna slikom koja ih reprezentuje u medijima, ističući da im nedostaje prostora u kome mediji govore o njihovim uspesima i postignućima, a najzastupljeniji su medijski tekstovi koji ih prikazuju kao žrtve ili nasilnike. Iz tog razloga neophodno je insistiranje na unapređenju medijskih politika koje prepoznaju značaj medija u odgoju dece. To je od velike važnosti za razvoj mladih generacija, njihovu socijalizaciju i emancipaciju, ali i uvođenje medijskog obrazovanja kako bi deca naučila da zauzmu kritičku poziciju u odnosu na medijski diskurs. Medijska pismenost pomaže deci da ovladaju veštinama zahvaljujući kojima mogu efikasnije da iskoriste obrazovni potencijal digitalnih medija. Insistiranje na kritičkoj medijskoj pedagogiji u okviru školskih sistema doprinelo bi tome da najmlađi uživaoci medija bolje razumeju medijski tekst i razviju analitičke sposobnosti. Značaj medijske pismenosti je i u tome da se prepoznaju potencijalne medijske manipulacije, lažne vesti, ali i da deca nauče samostalno da kreiraju medijske poruke. Šire posmatranje medijske pismenosti važno je za očuvanje demokratskih tendencija u društvu i sprečavanju prenošenja raznih stereotipa. Sumarno posmatrano, deca digitalne medije nedovoljno koriste u obrazovne i kreativne svrhe, a ukoliko tome dodamo nedovoljne medijske i digitalne veštine roditelja, često se povinuju sadržajima nižeg kvaliteta. Jedan od teoretičara, koji se bavio temom medijske pismenosti, Beri Duncan (Barry Duncan) pred kraj života je istakao:

„Želim da vidim da kritička pedagogija ima glavnu ulogu u povezivanju ključnih ideja tradicionalnih i novih medija, čineći pismenost značajnijom u nastavnom programu. Takozvana konvergencija (tehnologija) i kultura povezivanja – svi novi pravci – moraju se uskladiti sa tradicionalnim. Ako to postignemo, bićemo uspešni.“⁵

Budući da su roditelji i staratelji *digitalni mentori* deci, izuzetno je važna medijska pismenost odraslih. S obzirom da je najčešće reč o tzv. *digitalnim imigrantima* (Prensky, 2001), važno je aktivno uključiti formalne obrazovne institucije u proces medijskog opismenjavanja odraslih, ali i unaprediti obrazovni sadržaj masovnih medija u ovoj oblasti. Od brojnih tipova roditeljske medijacije u kontrolisanju dečijeg pristupa digitalnim medijima i korišćenja različitih aplikacija i alata u te svrhe, kao izrazito delotvorna metoda preporučuje se razgovor o opasnostima korišćenja različitih medijskih sadržaja i zajednička upotreba digitalnih medija.

Literatura

- Anderson, D.R., Huston, A.C., Schmitt, K.L., Linebarger, D.L. & Wright, J.C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, Vol. 66, No. 1: 108-118.
- Benedetto, L. & Ingrassia, M. (2020). Digital Parenting: Raising and Protecting Children in Media World. In L. Benedetto & M. Ingrassia (eds.), *Parenting-Studies by an Ecocultural and Transactional Perspective*. London: IntechOpen.
- Biglbauer, S. & Korajlija, A.L. (2020). Društvene mreže, depresivnost i anksioznost. *Socijalna psihijatrija*, 48 (4): 404-425.
- Blum-Ross, A. & Livingstone, S. (2016). Families and screen time: Current advice and emerging research. *Media Policy Brief 17*. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science.
- Buckingham, David (2008). Introducing Identity. In D. Buckingham (ed.) *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 1-24). Cambridge, MA: The MIT Press.

⁵ Center for Media Literacy. URL: <http://www.medialit.org/reading-room/core-concepts-fundamental-media-literacy-yesterday-today-and-tomorrow>

- Bumbić, T. & Janjić, S. (2018). *Digitalni pogon u školskoj klupi*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.
- Burgund Isakov, A., Nikolić, S. & Brđović, H. (2019). Uticaj medija na decu iz perspektive Nacionalne dečje linije. *Psihijatrija danas*, Vol. 51, Iss. 1-2: 89-101.
- Carević, N., Mihalić, M. & Sklepić, M. (2014). Ovisnost o internetu među srednjoškolcima. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 38(2): 456–471.
- Center for Media Literacy. Posećeno: 20.3. 2021. URL: <http://www.medialit.org/reading-room/core-concepts-fundamental-media-literacy-yesterday-today-and-tomorrow>
- De Abreu, B. (2010). Changing Technology = Empowering Students through Media Literacy Education. *New Horizons in Education*, Vol. 58, No. 3: 26-33.
- Dmitrović, P. (2009). Obrazovanje za medije (Uloga, značaj i mogućnosti). U M. Danilović & S. Popov (ur.), *Tehnologija, informatika, obrazovanje za društvo učenja i znanja 5 (I deo)* (str. 640-651). Novi Sad: Fakultet tehničkih nauka, Centar za razvoj i primenu nauke, tehnologije i informatike, Prirodno matematički fakultet. Beograd: Institut za pedagoška istraživanja.
- Đerić, I. & Studen, R. (2006). Stereotipi u medijima i medijsko opismenjanje mladih. *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, 38 (2): 456–471.
- Gainer, J. (2010). Critical Media Literacy in Middle School: Exploring the Politics of Representation. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 53(5): 364-373.
- Heim, J, Brandtyæg, P.B., Kaare, B.H., Endestad, T. & Torgersen, L. (2007). Children's usage of media technologies and psychosocial factors. *New Media and Society*, Vol 9, Issue 3: 425-454.
- Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C.L. & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, 39(2): 201–221.
- Istraživanje *Deca i tradicionalni i novi mediji* (2019). Posećeno: 20.3.2022. URL: <https://decaimediji.com/page/3/>
- Istraživanje o nivou svesti o potencijalnim internet rizicima i zloupotrebama među roditeljima dece od uzrasta 8 do 17 godina*, 2016, Unicef. Posećeno:

- 20.3.2022. URL: <https://www.unicef.org/serbia/media/5756/file/Istra%C5%BEivanje%20o%20nivou%20svesti%20o%20potencijalnim%20internet%20rizicima%20i%20zloupotrebama%20me%C4%91u%20roditeljima%20dece%20uzrasta%208%20do%2017%20godina.pdf>
- Janjatović Jovanović, M., Ljajić, M., Vojnović, M., Kiš Buterer, M., Petrović, A., Petrović, M., Kecman, V., Ivanović, D., Berić Damnjanović, D., Šljivović, M. & Marković, M. (2021). *Zvoni za medijsku pismenost: Priručnik za nastavnike osnovnih i srednjih škola*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Posećeno: 26.6.2022. URL: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2021/09/%D0%97%D0%B2%D0%BE%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%98%D1%81%D0%BA%D1%83-%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82-1.pdf>
- Kardenfelt, W. D. (2017). *How Does the Time Children Spend Using Digital Technology Impact Their Mental Well-being, Social Relationships and Physical Activity? An Evidence-focused Literature Review*. UNICEF Office of Research – Innocenti.
- Kastels, M. (2009). *Moć komunikacija*. Beograd: RTS Izdavaštvo, Clio.
- Kelner, D. (2004). *Medijska kultura—studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*. Beograd: Clio
- Konvencija o pravima deteta*, Generalna skupština UN, 20. novembar 1989. URL: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
- Kovačević Lepojević, M., Žunić Pavlović, V. & Kovačević, M. (2014). Roditeljski nadzor dece i adolescenata na Internetu. U D. Todorović, D. Petrović & D. Prlja (ur.), *Internet i društvo* (str. 459–472). Niš i Beograd: Srpsko sociološko društvo, Univerzitet u Nišu – Filozofski fakultet, Institut za uporedno pravo Beograd.
- Kuzmanović, D., Pavlović, Z., Popadić, D., Milošević, T. (2019). *Korišćenje interneta i digitalne tehnologije kod dece i mladih u Srbiji: rezultati istraživanja Deca Evrope na internetu*. Beograd: Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta.
- Kuzmanović, D., Zlatarović, V., Anđelković, N. & Žunić-Cicvarić J. (2019). *Deca u digitalnom dobu: Vodič za bezbedno i konstruktivno korišćenje digitalne tehnologije i interneta*. Užice: Užički centar za prava deteta.

- Lievrouw, L. & Livingstone, S. (2006). Introduction to the updated student edition. In L. Lievrouw & S. Livingstone (eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 1-14). London: Sage.
- Lin, M.H., Chen H.G. & Liu, K.S. (2017). A Study of the Effects of Digital Learning on Learning Motivation and Learning Outcome. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(7): 3553-3564.
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). Introduction. In S. Livingstone & L. Haddon (eds.), *Kids Online: Opportunities and Risks for Children* (pp. 1-18). Policy Press.
- Livingstone, S. (2003). The changing nature and uses of media literature. In R. Gill, A. Pratt, T. Rantanen & N. Couldry (eds.), *MEDIA@LSE Electronic Working Papers* (pp. 1-37). London: Media@lse, London School of Economics and Political Science ("LSE").
- Livingstone, S. (2012). Critical Reflections on the Benefits of ICT in Education. *Oxford review of education*, 38 (1): 9-24.
- Mandarić, V. (2012). Novi mediji i rizično ponašanje djece i mladih. *Bogoslovska smotra*, 82 (1): 131-149.
- Marić, S. & Sivrić, I. (2013). Utjecaj tiskovnih medija na usvajanje vrijednosti djece i mladih. *Medijski dijalozi-časopis za istraživanje medija i društva*, God. IV, Br. 10: 604-623.
- Marković Krstić, S. & Milošević Radulović, L. (2016). *Humanistička dimenzija obrazovanja mladih u kontekstu savremenih društvenih promena*, Niš: Filozofski fakultet u Nišu.
- Masterman, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Routledge.
- McDool, E., Roberts, J., Powell, P. & Taylor K. (2016). Social Media Use and Children's Wellbeing. *Working Papers 2016011*, The University of Sheffield, Department of Economics.
- Mek Kvin, D. (2000). *Televizija*. Beograd: Clio
- Milivojević, S. (2015). *Mediji, ideologija i kultura*. Beograd: Edicija reč.
- Mitrović Đorđević I. (2021). (Ne)zavisnost od igranja video-igara iz perspektive učenika nižih razreda osnovne škole. *Research in Pedagogy*, Vol.11, No.1: 328-339.
- Modecki, K.L., Goldberg, R., Wisniewski, P. & Orben, A. (2022). *What is digital parenting? A systematic review of past measurement and blueprint for the future*. doi:<https://doi.org/10.31234/osf.io/7zng6>.

- Núñez-Gómez, P., Larrañaga, K.P., Rangel, C. & Ortega-Mohedano, F. (2021). Critical Analysis of the Risks in the Use of the Internet and Social Networks in Childhood and Adolescence. *Frontiers in Psychology*, Vol. 12: 1-11.
- Pašica, A. & Turza-Bogdan, T. (2020). O medijima i govorno-jezičnome razvoju djece s roditeljskog motrišta. *Hrvatski: časopis za teoriju i praksu nastave hrvatskoga jezika, književnosti, govornoga i pismenoga izražavanja te medijske kulture*, No. 18, br. 1-2: 73-92.
- Pérez Tornero, J.M. (2008). Media Literacy. New Conceptualisation, New Approach. *Empowerment through Media Education and Intercultural Dialogue*, 1 ed: 103-116.
- Petrović, D. (2013). *Društenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Popadić, D. (2009). *Nasilje u školama*. Beograd: Institut za psihologiju, UNICEF.
- Popović-Čitić, B. (2012). Pozitivni uticaj televizijskih sadržaja na emocionalno i socijalno ponašanje dece. *Specijalna edukacija i rehabilitacija*, Vol. 11, Br. 1: 123-145.
- Poter, Dž. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.
- Premsky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, Vol. 9, No. 5: 1-6.
- Rančić, J. (2018). Violence on social networking sites in the Republic of Serbia. *CM: Communication and Media*, 13(43): 95-124.
- Rava, P. (2018). Obrazovanje i mediji: uloga medijske pismenosti u procesu socijalizacije. *Kultura polisa*, br. 35: 407-422.
- Reid Chasiakos Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M.A. & Cross, C. (2016). Children and Adolescents and Digital Media. *Pediatrics*, 138(5).
- Rot, N. (2010). *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Sindik, J. (2012). Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, Vol. 18, No. 1: 5-33.
- Stamenković, S. (2013). *Medijska pismenost u Srbiji: rezultati istraživanja*. Beograd: Biro za društvena istraživanja. Posećeno: 2.7.2022. URL:<http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2013/12/Medijska-pismenost-u-Srbiji-rezultati-istra%C5%BEivanja.pdf>
- Starčević N. (2013). Medijsko obrazovanje-putokaz u svetu zasićenom porukama. U D. Valić Nedeljković & D. Pralica (ur), *Digitalno medijske tehnologije*

- i društveno-obrazovne promene 3* (str. 217-228). Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.
- Stefanović, S. & Karić, T. (2020). *Biti dete za vreme pandemije Covid-19: Analiza istraživanja uticaja mera vanrednog stanja na decu tokom pandemije COVID-19 u Srbiji*. Niš: Mreža organizacija za decu Srbije (MODS). Posećeno: 1.7.2022. URL:http://zadecu.org/wp-content/uploads/2020/04/Analiza_biti_dete_cov_19.pdf
- Stojanović D. (2020). Analiza realizacije učenja na daljinu u Srbiji za vreme pandemije virusa COVID 19. U P. Mitić & D. Marjanović (ur.), *Black Swan in the World Economy 2020* (str. 121-140). Beograd: Institut ekonomskih nauka.
- Štambuk, V. (2010). *Communico Ergo Sum ili internet, kako je nastao i kuda smeru*. Beograd: Akademska misao.
- Trpovski, Ž., Grubić-Nešić, L., Duđak, Lj., Jakovljević, N. (2013). Stavovi studenata o ulozi digitalnih tehnologija u nastavnom procesu. U D. Valić Nedeljković D. & D. Pralica (ur.), *Digitalno medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3* (str. 229-240). Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.
- Valić Nedeljković, D. (2011). Deca, mediji i „trošenje budžeta” slobodnog vremena. *Medijski dijalozi – časopis za istraživanje medija i društva*, Vol. 4, No. 10: 339-354.
- Valić Nedeljković, D., Bala, K., Geler, Z. (2013). Deca u virtuelnom svetu kompjuterskih igara. U D. Valić Nedeljković & D. Pralica (ur), *Digitalno medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3* (str. 241-254). Novi Sad: Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta.
- Vuković, V. (2012). Društveni mediji kao dominantna sila socijalizacije. *Medijski dijalozi-časopis za istraživanje medija i društva*, God. V, Br. 11: 313-324.
- Vulić, T. (2018). Medijska pismenost u vremenu digitalnih platformi: stavovi srednjoškolaca. *DHS-Društvene i humanističke studije*, 1(4): 353-370.
- Zaman, B. & Nouwen, M. (2016). *Parental controls: advice for parents, researches and industry*. London: EU Kids Online, The London School of Economics and Political Science.

Jovana Rančić

University of Belgrade, Faculty of Political Science, Serbia

THE ROLE OF DIGITAL MEDIA IN THE SOCIALIZATION OF CHILDREN

Abstract: *The topic of the paper is the role of digital media in the process of socialization of children. Digital media are becoming an increasingly important agent of socialization, they are an indispensable part of everyday life and as such greatly influence our identity, thoughts, political beliefs, and image. Children are the most susceptible to media influence to which they are exposed. Available research conducted on this topic shows that children spend most of their free time on media content. The aim of the paper is to present some of the risks and benefits of using digital media based on a secondary analysis of the literature, but also to point out the importance of media literacy and educational competence of parents in the area of protecting children from the harmful consequences of using digital media. The risks of use are not only related to the time spent with digital media, but also to the quality of the content that children choose. The presented risks of using digital media relate to violent and inappropriate content, social comparison theory, and security threats. The benefits of using digital media are mainly included in learning processes.*

Media literacy and media pedagogy as interdisciplinary areas are important in the formation of a critical attitude towards media discourse at an early age. Their inclusion in educational systems will contribute to the development of democratic values in society and the fight against racial, religious, gender and other stereotypes. Parents' educational competences and parental mediation are important factors in protecting children from the risks they face on digital platforms. Of the numerous types of parental mediation in controlling children's access to digital media and the use of various applications and tools for those purposes, as an extremely effective method, it is recommended to talk about the dangers of using different media content and the joint use of digital media.

Key words: *children, digital media, media literacy, media education, socialization, parental mediation*

Genološka medijska alternativa – kolumna kao protivžanr

Dobrivoje Stanojević¹

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

Lidija Mirkov

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Srbija

DOI: 10.5937/cm17-41522

Sažetak: U dobu digitalnih sadržaja, informacija ne dopire do čoveka samo posredstvom standardnih i utvrđenih jezičkih i žanrovskih formi. Osim hibridnih, u javnosti je moguće iskusiti mnoštvo drugih žanrova, u skladu sa kontekstom aktuelne stvarnosti. Prvi novinarski žanr izdvojen iz sveta književnosti – kolumna – danas nije samo književnost u malom. U njoj se odvijaju tokovi koje možemo posmatrati iz ugla književnih studija i studija novinarstva jer zadržava normirana žanrovska svojstva, dajući nove dimenzije značenja. Genoloških istraživanja u oblasti medija je malo. Čuvanje obeležja tradicionalnih žanrova teško je kao i oblikovanje novih žanrova koji se mogu označiti kao alternativni. Kolumna u javnom diskursu danas nije zanemarena već, naprotiv, privlači pažnju mladih generacija (nedeljnici, portal, nove medijske platforme poput Jutjuba ili Ted razgovora). Kolumna kao protivžanr jeste osvedočena „navika” teksta da se oblikuje nasuprot očekivanju. Kolumnista sam određuje svoje žanrovske granice. Ironijsko-parodijska, negatorska, nihilistička strana kolumne proističe iz nesigurnosti novinarskog diskursa. Nепrestano meandriranje forme utiče na njeno opažanje. Protivžanrovska svojstva kolumne čine je kritički okrenutom prema genološkim konvencijama. Kolumna nema strogih konvencija, osim konvencija razbijanja konvencija i nastojanja da bude „nekonvencionalna”. Kolumna pomera granice i značenja žanrova i doprinosi decentriranju savremenog medijskog diskursa. Ona postaje nova strukturna dominantna savremenog novinarstva.

Ključne reči: mediji, žanr, kolumna, genologija, stilistika, retorika

¹ Kontakt sa autorima: dobrivoje.stanojevic@fpn.bg.ac.rs

Uvod

Genoloških istraživanja u oblasti medija ima srazmerno malo. Obično se smatra da se mediji bave prolaznim pitanjima i da bi bilo kakvo dublje tumačenje žanrova bilo sa malo koristi. Na taj način izmiču poetička određenja novih novinarskih žanrova, najpre zato što se oni smatraju zalutalim u svet žurnalizma, čak slučajnim prolaznicima ili povremenim gostima. Tako izmiču raznoliki „pitagorejski oblici” novinarstva među koje, svakako, spada i kolumna kao svojevrsni „svežanr” ili „bezžanr”, a, reklo bi se, najpre, „protivžanr”. Iako medijski poslenici uporno čuvaju obeležja tradicionalnih žanrova, neprestano se oblikuju i prepoznaju novi žanrovi koji se mogu označiti kao *alternativa* tzv. ustaljenim žanrovima. Ispitivanje razmere i uslova prožimanja tradicionalnog i modernog u jednom od „novih” žanrova kao što je *kolumna* (lat. *columna* – stub) dovodi do toga da se većina svojstava tradicionalnih novinarskih žanrova raspršuje do neprepoznavanja. Tako se dolazi do bogate interdisciplinarnog genološke rasprave kojom se *kolumna* može označiti kao svojevrsni *protivžanr*, osvedočena „navika” teksta da se oblikuje mimo ili, čak, nasuprot očekivanju.

U ovom tekstu autori se bave temeljnom analizom kolumne kao medijskog protivžanra. Glavna pretpostavka u radu je da se kolumna, iako slobodna i bez ustaljenih žanrovskih uputstava, jasno izdvaja od drugih novinarskih žanrova svojstvom alternacije; tačnije, kolumna nije stihijsko i anarhično ređanje teksta, već postoje utemeljena i očigledna svojstva kolumne koja se očitavaju u stilsko-retoričkoj i žanrovskoj alternaciji, tj. slobodi izražavanja. Ono što je čini protivžanrom jeste njeno opiranje genološkim granicama, prvenstveno u pogledu njenih posledica – kao što su oslobađanje granica izražavanja, orijentacija slobode u društvu i kreativni podsticaj ostalim žanrovima. Da bi se ove hipoteze dokazale, autori su pristupili teorijsko-sintetičkom i analitičkom pristupu dokazivanja. Na uzorku kolumni iz štampanih medija Danas, Politika, Blic, Nedeljnik, Vreme i NIN u dugom razdoblju (2020–2022) ustanovljeni su redovnost stilsko-retoričkih inovacija i principi na osnovu kojih su nabrojana svojstva kolumne koja dokazuju početne pretpostavke. Pre analitičkog dela, autori su dali uvid o prethodno objavljenoj literaturi koja je u vezi sa novinarskim žanrovima i kolumnom, sa posebnim osvrtom na genološku (žanrovsku) literaturu nedovoljno korišćenu u medijskim studijama.

Teorijski okvir

Za ovaj rad, prvenstveno, treba definisati šta je žanr – da bi bilo izvodljivo uvideti po čemu se kolumna u novinarstvu izdvaja kao alternativa, te na kojim osnovama je možemo smatrati protivžanrom.

Strukturalisti često citiraju Todorova, koji žanr definiše kao „ugovor sklopljen između autora i čitaoca, ugovor koji odlučuje upravo o načinu čitanja nadalje” (Todorov, 2010: 25). U novinarstvu je moguće istražiti tekstualni dizajn (prelom, košuljicu i sl.), strukturu novinarskih tekstova (koji se pojavljuju u ograničenom broju oblika), kao i stil novinarskog izražavanja jer sve to utiče na tzv. horizont očekivanja publike (Hans Robert Jauss – Jaus, 1979). Čitaoci, slušaoci i gledaoci (i korisnici?) koriste svoj kritički aparat zavisno od toga na koji novinarski žanr su naišli. Otuda značaj boljeg razumevanja prelaznih ili hibridnih medijskih žanrova.

„Žanr je manja skupina unutar vrste, koja sadrži sve osobine koje ima vrsta, ali i neke druge; u tom smislu, žanr predstavlja interpretaciju vrste svojstvenu nekoj književnoj struji ili nekome razdoblju. Upravo zato, on često nastoji da se predstavi kao jedina – ili kao jedina valjana – interpretacija vrste” (Pavličić, 1983: 101).

Kolumna je, među novinarima, žanr do kog treba doći, tj. koji se posebnom profesionalnošću i umećem autora postupno osvaja. Osim toga, kolumna je žanr u kojoj se oponaša sloboda da se bude drugačiji jer se u njoj ne primenjuju standardna pravila pisanja, kao što je slučaj u faktografiji. Ipak, to nije ni književni žanr u medijima, kao što može biti feljton. Kolumnom se iskazuje stanje kritičkog odnosa autora prema aktuelnoj stvarnosti, i to na način koji ne mora da bude izraz uređivačke politike medija u kojem se objavljuje.

Kada je reč o standardizaciji žanra kolumne, teško je ustanoviti normu koju sve kolumne zadovoljavaju. Ipak, kolumna se jasno izdvaja u odnosu na druge novinarske žanrove – već pri prvom čitanju jasno je šta je kolumna, a šta neka druga forma.

„Žanr ima specifične tekstualne osobine ili je način organizovanja elemenata unutar teksta, što nam omogućava da prepoznamo tekst kao da pripada određenom žanru ili žanrovskom tipu.” (Fulton, 2005: 126).

Svojstva izražavanja u kolumni, iako slobodnije upotrebljavana nego u drugim medijskim formama, sadrže izvesna ograničenja koja taj tekst čine upravo kolumnom. „Žanr namerno koristi ograničenja da optimizuje izraz, da kanališe očekivanja i da olakša komunikaciju” (Herman, 2010: 404). Kolumna se smatra medijskim žanrom koji mogu da pišu samo izabrani autori, ne samo iz razloga popularnosti, već više iz potrebe da autor već ima razvijen osećaj ili talenat za tu neobičnu formu.

Čak i kada je sasvim raznolika i raznorodna među autorima, kolumna je usklađena sa zamišljenim međama tog novinarskog žanra. „Ono što izdvaja jedan žanr od drugog nije opredeljenje autora za ovu ili onu temu, već je to *odnos* prema temi ili pristup. Takođe, žanr se izražava *sredstvima* kazivanja, odnosno načinom kojim se pripoveda” (Ilić, 2006: 11).

Zamisao autora o smislu kolumne umnogome određuju upotrebljena jezička sredstva. Često „autorov pogled može biti usmeren ka spolja ili unutra – ekstrovertan ili introvertan – i proizvodi zapis o svetu ili viziju stvarnosti transformisanu imaginacijom. Tema takođe može biti shvaćena u ličnim ili intelektualnim terminima” (Martin, 2016: 29).

U nastavku teksta biće više reči o kolumni kao žanru i pojedinačnim svojstvima stila koja čine kolumnu svojevrsnim protivžanrom.

O kolumni kao protivžanru

Novinarski diskurs se ubrzano menja. U kolumni se, recimo, često prikuplja materijal da bi se sintetizovao i podvrgao novim semantičkim neočekivanim iskušenjima. Reč je o sve češćem ironijsko-parodijskom, čak i sarkastičnom gledištu. Ironijsko-parodijska, negatorska, pa i nihilistički obojena strana kolumne, najčešće, proističe iz savremene nesigurnosti nesavremneog novinarskog diskursa. Neprestano meandriranje forme kolumne utiče na njeno opažanje konstanti koje bi kolumnu ustoličile kao čvrsti žanr. Kolumna tako postaje nova žanrovska dominantna savremenog novinarstva, a predočena ironija osvežavajuća kompoziciono-stilska konstanta. Na taj način se, posle saznanja o viševekovnoj strukturalnoj neslobodi medija, postepeno oblikuje nova novinarska paradigma. U njoj se beži od shematizma i senzacionalizma u smeru ironijsko-parodijskog oblikovanja kojim se relativizuje staromodna trijada o percepciji, komunikaciji i recepciji. Relativizuje se i tradicionalno shvatanje sukoba shematizma i sen-

zacionalizma. Kolumnista sam određuje svoje žanrovske granice. I u tome se posebno ističe osnovno *protivžanrovska* svojstvo kolumne.

Reči su materijal za građu, piše Škreb, a stvaralac (kolumnista) bira kako će ih upotrebiti za što uspješniju komunikaciju – ne zaviseći primarno od gramatike, već od „vrednote govornog jezika” (Škreb, 1956: 36). Škreb vidi umetnički jezik kao onaj koji se ne odnosi na neku stvarnost, već sam sebi stvara sopstvenu stvarnost i to postiže *intenziviranjem* (Škreb, 1954: 130). Figure izražavanja u paradigmi kolumne nisu omeđene normiranim jezikom i funkcionalnim stilovima faktografije.

Postoji stalna kolumnistička odluka o tome da se ne liči na poznato, i kreativno nepristajanje da se sasvim opredeli za nešto. Budući u stalnom stanju namerne neodlučnosti, kolumna se bori za pravo da postane inicirajući, pa i konstitutivni deo nove medijske paradigme. Informativni deo postaje ironijska dezinformacija, u stvari, suštinski dublje informisanje koje zahteva naročitu medijsku pismenost. Protivžanrovska svojstva kolumne upućuju na to da je ona kritički okrenuta prema postojećim genološkim konvencijama u ime buduće paradigme koja se tek naslućuje. Kolumna nema strogih konvencija, osim konvencija razbijanja konvencija, u više smerova, i poluodređenog zahteva da bude „nekonvencionalna”. Ta okolnost joj više dozvoljava nego što je žanrovski sputava. Stoga je kolumna danas u mogućnosti da pomera granice i značenja tradicionalnih novinarskih žanrova i da doprinese delotvornom decentriranju savremenog medijskog diskursa.

Danas ne postoje stroža određenja kolumne, osim toga da je reč o tekstu na jednom stupcu, u prvom licu jednine i sa ironijsko-satiričkim pa i parodijskim svojstvima. Slično proročkom određenju Edgara Morgana Forstera (Forster, 1965) u knjizi *Vidovi romana (Aspects of the Novel, 1927)* o romanu kao književnom tekstu sa više od pedeset hiljada reči. Ovo duhovito i ironično određenje moglo bi se primeniti i na kolumnu, samo što je po sredi manji broj reči.

Zbog neprestanih promena jedino je izvesno kvantitativno je odrediti. Konstatacija o teškoćama mediologa da odrede preciznu genološku tipologiju, međutim, ne može biti u prvom planu kad je reč o kolumni. Tvrđnja da se ovaj žanr može svrstati u „članke mišljenja”, takođe, govori o tome šta kolumna ne može da bude, a ne šta stvarno jeste. Srodne naznake jesu i plod sumnje u utemeljenost merila kojima se služi nauka o književnosti, mediologija i medijalingvistika. Namerna ili slučajna jednostranost ovih određenja naglašava

neophodnost izučavanja strukturnih odnosa koji omogućavaju da se neki tekst u novinarstvu žanrovski izvesnije klasifikuje.

Za žanr kolumne nije, svakako, najpresudnija dužina. Važan je i lični stav pisca, prožimanje stvarnosti i umetnosti, kao i upotreba stilskih sredstava koji su pre u službi stvaralačke igre nego što su u funkciji „ocrtavanja” realnosti.

Preinačeno pripovedanje

Preinačeno pripovedanje je duša kolumne. Kolumnom se oponaša čin ozbiljnog, gotovo zaključnog pripovedanja, o pojavama i narativima koji su se događali ili se predviđa da će se tek dogoditi. Otuda gotovo svaka kolumna na početku sadrži sažetak onoga o čemu će se govoriti. Potom se obrazlaže pripovedačka orijentacija sa težištem na ličnom pristupu. Kao treći strukturni član kolumne pojavljuju se raznolike komplikacije postojećih ili pretpostavljenih događaja. U četvrtom delu izbija ocenjivanje sa gledišta posmatrača, da bi potom sledilo rasplitanje, podastiranje stanovišta i koda sa kog su se događaji posmatrali.

Kolumna tako može biti shvaćena kao kategorija kojom se objašnjava odnos stvarnosti sa tzv. spinovanom stvarnošću. Spinovana stvarnost se predstavlja kao druga, stvarnija stvarnost, dok se na kraju ne ispostavi da je reč o medijski predimenzioniranoj praznini. Na kolumnisti je da spinovanu stvarnost, koja može poći u različitim zadatim pravcima, vrati u svoje ležište i otkrije skrivanu „istinu”, ma sa kog stanovišta ona dolazila. Ta istina je vidljiva tek u zamršenom spletu povezanih medijskih manipulacija. Termin kolumna tako dobija široko značenje od ponovljenog komentara, mišljenja ili osvrta na značajna dešavanja do izrazitih subjektivnosti koje se mogu iskazivati neočekivanom leksikom za novinski članak (primer učestalih varvarizama, neologizama, vulgarizama, frajerizama, familijarizama i drugih leksikostilema u kolumnama npr. Svetislava Basare, Teofila Pančića, Draže Petrovića, Ljubodraga Stojadinovića, Borisa Dežulovića...).

U širokom luku tumačenja, razlika između stvarnosti i tradicije, kolokvijalnog i istorijskog, zdravorazumskog i teorijskog, razumnog i nerazumnog, duhovitog i isuviše jednosmernog, kolumna postaje široki prostor za sve ono što se, inače, ne bi moglo naći u tradicionalnom novinskom tekstu. Dok se u ranijem novinarstvu mogla naći kritika stvarnosti, u kolumni se sve više razvija polunaučna individualizovana kritička analiza spinovane stvarnosti. Pritom se vodi

računa da je predstavnički oblik kolumne, ipak, priča i da u različitim vidovima treba biti privlačna za čitaoce. Otuda postoji mogućnost da se o kolumni govori i kao o mogućoj priči. Zato što se priča može razlikovati od istine, subjektivni stav postoji da bi se relativizovala istina i apsolutizovala priča koja neodoljivo podseća na stvarnost i stvarne junake. Reč je kanonskim junacima (kao što je u kolumnama Svetislava Basare često Sigmund Frojd), „pozitivnim” ličnostima (pominjanje prijatelja Filipa Davida) i negativnim junacima („sumašedši Abu Ćirjak”, „Danas”, 25. 12. 2020, Guzijan Jeremić, 22. 12. 2020...).

Kolumna kao tekst jednoga stupca, ustvari, jeste posebna kratka novinska priča sa trodimenzionalnim junacima: autoritetima, pozitivcima i uslovnim negativcima. Iako često labavije strukture, kolumna donosi i priču sa zapletom. Kolumna je, najzad, gotovo cela izgrađena samo od zapleta koji se brzo rešava, retko dodatno komplikuje. Svaka uspelija kolumna, tako, daje pretpostavke za oblikovanje novog žanrovskog ustrojstva. Njome se, ustvari, preispituje novinski koncept u nastajanju. U namernoj, poetički osmipšljenoj nedoradenosti i nekonačnosti svake kolumne, nalazi se, sakriveno, polje novog žurnalističkog koncepta sa mnogim „mestima neodređenosti” (Roman Ingarden, Roman Witold Ingarden, *Das literarische Kunstwerk*) u kojem se mnogo više dopušta nego dosad.

Kao da se kolumnom postupno priprema materijal i publika za otkriće novog novinskog oblika. Ironijsko-parodijska, često satirična, pa i negatorska strana kolumne potiče iz prevelike samouverenosti u vlastito stanovište, ali i potajnog straha za predstojeći neobavezni poetički koncept. Otuda od koherentnosti određenog interpretativnog uzorka, simboličnosti prikazivanja, kvalitativnog učinka i utiska o totalitetu obuhvaćenih zbivanja, zavisi recepcijski uspeh kolumne. Najpre zato, kolumna često ima kontekst mnogo širi od svog osnovnog značenja i postepeno se prostire prema preinačenom književnom polju angažovane literature.

Od širine konteksta i odnosa prema tradicionalnim novinarskim žanrovima može zavisiti uspostavljanje nove, neophodne polemičke višeznačnosti. Sažeta forma kolumne se veoma lako zapaža i olakšava recepciju teksta kojim se, redovno, razobručuje postojeći „horizont očekivanja” (Jaus, 1979). Kolumnom se, dobrim delom, podrazumevajuće parodira dominantna žurnalistička i stvarnosna paradigma. Zato se ovaj žanr odlikuje svojstvima novinskog „protivžanra”, alternativnim pogledom na stvarnost i preinačenom genološkom strukturom.

Kolumnom se, tako, razgrađuju postojeće žanrovske granice i određuju novi žanrovski okviri.

Naglašena težnja ka konciznoj sveobuhvatnosti, s obzirom na opseg tematike, govori i o borbi za konstituisanje nove novinarske paradigme. S obzirom na učestalo ponavljanje, kolumna stiže i pritajeno svojstvo posebnog romana u nastavcima. Uostalom, nije slučajno što je Svetislav Basara delove svojih romana objavljivao na mestima određenim za kolumnu. Kao što je i kolumnistička delatost ovoga pisca umnogome uticala na oblikovanje kolumnističkog žanra, tako su i žanrovske vrednosti kolumne uslovile kolumnističku strukturisanost Basarinih romana. Oni su dobili značajnu društvenu valorizaciju dobrim delom zbog stilske kolumnističke invokacije i posebne ironijsko-parodijski intonirane društvene angažovanosti.

Kvantitativna naslovna oznaka, međutim, nedovoljno i nodređeno govori o ključnim strukturnim svojstvima kolumne. Reč je samo o predloženoj sažetoj oblikovanosti. Odrednica „kolumna” ukazuje na tumačenje i zauzimanje stava o samo jednoj okvirnoj okolnosti ili tek nekoliko srodnih situacija. Iako ovde sažetost može upućivati na vrednosnu, najpre stilsku oznaku, njome se ukazuje i na posebnu medijsku poetiku. Kolumna, s obzirom na niz tekstova koji se podrazumevaju, jeste i trajni zaplet, produžena polemička, ili skriveno polemička, neizvesnost. U njoj se neprestano očekuje rasterećenje napetosti, ali se izazovi predstojećih sukoba mišljenja neprestano uvećavaju.

Zaključak

Protivžanrovska svojstva kolumne ogledaju se u postojanoj kritičkoj otvorenosti prema društvu, ali i prema medijskim konvencijama u ime novih žanrova koji se naslućuju. Kolumna, zato, i ne može imati stroge zakonitosti jer i sama voli da ih narušava. Otuda uslovna sažetost pogoduje meandriranju ovoga žanra. U kolumni kolumnističko „ja” se ne pridržava mnogih medijskih zakonitosti (objektivnost, pravilo druge strane, nasilna, aktuelnost...) jer se u njoj stvaraju nove konvencije kojih se brzo oslobađa prepuštajući ih drugim žanrovima. Kolumna je, otuda, posebno jezgro prestojećih medijskih eksperimenata. Moguće je na osnovu njenih promena utvrditi razloge i stepen pomeranja u poetici srodnih žanrova (komentar, osvrt, beleška...). U kolumni se razobručuju, pa i prekoračuju, granice pretpostavljenih shema i neguju samodestruktivne, samoironijske i autoparodijske crte mimikrijskog karakte-

ra, nasuprot nekim žanrovskim novinarskim strukturama koje nastoje da se petrifikuju i osamostale.

Protivžarovska usmerenja ogledaju se i u posebno neposrednom odnosu prema specifičnoj stvarnosti i realnim licima. U njoj se nema mesta za okolišne relativizacije. Na stvarnost se najčešće gleda „usred stvari” i namah se ispunjava očekivanje čitaoca o neočekivanoj brzini i „završnom udarcu”. To je moguće zato što kolumna, strože gledano, nema dugu predistoriju. Obično se u njoj govori o novim temama, izaziva iznenađenje i predstavlja ono što se malo očekuje.

Kolumna, danas, kao sve postojaniji novinarski protivžanr (u težnji za razbijanjem novinarskih stereotipa) uverljivo pokazuje novu logiku novinarstva. Proistekla, dobrim delom, iz književnosti, kao da se ponovo uliva u književnost. Kako bi se, inače, razumela spinovana skrivena fantastizacija stvarnosti nego kao nova fikcija.

Literatura

- Fulton, H. et alt. (2005). *Narrative and Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Forster, E. M. (1965). *Vidovi romana: Izraz*, Sarajevo.
- Herman, David, Jahn, Manfred & Ryan, Marie-Laure (2010). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. New York: Routledge.
- Jaus, Hans Robert (1979), *Estetika recepcije*, Beograd, Nolit.
- Pavličić, P. (1983). *Književna genologija*. Zagreb: Liber.
- Škreb, Z. (1954). *Jezik u interpretaciji pjesničkog djela*. Jezik – Časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika, Zagreb: Hrvatsko filološko društvo, br. 5, god. II
- Škreb, Z. (1956). *Jezik i umjetnička cjelina*. Jezik – Časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika. Zagreb: Hrvatsko filološko društvo, br. 2, god. V
- Ilić, M. (2006). *Rađanje televizijske profesije*. Beograd: Clio.
- Martin, V. (2016). *Novije teorije pripovedanja*. Beograd: Službeni glasnik.
- Todorov, C. (2010). *Simbolizam i tumačenje*. Beograd: Službeni glasnik.

Dobrivoje Stanojević

University of Belgrade, Faculty of Political Science, Serbia

Lidija Mirkov

University of Belgrade, Faculty of Political Science, Serbia

**GENOLOGICAL MEDIA ALTERNATIVE –
COLUMN AS AN ANTIGENRE**

***Abstract:** In the age of digital content, information does not reach people only through standard and established linguistic and genre forms. In addition to hybrids, it is possible to experience many other genres in public, in accordance with the context of current reality. The first journalistic genre singled out from the world of literature – the column – today is not just small-scale literature. There are currents in it that we can observe from the angle of literary and journalistic studies because it retains the standardized genre properties, giving new dimensions of meaning. There is little genealogical research in the field of media. Preserving the features of traditional genres is as difficult as shaping new genres that can be labeled as alternatives. The column in public discourse today is not neglected, but, on the contrary, it attracts the attention of young generations (weeklies, portals, new media platforms such as YouTube or Ted talk). The column as a counter-genre is a proven “habit” of the text to take shape against expectations. The columnist himself determines his genre boundaries. The ironic-parodic, negative, nihilistic side of the column stems from the uncertainty of journalistic discourse. The constant meandering of the form affects its perception. The anti-genre features of the column make it critically oriented towards genealogical conventions. The column has no strict conventions, other than conventions breaking conventions and trying to be “unconventional.” The column pushes the boundaries and meanings of genres and contributes to the decentralization of contemporary media discourse. It is becoming the new structural dominant of contemporary journalism.*

***Keywords:** media, genre, column, genology*

O nespornom značaju etičkih kodeksa u novinarstvu

Dejan Donev¹

Univerzitet Sv. Ćirilo i Metodije, Filozofski fakultet, Skoplje

Maja Vojinović

Univerzitet Union – Nikola Tesla, Fakultet za menadžment

DOL: 10.5937/cm17-37252

***Sažetak:** Formulisanje i poštovanje profesionalnih etičkih kodeksa u vezi sa dužnostima novinara, kojih oni treba da se pridržavaju u vršenju novinarske profesije, kao jedne vrste „modela” etičkih stavova, i njihovo učenje kako da postupaju u saglasnosti sa moralnim vrednostima i normama svoje profesije, jeste ono što spasava, rehabilituje i potom unapređuje jednu profesiju. Na novinarski etički kodeks ne sme više da se gleda kao na „mrtvo slovo na papiru”, „puki dokument”, nego kao na mogućnost postavljanja i prihvatanja određenih moralnih normi koje tokom vremena treba da budu inkorporirane u nečiji profesionalni kod postupanja. Time se i profesija jednostavnije obavlja, jer se motiviše konkretno i aktivno delovanje u toj oblasti, kao i objektivno suđenje o takvom delovanju. Generalno, bez visoke moralne izgrađenosti novinarstva iluzorno je očekivati dobro funkcionisanje i razvoj demokratije u jednom društvu.*

***Ključne reči:** etički kodeks, norma, novinarstvo, profesionalizam*

Uvod

Pitanje o etičkim kodeksima u novinarstvu je pre svega pitanje o značaju morala i neophodnosti da se poštuju pravilne norme ophođenja u određenoj profesiji. Iz ove konstatacije proizlazi pitanje o normama kojih bi novinari trebalo da se pridržavaju u svom poslu i izvršavanju radnih zadataka. Odgovor se traži i nalazi u temeljnim dokumentima nacionalnih i internacionalnih

¹ Kontakt sa autorima: donevdejan@zf.ukim.edu.mk

udruženja i izdavača, novinarskih sindikata, institucija iz oblasti ovih struka i disciplina, kao i pojedinih medijskih institucija. Formuliraju se profesionalni etički kodeksi o dužnostima novinara, kojih oni treba da se pridržavaju u vršenju novinarske profesije, kao jedne vrste „modela” etičkih stavova, i obrazuju se kako da postupaju u saglasnosti sa moralnim vrednostima i normama vlastite profesije. Kao što konstatuje Klod Žan Bernard, „ponekad se naziva etičkim kodeksom ili kodeksom ponašanja ili zapravnovinarskom poveljom, pravilima dobrog ponašanja, vodičem kroz deontologiju, deontološkim priručnikom ili popisom načela (...)”, pri čemu, ono što se sastavlja „nije neko sveto pismo, za koje računaju da će ga se svako bezuslovno i predano pridržavati, nego svojevrstni *vademekum*, podsetnik, čija delotvornost pretpostavlja da novinar poseduje određeni moralni osećaj” (Bertrand, 2007: 41).

Stvari stoje tako jer ovi etički principi fundiraju i opravdavaju novinarstvo u jednom demokratskom društvu, posebno u zemljama koje prolaze kroz određenu vrstu tranzicije ka boljem društvenom poretku. To je zbog toga što liberalna i demokratska društva imaju konstantnu potrebu za dobrim i „živim” novinarstvom, koje je pre svega etički fundirano, svestrano angažovano, humano. Bez ovakve visoke moralne postavljenosti novinarstva iluzorno je očekivati dobro funkcionisanje i razvoj demokratije u jednom društvu. Drugačije rečeno, samo razvijeno, odgovorno i moralno novinarstvo daje impuls za progresivan rast i razvoj jednog modernog društva.

Kratka istorija etičkog kodeksa u novinarstvu

Budući da su norme profesionalnog etičkog kodeksa specifične u raznim oblastima, u oblasti novinarstva, kao normativne etike, a u vidu profesionalnih pravila, ona počinju da se uobličavaju u drugoj polovini 19. veka, kada novinarstvo polako stiže status profesije. Ta pravila nastavljaju da se multiplikuju početkom 20. veka, „delimično pod uticajem progresističkog pokreta koji je kritikovao divlji kapitalizam, posebno u medijima; u to su doba novinari počeli da shvataju da čine posebnu kastu” (Bertrand, 2007: 43).

Takav kodeks je prvo stvoren u Francuskoj, 1881. godine², dok u SAD i Engleskoj u to vreme počinju rasprave o definisanju ciljeva kodeksa. Kasnije su oni bili donešeni, tj. već početkom 20. veka, prvo u SAD (Thomas, 1998: 39),

² Prema drugim istoričarima novinarstva dolazimo do saznanja da je prvi nacionalni kodeks bila francuska *Povelja o dužnostima nacionalnog sindikata francuskih novinara (SNJ)*, usvojena 1918. godine.

i to od strane Novinarskog udruženja iz Kanzasa, koje je 1910. godine usvojila kodeks koji se odnosi na izdavače i rukovodioce³. Zatim u Evropi⁴, u skandinavskim zemljama Švedskoj, Finskoj i Norveškoj. U trećoj deceniji prošlog veka već se javljaju i prvi međunarodni kodeksi, odnosno 1936. godine je napravljen Union Internationale des Associations de Presse (InterAmerican Press Association), a već 1939. godine Međunarodna federacija novinara (Federation Internationale des Journalistes – FIJ) usvaja svoj sopstveni Kodeks časti.

Posle Drugog svetskog rata novinarski kodeksi se javljaju širom sveta. U pedesetim godinama 20. veka i OUN se počinje baviti ovim pitanjem i izrađuje međunarodni kodeks, koji je bio dostavljen u 500 novinarskih udruženja, ali taj kodeks nikada nije prihvaćen zato što su profesionalne organizacije odbile da se državne instance mešaju u njihove poslove. Novi talas zainteresovanosti za ovu deontologiju se javlja 70-tih godina 20. veka, i to u krugovima UNESKO-a, Savetu Evrope, Međunarodnoj federaciji novinara, International Press Institute-a, a poslednji talas je usledio odmah posle tzv. Zalivskog rata 1991. godine.

Cilj etičkog kodeksa u novinarstvu

Ovi etički kodeksi, kao deo normativne etike, u globalu imaju za cilj da odstrane prevarante i folirante, tj. *neprofesionalce* iz same profesije, kako bi javnost mogla biti upućena u ozbiljnost ove konkretne profesije. Naime, javnost mora biti informisana da i ova profesija ima svoja pravila ophođenja, sa čime bi se povećao kredibilitet same profesije, ojačala vernost klijenata – a u konkretnom primeru sa medijima – pojačalo poverenje primaoca poruka, znači prosperitet same profesije. To je zato što „kodeks štiti klijenta, ali pored toga stvara određenu solidarnost unutar grupe i održava ugled profesije, dakle i njen uticaj“ (Bertrand, 2007: 42), a što znači da novinari sami sebi postavljaju, ako ništa dugo, barem određeni ideal.

Ovo tim više što individualna svest svakog profesionalca, posredstvom kodeksa, nastoji da „opremi” sebe samog i, izlažući sebe jednoglasno priznatim vrednostima i načelima, dobija osećaj sigurnosti, tj. kolektivne snage. Istovremeno, cilj kodeksa je izbegavanje intervencije od strane organa vlasti, koja u slučaju medija može biti opasna. „Uoči li zakonodavac rađanje nepoverenja jav-

³ Iako se često navodi da je to *Kredo novinara* iz 1908 godine, koje je sastavljeno od strane prvog Dekana prvog Fakulteta za novinarstvo, pri Univerzitetu u Misuriju.

⁴ Već 1924. godine polovina od dnevnih novina imaju svoje povelje.

nosti prema njima (medijima – zab. D.D.), predlaže, katkad i izglasava represivne zakone. Pojava te opasnosti izaziva kod profesionalaca autoreformatorske korake: prvi među njima je razgrađivanje kodeksa” (Bertrand, 2007: 42).

Sve ovo prethodno važi za novinarstvo kao profesiju, gde kodeks ima za cilj da stvori povoljnu sliku o profesiji, da uspostavi norme, kreira i ponudi javnosti klimu poverenja, da obezbedi priznavanje i što veći kredibilitet, ali i da odvрати državne vlasti od namere da se mešaju u regulisanje novinarstva. Uopšteno govoreći, *glavni cilj normativne etike u novinarstvu je formulisanje načela za ispravan i pošten novinarski rad!*

Pokušaj sinteze sadržaja etičkih kodeksa u novinarstvu

Na osnovu ovog glavnog cilja, moguće je dati jednu sintezu (Bertrand, 2007: 45) iz mnoštva etičkih kodeksa u novinarstvu, posebno u odnosu na određenje opšte strukture i sadržine kodeksa, tj. kriterijuma na kojima se temelji sama profesija novinara:

1. Temeljne vrednosti:
 - poštovanje života;
 - podstrek za razvoj solidarnosti među ljudima;
2. Temeljne zabrane:
 - da se ne laže;
 - da se ne prisvaja tuđe dobro;
 - da se ne nanosi nepotrebna bol.
3. Novinarska načela:
 - da se bude kompetentan (samopouzdanje, ali i spremnost da se priznaju sopstvene greške);
 - da se bude nezavisan s obzirom na ekonomske, političke i intelektualne snage;
 - da se ne pravi ništa šta bi umanjilo poverenje javnosti u odonosu na medije;
 - da se ima široka i duboka definicija pojma informacije (da ne bude ograničena samo na ono što je očigledno, zanimljivo i površno);
 - da se dostavlja tačan, potpun i razuman izveštaj o svom radu;
 - da se bude na usluzi svim zajednicama (bogati/siromašni, mladi/stari, levica/desnica ...);
 - da se brane i podstiču ljudska prava i demokratija;

– da se radi na unapređenju društvene sredine.

Istovremeno, u saglasnosti sa Međunarodnim etičkim Kodeksom novinara (Minhenska Deklaracija)⁵, moguće je odrediti nekoliko principa, t.j. kriterijuma na kojima se temelji deklaracija, a time i sama profesija novinara⁶. Generalno, prema istraživanju (Laitila, 1995: 527-544), koje je 1995. godine sprovedla Tina Laitila, analizujući 31 evropski kodeks, i izdvajajući 61 profesionalno načelo, klasifikovala ih je u 13 kategorija, a zatim svela na 6 tema:⁷

1. Vernost istini za vreme sakupljanja i plasmana informacija;
2. Odbrana slobode mišljenja i govora;
3. Zabrana diskriminacije zbog rasne, polne, religijske i druge razlike;
4. Poštovanje u pogledu sredstava koja se koriste za vreme sakupljanja informacija;
5. Poštovanje integriteta izvora i autorskih prava;
6. Zaštita profesionalne nezavisnosti i profesionalnog integriteta novinara, kao i priznavanje odredbe za prigovor savesti.

Ove teme, koje proizlaze iz Minhenske deklaracije, su glavni orijentiri u pogledu dužnosti. Iz njih se definišu sledeća tri principa ili deontološka načela:

- odbrana slobode informisanja i nezavisnosti novinara;
- traganje za istinom;
- poštovanje ljudske ličnosti.

Ova načela ili kriterijumi se odnose na materijalne i moralne uslove koji omogućavaju novinarima da izvršavaju svoje zadatke.

Prvi od njih, tj. pravo javnosti da bude informisana i odgovornost novinara, je osnovna sloboda svakog ljudskog bića. To isto sadrži i Preambula Minhenske deklaracije, gde pravo javnosti da bude informisana za događaje i nečija mišljenja daje novinarskoj profesiji legitimitet u društvu, a sa sobom povlači potrebu postojanja dužnosti i prava koja se odnose na novinarsku profesiju. Naime, informacija pripada javnosti kojoj novinar polaže računa. Upravo zbog toga, u delu normativne etike, ovo pravo je suštinsko. Unutar ovog načela postoji

⁵ Minhenska deklaracija je Deklaracija o dužnostima i pravima novinara. Usvojena je 24. i 25. novembra 1971. godine u Minhenu, od strane predstavnika udruženja i federacija novinara iz zemalja koje su onda bile članice Evropske Ekonomske Zajednice (EEZ), t.j. Francuske, Savezne Republike Nemačke, Italije, Belgije, Holandije i Luksemburga, a izrađena je od strane austrijskih i švajcarskih novinara. Sledeće, 1972. godine, ova Povelja je usvojena od strane Međunarodne federacije novinara na kongresu u Istanbulu.

⁶ Detaljnije u odnosu na klasifikaciju kodeksa i njihove sadržine vidi kod Claude-Jean Bertrand, op. cit., str. 45-59.

⁷ Od 13 tema, 12 postoje u Minhenskoj deklaraciji, a nedostaje samo odgovornost u formiranju javnog mnjenja, a od 6 ponuđenih, samo jedna nije posebno obrađena, a to je odbacivanje svih mogućih oblika diskriminacije!

niz pitanja kakva su: ostvarenje i granice slobode informisanja, zatim pravo na štampanje i kritikovanje, pravo da se traga za informacijom, kao i ceo niz drugih odgovornosti.

Drugi, t.j. *sloboda kao uslov za informisanje*, je imperativ za ukupnu realizaciju prava javnosti da bude informisana, tj. mora se priznati i omogućiti nezavisnost novinara i dostojanstvo njegove profesije. Razne etičke odredbe koje utiču na posao novinara generalno se odnose na dva aspekta: aspekt dužnosti novinara i aspekt njegovih prava. Pa tako, tu treba akcentovati pravo, zatim zabranu novinaru da stekne bilo kakvu dodatnu korist od izvršavanja svoje profesije, još više umeće da ne padne pod spoljne pritiske, ali i razlikovanje reklame od novinarskih priloga i izveštaja, itd. Tu spada i pravo na prigovor savesti, tj. pravo novinara da odbije nešto što mu njegova medijska kuća nameće, a što je u suprotnosti sa opštom politikom, kao i poštovanje novinarske tajne.

Treći, tj. *istina kao najviša vrednost u informisanju*, znači: tačne, proverene informacije, date na nepristrasan način; mišljenja izložena pošteno i bez predrasuda, što znači verodostojno novinarsko izveštavanje u kojem se vodi računa o autentičnosti. Reč je o profesionalnom izvršavanju zadataka koji sadrže tri metodološka imperativa: objektivnost, nepristrasnost i autentičnost, koji su sa svoje strane konstitutivni uslovi za istinito informisanje. Ovaj treći princip je vrhunac moralne obaveze novinara. Kao što kaže Minhenska deklaracija, „novinar mora poštovati istinu, bez obzira na posledice po njega, zbog prava javnosti da dozna istinu” (“The Charter of Munich”, <https://graphism.fr/wp-content/uploads/2017/03/charter-of-munich-english.pdf>: 29.03.2022.). Kredibilitet medija je povezan sa istinitošću informacija i sa tačnošću sadržine informacije. Tačna informacija je izraz suštinski značajnih dnevnih vesti, a sa svoje strane to su bitni aspekti novinarske etike. Tu su obuhvaćeni obrada informacija, zatim dužnost da se daju ispravke, odbijanje nepoštenih metoda, itd.

Četvrti princip, koji proizlazi kao nadopuna prethodna tri principa, govori o *poštovanju ljudske ličnosti*. On se određuje kao jedna od najznačajnijih aksioloških odrednica novinarske etike. U Minhenskoj deklaraciji ovo pravo primarno se odnosi na poštovanje privatnog života, kao i na zaštitu povrede časti. Na ove dve odrednice treba dodati i pretpostavku nezavisnosti, kao i poštovanje žrtava, tj. da se zaustavi nekontrolisana i neumerena eksploatacija stradanja koja su žrtve doživele.

Značaj etičkog kodeksa za novinarstvo

Osim pregleda osnovnih kriterija i principa Međunarodnog Etičkog Kodeksa novinara (Minhenska deklaracija), istovremeno, tu je i bazični pregled sadržaja kodeksa profesionalne etike novinarstva, iz kojih se može apsolvirati i sam značaj etičkog kodeksa u i za novinarsku profesiju.⁸ Naime, u svim kodeksima profesionalne etike novinarstva, u uvodnom delu dominira prihvatanje odgovornosti medija i novinara u odnosu na javnost, tj. na publiku. U ovom smislu, proklamuje se da informacije moraju biti istinite, jasne i nedvosmislene, a da novinari moraju prihvatiti obavezu poštovanja i odbrane prava građana na sopstveno mišljenje, tj. da su oni glavni kreatori javnog mnjenja.

U okvirima ovih normi, kodeksi traže da objavljivanje informacija bude pluralno, da izvori informacija budu provereni, da činjenice budu jasno razdvojene od komentara, tj. vrednosnih sudova, a sa ciljem da primaoci informacija jasno znaju da li im se saopštavaju fakti ili njihova interpretacija.

Smatra se, takođe, da se jasno mora razdvojiti urednički deo novina, odnosno programa, od oglasnog (komercijalnog) prostora i vremena. Novinari se takođe samoobavezuju da će davati naslove koji će odgovarati sadržajima, i da će pomagati običnim građanima da uz pomoć medija realizuju svoje pravo izražavanja sopstvenog mišljenja, davanja komentara i upućivanja kritike.

Ukratko, početni paragrafi svakog kodeksa profesionalne etike novinarstva imaju oblik svečane obaveze koja građanima treba garantovati da će mediji biti otvoreni za njihov uticaj, s jedne strane, i da će medijski proizvodi koji im se serviraju biti kvalitetni, s druge strane.

Drugo područje koje dominira u ovom kodeksu odnosi se na zaštitu integriteta profesije od spoljašnjih uticaja. Pod ovim se podrazumeva, pre svega, odbrana od mešanja oficijelne vlasti u novinarske poslove, a koja se tradicionalno smatra najvažnijim poljem za borbu na kojem se vodi bitka za slobodu štampe, i gde su dosad izvojevane najvažnije pobjede u odnosu na odbacivanje cenzure i kontrolu zvaničnih organa nad sadržajima koje objavljuju mediji. Ali sa ovim dobijenim bitkama nije dobijen i rat, koji i danas dalje traje i nastavlja se, jer se smatra da je svaka vlast – koja ugrožava slobodu novinara u odnosu na pristup izvoru informacija – necivilizovana i/ili autokratska odnosno diktatorska.

⁸ Za sveobuhvatniji pregled ove teme pogledaj kod Stjepana Malovića, Sherry Ricchardi i Gordana Vilovik, *Etika novinarstva*, IZVORI, Zagreb, 1998, str. 39-43.

Kodeks promoviše upravo ove slobode, ali principijelno traži i da novinari uživaju pravo na „profesionalnu tajnu”, što znači da se traži njihovo oslobađanje od obaveze da otkriju sopstveni izvor informacija, a što je veoma važan preduslov za istraživačko novinarstvo, koje se smatra „najuzvišenijim” oblikom novinarstva, iako, mora se naglasiti, d i ova sloboda ima svoje granice. Ovo se posebno odnosi na sudske procese u kojima se traži otkrivanje sopstvenih izvora informacija da bi se sprečila teška krivična dela protiv života ljudi i privatne imovine građana. Pa ipak, i pored ove činjenice, možemo slobodno zaključiti da zaštita od mešanja organa vlasti u rad medija i novinara postaje sve bolja, i da uživa sve veću međunarodnu pravnu brigu i podršku.

Drugi oblik pritiska na integritet novinarske profesije koji dosad nije dovoljno uspešno sprečen je onaj koji se odnosi na vlasnike medija. Tako da, u novinarskim kodeksima su sve više prisutne odredbe koje potenciraju prava novinara da odbiju zaduženja koja su suprotna principima njihove profesionalne etike, kao i prava da odbiju izvršavanje poslova koji su u suprotnosti sa proklamovanim izdavačkom i programskom politikom.

Budući da je sve veći broj medija u privatnom vlasništvu, novinari se trude i pokušavaju da u kodekse svoje profesionalne etike ugrade i pravo na pošteni zaradu, kao i pravo na participaciju prilikom donošenja poslovnih i uređivačkih odluka. U kodeksima se, po pravilu, nalazi i generalna obaveza novinara da se bore protiv medijske koncentracije, kao i protiv ucena oglašivača i sponzora, što znači da su primanje mita i raznih vrsta poklona – kao i prihvatanje i korišćenje mnogih drugih privilegija – u suprotnosti sa profesionalnom etikom novinarstva. U ovom kontekstu, ako već dugo vremena govorimo o političkim (pretežno partijskim) pritiscima na medije, koji su prouzrokovali loše, „poslušničko novinarstvo”, onda se preko novca dolazi do novog pritiska, koji vodi u „korumpirano novinarstvo”. Ovo je novi i ne manje složen problem zato što je iskušenje novca glavno sredstvo pomoću kojeg se u savremenim uslovima diskredituje novinarska deontologija i cela doktrina društvene odgovornosti. Drugim rečima, novac pobeđuje svaku moralnu skrupulu!

Istovremeno, kad je reč o odgovornosti novinara u odnosu na državu i poslodavce, kodeksi profesionalne etike ne sadrže samo negativne vrednosti i zabrane, što ukazuje da se u oblasti samoregulacije potvrđuje konstatacija da se praktikovanje slobode štampe i novinarskog posla uvek odvija u (za)datim granicama. U kodeksima se, tako, mogu naći odredbe koje traže od novinara da

poštuju zakone i da štite interese svoje države, svakako pod pretpostavkom da postoji „dobra vlast” i pravno uređena država, što znači da su zakoni doneseni na način koji odgovara volji građana, kao i da po pitanju državnih interesa postoji nacionalni konsenzus.

S druge strane, kodeksi ističu odgovornost novinara ne samo prema javnosti, već i prema poslodavcima. Na ovo se odnose načela koja zabranjuju da se jedan isti novinarski proizvod nudi i drugim medijima istovremeno, da se poštuju dogovorena pravila ponašanja na radnim mestima, i da se pozicija novinara ne koristi za sticanje lične koristi. Ovi zahtevi su ne samo logični, već se mogu lako sprovesti u praksi, zato što svaki vlasnik medija može lako uočiti odstupanja od navedenih načela, i može biti u stanju da samostalno sankcioniše novinara.

Takođe, u kodeksima profesionalne etike je sasvim logično da novinari definišu odgovornost prema izvorima informacija i davaocima saopštenja. Na ovom polju se traži, pre svega, kontrola javne reči. Granice između slobode izražavanja i klevete ili uvrede su, međutim, dosta fluidne, tako da se za njihovo prekoračenje brinu sudovi, zato što bi u velikom broju slučajeva moralno zadovoljenje bilo nedovoljno. Ono što novinari mogu sami učiniti je poštovanje embarga (kada su informacije date sa ograničenjem da se do određenog momenta ne smeju pustiti u javnost), poštovanje izdavačkih i intelektualnih prava drugih (zabrane plagijata i piraterije), kao i poštovanje prava izvora informacija da proveri i ispravi informaciju. Samo „loši” novinari puštaju u javnost proizvode za koje druga strana u sporu, tvrđenju, optužbi i slično, nije ni čula.

S ovom konstatacijom neizbežno se vraćamo na poznatu latinsku jurističku izreku iz vremena pisanja Rimskog prava, a koja glasi: *Audiamur et altera pars!* (da se čuje i druga strana). Otada pa do danas, ovo nije ostalo samo elementarno pravilo ljudskosti i pravednosti, već je postalo i zahtev savremene profesionalne etike. Eksplicitno, bez obzira na realnost ili lažnost dileme novinara, neotuđivo je pravo svakoga ko je intervjuisan, da na svoj zahtev dobije, popravi, ili povuče svoj tekst/emisiju za koji, tj. u kojoj, je intervjuisan. Novinari nemaju pravo da drugim licima ospore slobodu provere i korekcije njihovog mišljenja, namenjenog za javnu upotrebu. Štaviše, u većem delu, uz pomoć sagovornika, oni uspevaju da ispune svoje radne obaveze i da zarade svoju platu. Tako da je logično da u svakom pogledu bude poštovan sopstveni sagovornik.

Isto kao što su se izborili za vlastitu profesionalnu tajnu, potrebnu za zaštitu identiteta izvora neke informacije, novinari bi trebalo da poštuju profesionalne

tajne i u drugim profesijama, i da ne ulaze u takve zaštićene informacije. Ipak, jasno je da bi novinarski posao bio otežan, pa i skoro pa nemoguć i besmislen, ukoliko novinar ne bi pisao o drugim ljudima, ili ukoliko isti ljudi ne bi bili korišćeni kao izvori informacija. Zato se u profesionalnoj novinarskoj etici posebna pažnja obraća zaštiti integriteta izvora informacija. Ukoliko su oni spremni da dozvole da neke informacije „iscure”, ali pod uslovom da izvor ostane neotkriven, onda se to mora poštovati, jer bi u suprotnom novinar koji ne održi svoju reč zatvorio sva vrata ka drugim izvorima informacija u budućnosti.

Kao što smo već prethodno potencirali, svi ovi principi se ne moraju poštovati samo kada je „opravdan interes javnosti da zna” dominantniji u odnosu na pravo zaštite intimnog života. Izuzetak se dozvoljava samo kada se piše o tzv. javnim ličnostima, pa zato je njihov privatni život često pod (ne)opravdanom opservacijom medija i novinara.

Međutim, ono što se u nekultivisanom novinarskom pogledu na profesiju često dešava je fenomen „suđenja pre suđenja”, tj. osuda osumnjičenog pre nego što je njegova krivica dokazana, čime se ugrožavaju prava i slobode drugih ljudi. Time se poništava princip presumpcije nevinosti svakog čoveka, pre nego što se pravosnažnom sudskom odlukom ne dokaže suprotno.⁹ Ovim se osumnjičenim licima nanosi nepopravljiva šteta, a njihova resocijalizacija se otežava. Budući da se svako odstupanje od profesionalne etike ne može suzbiti samo moralnim sankcijama, nacionalno i međunarodno sudstvo su voljni da presude velike novčane odštete žrtvama neodgovornih medija i novinara.

Poslednje područje u kome se primećuje komparativna analiza kodeksa profesionalne etike u Evropi je posvećeno zaštiti i statusu jedinstva novinarske profesije. Naime, za dužnost novinara se uvek i svuda smatra da on treba braniti čast svoje profesije, i da se u radu pridržava pravila koja su uspostavljena etičkim kodeksom. Na strani jačanja solidarnosti profesije stoje zahtevi da novinari izbegavaju plagijate, da poštuju autorska prava svojih kolega, i generalno, da poštuju svoje profesionalne organizacije, pristajući isključivo na fer konkurenciju.

Interesantno je da se u nekim kodeksima naglašava da je novinarsko zanimanje nespojivo sa vršenjem drugih poslova. Ukoliko se prihvati ovaj zahtev, i to bez ograničenja, to bi u nekim zemljama prouzrokovalo teškoće u radu „slobodnih novinara”. Očigledno je da se ovakvo pravilo može prihvatiti samo

⁹ Član 6 iz *Evropske konvencije o čovekovim pravima i osnovnim slobodama*, Posećeno: 21.08.2021. URL: http://www.imor.org.mk/programmes/common_values/New%20folder/covekovipravaEU.html.

u zemljama u kojima se od novinarske profesije može zaraditi za pristojan život. Ovaj zahtev postaje, takođe, sve više diskutabilan u današnje vreme, kada sa upotrebom interneta veliki broj građana ima mogućnost započinjanja svojih veb sajtova ili elektronskih časopisa. Na taj način, profesionalno (ne)obrazovanje gubi na značaju, a ovi ljudi uspešno ulaze u sferu javne i političke komunikacije, (dez)informisanja i uticaja.

Ovo pitanje otvara mnogo širu i ozbiljniju temu za javnu debatu: da li svako može biti novinar odnosno novinarka? Pitanja ovog tipa se ne postavljaju u drugim stručnim delatnostima u kojima su jasno definisani uslovi i granice dotične profesije. Problem je u tome što novinarska profesija nije toliko zatvorena, uslovljena i ekskluzivna kao neke druge profesije – lekarska, advokatska, itd.

Naime, za formiranje bilo kakvog profesionalnog ceha, potrebno je da postoji odgovarajuće stručno obrazovanje, provera znanja i sposobnosti kandidata/kandidatkinja na transparentan način, kao i profesionalna organizacija i jasni, zakonski kriteriumi za prijem na radno mesto. Kada su u pitanju druge profesije, one ispunjavaju sve preduslove. U ovakve cehove se teško ulazi, ali zauzvrat, oni svojim članovima/članicama nude i omogućuju veću zaštitu i brigu za profesionalne standarde, zato što su im i sankcije strožije.

Za razliku od čvrsto struktuisanih profesija, novinarstvo je „mekana” profesija. Svakako, postoje posebne škole za obrazovanje novinara/ novinarki, ali one nemaju monopol na izdavanje „dozvola” za bavljenje novinarstvom, i pored toga – kao što je to nostalgичno konstatovao savremeni francuski filozof Alber Kami – „uvek sam žalio što ne postoji neki red, bratstvo novinara, koje bi bdilo nad odbranom slobode struke i dužnosti koje ta sloboda nužno uključuje” (Camus, www.aveudetheatre.org/_archive/_.../_bataille_alger.htm: 21.08.2021).

Novinarstvo nije takvo iz više razloga, a pre svega zbog toga što nije zasnovano na nekoj određenoj nauci (koja uključuje neku opštu teoriju i zbir znanja), kao i zbog činjenice da ni u jednoj zemlji novinar/novinarka nije dužan/dužna da ima univerzitetsku diplomu koja bi dokazala posedovanje određenog znanja, niti je potrebna bilo kakva dozvola za profesionalno bavljenje novinarstvom. S druge strane, to što ne postoji direktna veza između praktičara i klijenata, na mnoge načine pokazuje da se država ne brine da potpuno zaštiti građane, time što bi novinarima nametnula određena pravila, ili osnivajući za njih i posebne sudske institucije. U krajnjoj liniji, ne postoje ni novinarski cehovi, osim u nekim latinoameričkim zemljama.

Na osnovu prethodnih konstatacija, možemo zaključiti da se, praktično, novinarstvom bave ljudi iz svih oblasti društva, tj. oni koji su diplomirali na bilo kojem fakultetu, pa čak i na prirodnim naukama. Osim univerzitetskih institucija, obrazovnim delatnostima se *ad hoc* često bave i škole za vokacijski trening, čiji kursevi traju od nekoliko nedelja do nekoliko godina. Takođe, pre dobijanja novinarskog posla niko se formalno ne bavi proverom znanja, niti izdavanjem licenci za rad u novinarstvu, zato što se smatra da licenciranje novinara znači opasno ugrožavanje slobode medija i novinarskog rada. Zbog ovoga, međunarodne novinarske organizacije i UNESCO sa indignacijom odbijaju ovakve predloge, a time i dalje ove važne odluke prepuštaju slobodnom izboru vlasnika i urednika medija, i usled čega kriterijumi za selekciju i dalje ostaju neujednačeni, tj. omogućuju da osim talenta i radnih sposobnosti u „igru” za novinarsko radno mesto uđu i drugi kriterijumi i standardi, koji su sve samo ne profesionalni.

Upravo zbog svega ovoga i na Balkanu, osobito kod nas u S. Makedoniji, u praksi postoji duboko urezano shvatanje da svako može i ima pravo da se bavi novinarstvom! Jednostavno, kao poslednja instanca koja bi mogla da pomogne u učvršćivanju institucionalne strukture novinarske profesije, i dalje ostaju profesionalne organizacije koje postavljaju svoje standarde i preduslove, na osnovu kojih, i sa činom prijema u svoje redove, će nekome biti priznat ili ukinut status novinara. Međutim, ni njihovo ovlašćenje nije opšte prihvaćeno, zato što postoje mnogi priznati i poznati novinari (popularno nazvani novinari „od pera i imena”) koji ne žele (nije im potrebno) da se učlane u neku profesionalnu organizaciju. S druge strane, i iz drugih razloga, to se odnosi i na „slobodne novinare”, koji često ne ispunjavaju glavni uslov koji smo već naveli, a to je da žive isključivo od novinarske profesije. Sloboda javnog izražavanja, takođe, ne sme da se uslovi posedovanjem novinarske legitimacije, zato što zahvaljujući Zakonu o slobodnom pristupu informacijama, izvori informacija su otvoreni i dostupni svim građanima, a ne samo novinarima.

Zaključak

Sve ove promene, u „duhu vremena”, nagoveštavaju da se možda razmišlja o mogućem suprotnom trendu, tj. trendu deprofesionalizacije novinarske profesije, a na novinarski etički kodeks se sve više gleda kao na, popularnim jezikom rečeno, „mrtvo slovo na papiru”! Ovo tim više što uvek ostaje pitanje koliko se

„slova na papiru” ostvaruju, tj. u kojoj meri se, i dali se uopšte, profesionalni kodeksi – u ovom slučaju novinarski – sprovode i ostvaruju u socijalnoj i kulturnoj praksi.

Najzad, ponekad su etičke ideje, napisane i propisane u normativnim aktima, neodgovarajuće sa aspekta mogućnosti praktične realizacije, a ponekad se norme iz kodeksa ne ostvaruju iz drugih razloga, u ovom slučaju zbog mnogih otpora i prepreka na koje nailaze. Jedan od najvećih problema u praktičnom delovanju je ako su ideje u kodeksima toliko apstraktno postavljene i formulisane, da ne inspirišu i ne motivišu na konkretno i aktivno delovanje u toj oblasti, kao i na objektivno suđenje o takvom delovanju.

A upravo ovo zanemarivanje moralnih principa u novinarstvu, etička neodgovornost, odbacivanje etičkog angažmana doprinose eroziji tj. nazadovanja društva. Zato ne treba, između ostalog, na osnovu jednog događaja, slučaja ili ličnosti, suditi celoj delatnosti i njenoj važnosti i društvenoj funkciji, već *treba graditi visoku etičnost novinarske profesije*.

Literatura

- Bertrand, C.-J. (2007). *Deontologija medija*. Zagreb: ICEJ.
- Camus, A. *Début de la bataille d'Alger*. Posećeno: 21.08.2021. URL: http://www.aveudetheatre.org/_archive/.../_bataille_alger.htm.
- Evropske konvencije o čovekovim pravima i osnovnim slobodama*. Posećeno: 21.08.2021. URL: http://www.imor.org.mk/programmes/common_values/New%20folder/covekovipravaEU.html.
- Laitila, T. (1995). Journalistic Codes of Ethics in Europe. *European Journal of Communication* 10: 527-544.
- Malović, S. & Ricchardi, S & Vilović, G. (1998). *Etika novinarstva*. Zagreb: IZVORI.
- The Charter of Munich*. Posećeno: 29.03.2022. URL: <https://graphism.fr/wp-content/uploads/2017/03/charter-of-munich-english.pdf>.
- Thomas, B. (1998). *Journalistische ethik*. Wiesbaden: Opladen.

Dejan Donev

University of Ss. Cyril and Methodius, Faculty of Philosophy, Skopje

Maja Vojinović

Union – Nikola Tesla University, Faculty of Management, Belgrade

ON THE INDISPUTABLE IMPORTANCE OF CODES OF ETHICS IN JOURNALISM

***Summary:** Formulating and respecting professional codes of ethics regarding the duties of journalists, which they should adhere to in the practice of journalism, as a kind of “model” of ethical attitudes, and teaching them how to act in accordance with moral values and norms of their profession, is what saves, rehabilitates and then promotes one profession. Ethical principles are far more than a necessity! The code of ethical journalism must no longer be seen as a “dead letter on paper”, a “mere document”, but as an opportunity to set and accept certain moral norms that over time should be incorporated into one’s professional conduct. This makes the profession easier to perform and makes life easier because it motivates concrete and active action in that area, as well as an objective judgment about such action. In general, without a high moral structure of journalism, it is illusory to expect good functioning and development of democracy in one society!*

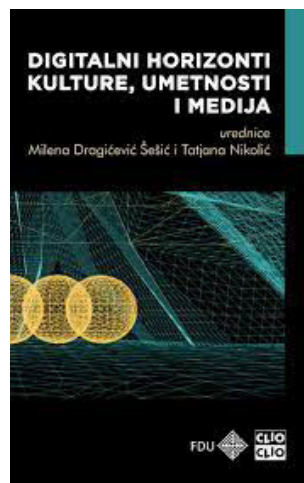
***Keywords:** code of ethics, norm, journalism, professionalism*

Kulturno stvaralaštvo u digitalnom okruženju

Digitalni horizonti kulture, umetnosti i medija,
(Ur.) Milena Dragičević Šešić i Tatjana Nikolić.
Institut za pozorište, film, radio i televiziju &
Clio: Beograd, 2021.

Kristina Milić¹

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka



Savremeno digitalno okruženje i ubrzan razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) u oblasti kulture, umetnosti i medija zahteva potpuno redefinisane kulturnih politika, nove pristupe estetici i naratologiji, nove strategije prilagođavanja kako tradicionalnih medija, tako i istorijskog memorijalnog kulturnog nasleđa savremenoj digitalnoj publici i kulturnom okruženju i konačno, prepoznavanju novih modela transformacije kulturnog tržišta kao jedinog odgovora na evoluciju preduzetništva u digitalnom prostoru. Sveobuhvatan odgovor na ove zahteve u sferi kulture shvaćene u najširem smislu te reči pruža zbornik *Digitalni horizonti kulture, umetnosti i medija*, koji uređuju eminentna profesorka Fakulteta dramskih umetnosti, emerita Milena Dragičević Šešić u saradnji sa istraživačicom Tatjanom Nikolić. Zbornik obuhvata 19 autorskih i koautorskih tekstova na srpskom i engleskom jeziku raspoređenih u četiri tematske celine koje segmentirano prate izazove celokupne sfere kulture u savremenom digitalnom okruženju i poslednjim poglavljem *Epilog*, koji obuhvata jedan istraživački rad koji otvara mogućnost razmišljanja i iznalaženja alternativnih poslovnih modela za razvoj kreativne i kulturne industrije u savremenoj digitalnoj eri. Urednice zbornika već u prologu *Kultura u digitalnoj sferi* osvet-

¹ Kontakt sa autorkom: kristina.malesevic@fpn.bg.ac.rs

ljavaju put čitaocima da se pred njima nalazi zbornik koji će pokušati da jasno osvetli pomake u načinu proizvodnje, pristupa analizi i metodama plasiranja i konzumiranja savremenih kulturnih sadržaja u najširem smislu. Iako priznaju da će se posledice masovnog upliva digitalne kulture u društvo jasno sagledavati u decenijama koje dolaze, „knjigom nastojimo tek da pokrenemo diskusiju o promenama koje se dešavaju u sferama kulture, umetnosti i medija” (Dragičević Šešić i Nikolić, 2021: 19). Kako u izvodu iz recenzija primećuje Ana Martinoli, autorska ostvarenja u zborniku pokrivaju široko polje najaktuelnijih teorijskih saznanja i nagoveštavajući i projektujući nove fenomene, nove prakse i nove politike koje bi nas mogle očekivati u ne tako dalekoj budućnosti (2021: 5).

Prvo tematsko poglavlje zbornika *Kulturne politike i prakse* usmerava pažnju na značaj unapređenja i povezivanja kulturnih politika sa drugim društvenim oblastima, posebno u uslovima razvoja savremenih IKT i ubrzanog procesa digitalizacije. U pet naučnih tekstova analiziraju se oblast digitalne reforme školskih programa u oblasti proizvodnje kulturnih dobara, pravni okviri i razvoj kulturne politike u Srbiji na nacionalnom i lokalnom nivou, potencijali digitalizacije kulturnog nasleđa i primena savremenih digitalnih alata u komunikaciji sa publikom i na kraju, izgradnja kulturnog identiteta mladih u Srbiji. Tekst „Uloga strategije povezivanja kulturne i obrazovne politike za digitalno doba” autorke Vesna Đukić pokazuje da samo adekvatno unapređenje kulturnih politika dovodi do efikasnog upravljanja promenama u digitalnom okruženju kroz originalni empirijski pristup koji je podrazumevao uvid u studentske programe produkcije multimedijane umetnosti visokoškolskih ustanova u Srbiji. Međusobno povezivanje obrazovanja i kulture u jeku globalnih trendova digitalizacije autorka vidi kao značajan segment dalje međuresorne saradnje kulturne politike i drugih javnih politika. Prihvatajući novo razumevanje kulture kao dimenzije razvoja celokupnog društva u kontrastu da dijametralno suprotnim razumevanjem kulture kao vrednosti po sebi, autorka zaključuje da bi uravnotežena i razvijena kulturna politika trebalo da doprinese i pomirenju dve antagonizovane grane kulturnih i kreativnih industrija. Naime, globalni trendovi digitalizacije u uslovima razvijene kulturne politike imaju kapacitete uspostavljanja međusaradnje između neodržive dihotomije profitno orijentisane digitalne umetnosti industrijskog tipa i neprofitno orijentisane umetnosti neindustrijskog tipa, zaključuje Vesna Đukić. Značaj implementacije svih novina koje donosi digitalna tehnologija u nacionalnu kulturnu politiku i primene odgovarajućih instru-

menata i pravnih mera, prepoznala je i autorka Ana Stojanović u svom tekstu „Digitalne tehnologije i pravni okvir kulturne politike u Srbiji”. Autorka relativizuje pokušaje definisanja i primene normativnih odgovora donosioca odluka na nacionalnom nivou u području primene savremenih IKT na polju kulture i umetnosti, odnosno delovanja kulturnih institucija u virtuelnoj sferi. Tekst pruža opsežan pregled zakonskih normi i strategija u oblasti kulture i razvoja kulturne politike od 2000. godine i naglašava da se „donošenje novih zakona, menjanje i dopunjavanje postojećih, odvijalo se dinamikom sporijom u odnosu na očekivanja i potrebe zaposlenih u ustanovama kulture proisteklih iz zahteva globalnog konteksta” (Stojanović, 2021: 68). Na bazi analize niza neuspešnih inicijativa za uspostavljanje regulative u oblasti kulturnog nasleđa, definisanih strategija digitalizacije i smernica za digitalizaciju kulturnog nasleđa, autorka zaključuje da IKT relativno kasno postaju deo pravnog okvira kulturne politike u Srbiji, pred kojom i dalje stoje brojni izazovi u pogledu primene IKT u svim pogledima. Koliko su prednosti digitalne tehnologije prepoznate u kulturnim politikama na lokalnom nivou istraživale su Bojana Subašić i Bogdana Opačić u tekstu „Lokalne kulturne politike u digitalnom okruženju”. Autorke zauzimaju stav da je očuvanje kulturnih vrednosti važna funkcija digitalnih tehnologija, odnosno ukoliko se posmatra kulturna politika na međunarodnom nivou, kao najvažniji segment ističe se proces digitalizacije za očuvanje i zaštitu kulturnog nasleđa. Baveći se procesom digitalizacije kulturnih sistema na lokalnom nivou i istražujući glavne izazove funkcionisanja kulturnih institucija u digitalnom okruženju, a shodno prethodno predstavljenoj analizi autorke zaključuju da lokalne samouprave i ustanove kulture još uvek ne funkcionišu na adekvatan način u digitalnom okruženju. Najznačajniji doprinos ovog rada ogleda se u jasnim smernicama za prilagođavanje kulturnih radnika i kulturnih institucija digitalnom okruženju, koje se kreće od digitalnog opismenjavanja zaposlenih, ulaganja u infrastrukturu za digitalizaciju kulturnog nasleđa do direktnog kontakta sa potrošačima kulturnih dobara.

Opsežan pregled razvoja kulturnih politika dopunjen je istraživanjima o praktičnoj primeni savremenih IKT u promociji kulturnih dobara. Analiza implementacije digitalnih alata u cilju promocije kulturnih vrednosti predstavljena je u radu „Mobilne aplikacije u sektoru kulture u Srbiji” autorki Tatjane Nikolić i Milice Ilčić kroz empirijsko istraživanje primene mobilnih aplikacija u promociji kulturnih dobara u periodu od 2019. do 2021. godine. Urednice

zbornika ispravno ocenjuju da je reč o pionirskom istraživanju koje je rezultiralo prvim mapiranjem postojećih aplikacija u sveukupnom kulturnom sektoru. Istraživanjem su obuhvaćene sve aplikacije prilagođene različitim operativnim sistemima mobilnih uređaja u Srbiji, a nalazi su potvrdili prethodne pretpostavke da kulturne institucije ne koriste pune kapacitete savremenih digitalnih alata u cilju promocije kulturnih vrednosti i dobara. Autorke ukazuju na ključne probleme u procesu upotrebe mobilnih aplikacija u marketinške svrhe, ističući među njima i ključni problem – stvarne potrebe digitalne medijske publike koju čine mladi i čija su očekivanja kompleksija u poređenju sa tradicionalnom kulturnom publikom. Na sličnom tragu, uticajem savremenog digitalnog okruženja na razvoj kulturnih identiteta mladih i osvetljavanjem pravca razvoja kolektivnih društvenih promena bavila se i autorka Violeta Kecman u poslednjem tekstu prvog poglavlja „Cultural Identity of Adolescents in Digital Environment”. Iz perspektive pristalice globalizacije, autorka kulturni identitet adolescenata posmatra kao posledicu globalnih kulturnih identiteta nastalih u svakodnevnoj interakciji sa internet medijskim sadržajima. Detektovanjem medijskih navika i dominantnih kanala komunikacije na svakodnevnom nivou, autorka ukazuje na brojne nedostatke prethodnih analiza odnosa adolescenata i medija i naglašava da dalja istraživanja moraju uzeti u obzir i emocionalni angažman koji mladi uspostavljaju sa medijima, odnosno personalizovanim i emocionalno obojenim medijskim sadržajem. Istraživanje prepoznaje kulturni identitet mladih u skladu sa principima konformističkog društva novog milenijuma u kome dominira narcizam i ukazuje na značaj sadašnjeg identiteta kao ključne karakteristike definisanja kulturnog identiteta društva u budućnosti.

Druga tematska celina *Novomedijske, višemedijske i transmedijske umetničke prakse* posvećena je višedimenzionalnim kulturnim dobrima. Četiri stručna naučna rada problematizuju narative u novomedijskom okruženju, izazove multidimenzionalne estetike i nove umetničke prakse koje diktiraju savremene IKT. Potencijali savremenog trodimenzionalnog formata filmske slike tj. 3D filma razmatrani su u tekstu „3D film ili izazovi jedne (nove) estetike” koji potpisuje autorka Vesna Dinić Miljković. Sučeljavajući teorije zagovornika i kritičara 3D filma, autorka kroz tekst detaljno vodi čitaoca kroz istoriju nastanka i razvoja trodimenzionalnog formata filmske slike i znatiželju savremenika o potencijalu i zamkama filma u ovom, tada revolucionarnom filmskom formatu. Dinić Miljković jasno pozicionira tezu da je dvodimenzionalnost filmske slike

od svog nastanka predstavljala izazov za njeno unapređenje kroz dodavanje dubine slici na platnu. Dalje, autorka stavlja fokus na analizu najvećih svjetskih 3D filmskih ostvarenja u poslednjih 20 godina kakvi su Avatari ili serijal *Hobit*, koji su doveli u pitanje stavove kritičara ovog filmskog formata. Nakon detaljne polemike, autorka zaokružuje tekst tvrdnjom da prostorna estetika i dubina 3D filma velika odgovornost filmskih stvaralaca, ali i da „neminovno utiče na način čitanja slike, a posledično i ispunjavanja potencijala za postizanje njene dubine” (Dinić Miljković, 2021: 158). Na složenost trodimenzionalne slike u ovom poglavlju nadovezuje se kritičko preispitivanje transmedijalne naratologije u radu „Narativ u doba gejminga: doprinos transmedijalne naratologije proučavanju video igara” koji koautorski potpisuju Dunja Dušanić i Stefan Alidini. Autori problematizuju transmedijalnu naratologiju kao jedan od tri dominantna pristupa postklasične naratologije, kao poddiscipline sa najintezivnijom interakcijom teorije i savremene umetničke produkcije koja je nastala iz potrebe adekvatnog odgovora na savremene digitalne tehnologije i konvergenciju medija. Sa ciljem dobijanja odgovara na pitanje kakva je uloga transmedijalne naratologije u razumevanju naracije u savremenim digitalnim video-igramama, Dušanić i Alidini otkrivaju broje slabosti transmedijalne naratologije. Potvrđujući nalaze da je interaktivnost specifična odlika savremenog doba medijske konvergencije, posebno novih medija kakve su između ostalog i video-igre, tekst jasno ukazuje da je za razumevanje ove vrste interaktivnosti potrebna kompleksnija naratologija koja bi bila svesna medija umesto transmedijalne naratologije koja u sadašnjem obliku, kako tvrde autori, nije korisna kao interpretativno oruđe. Autori otvaraju pitanje da li razumevanje transmedijalne naratologije zahteva napuštanje osnovnih postavki verbalno orijentisane teorije pripovedanja. Poljem naratologije kreće se i autorka Nikoleta Dojčinović u tekstu „Narativ i retorika trejlera: studija slučaja Guitar Art festivala” razmatrajući pitanje u kojoj meri se trejler filma može posmatrati kao umetničko delo, sazdana od specifične forme naracije, u uslovima savremenog razvoja marketinga. Rad pruža kompletan pregled uspostavljanja i razvoja trejlera kao žanra u kinematografiji i kritički preispituje da li je ovaj filmski žanr sadržinski i formom doživeo transformaciju u skladu sa potrebama muzičkih festivala i novih digitalnih platforma. Kroz strukturnu i funkcionalnu analizu studije slučaja autorka pokazuje da, za razliku od holivudskih filmskih trejlera, u formiranju narativa trejlera muzičkih festivala dominira muzička komponenta, odnosno da

ona preuzima najveći deo narativa. Relativizujući stavove pojedinih autora da će uniformna trostavna forma trejlera (trajanje-namena-kompozicija) postati dosadna, Nikoleta Dojčinović zaključuje da „pojava specijalizovanih festivala na kojima se prikazuju (naj) kraće forme, ukazuje na nužnost i značaj trejlera, kao i na njihovu živu transformaciju, ne i nestajanje, u odnosu na postanak i razvoj novih medijskih digitalnih platform” (Dojčinović, 2021: 199). Poglavlje se odlično zaokružuje stavom da je narativnost suštinski transmedijalni fenomen, od koga polazi autorka Olivera Marković u svom naučnom radu „Transmedijalno pripovedanje i kognitivne metafore: Dr Branislava Nušića i Masmédiologija na Balkanu”. Tokom analize karakteristika transmedijalnog pripovedanja kroz dva ostvarenja, dramskog teksta *Dr* autora Branislava Nušića i igranog filma *Masmédiologija na Balkanu* reditelja Vuka Babića, autorka se oslanja na glavne rezultate metodološkog zaokreta u naratološkim istraživanjima, koji se dogodio tokom poslednje decenije XX veka tzv. postnaratološki zaokret. Fokus teksta je na pojmu generičkog prostora u okviru prihvaćenog modela kognitivne metafore pa u skladu sa tim, autorka pruža analizu preklapanja stožernih metafora koje prati prethodno uspostavljen kategorijalni aparat. Rezultati pokazuju visok stepen preklapanja svetova priče između dva ostvarenja uprkos prostornoj i vremenskoj transpoziciji priče u transmedijalnom pripovedanju, odnosno da je „na sintaksičkom, semantičkom i pragmatičkom nivou u oba ostvarenja fokus stavljen na iste elemente” (Marković, 2021: 2019).

Treća tematska oblast u prikazanom zborniku *Tradicionalni mediji u digitalnom okruženju* pruža uvid u transformaciju tradicionalnih medija, pozitivne i negativne efekte rada u digitalnom okruženju i prilagođavanje sadržaja novom medijskom okruženju. Ovo poglavlje pokušava da odgovori na pitanje da li je neophodno da digitalne promene unutar medijske organizacije tradicionalnih medija budu postupne, evolutivne ili revolucionarne. Poglavlje otvara tekst „Poverenje u medije u digitalnom okruženju” autorke Mirjane Nikolić, koja na osnovu višedecenijskog iskustva u akademskim istraživanjima u oblasti medija i komunikacija čitaocima pruža detaljnu analizu prethodno sprovedenih rezultata svetskih istraživanja o poverenju publike u digitalne medije. Polazna pretpostavka od koje autorka polazi je da su tehnološke inovacije rezultirale višestrukim medijskim transformacijama u pogledu kreiranja i diseminacije sadržaja, aktera koji utiču na rad medijskih organizacija, komunikacije sa publikom i efektima koje ostvaruju. S tim u vezi, urednice zbornika na pravi način

percipiraju da rad otvara jednu značajnu temu za društvo i akademska istraživanja i postavlja ključno pitanje da li se danas može govoriti o krizi poverenja u medije ili je reč o krizi samih medija? Zbirni rezultati pokazuju da stepen poverenja publike u tradicionalne medije, u uslovima zastupljenosti sve većeg broja digitalnih medija, raste i da je istovremeno stepen pouzdanosti informacija plasiranih putem digitalnih platformi i interneta percipiran kao izuzetno nizak. Umesto zaključka, Nikolić upozorava da je u toj situaciji potrebno raditi na novi oblicima regulative na području Interneta i paralelno, razvijanju medijske i informacijske pismenosti celokupnog društva.

Transformaciju tradicionalnih medija sa fokusom na modele poslovanja i način njihove upotrebe analizirao je autor Goran Peković u drugom po redu radu u ovom poglavlju sa naslovom „Digitalno doba i 'stari' mediji – vreme novih izazova”. Rad polazi od teze da je konvergencija medija neminovan istorijski proces i pruža uvid u procese konvergencije svih oblika tradicionalnih medija, od štampe kao prvog masovnog medija, radija i televizije, do produkcije muzičkog i filmskog sadržaja pod uticajem savremenih digitalnih tehnologija. I dok je industrija štampanih medija pod uticajem tehnologije pretrpela najveće, kako ocenjuje autor, nasilne promene, televizija iz ovog proces izlazi kao pobednik, odnosno ekonomski jača, programski ozbiljnija, poslovno samosvesnija. Sumirajući tektonske i šokantne promene na tržištu usled digitalne konkurencije, Peković ističe da su one zapravo imale pozitivan podsticaj za medije: razvijanje novih biznis modela, otvorenost za ideje, spremnost za ustupke koje u drugačijim uslovima ne bi načinili. Kao i što je autorka Mirjana Nikolić u prethodnom tekstu rezimirala da se poverenje u sadržaj na radiju održava na visokom nivou i danas, i autor Goran Peković ističe da je digitalna transformacija medija najmanje pogodila radio i da će ovaj medij na istim, osnovnim principima rada nastaviti da živi. Polazeći od metafore o objavi rata između digitalnih i tradicionalnih medija u uvodnom delu teksta, autor nakon sveobuhvatnog prikaza zaključuje „da je to bila miopijska vizija odnosa tradicionalnih i digitalnih medija u dva-deset prvom veku” (Peković, 2021: 265).

Preostala dva teksta u trećem poglavlju donose rezultate istraživanja sprovedenih u novo-medijskom digitalnom okruženju. Koautorski tekst „Reakcije čitatelja i kultura komuniciranja na hrvatskim informativnim portalima” koji potpisuju Nada Zgrabljic Rotar, Tamara Kunić i Ljubica Josić analizira kulturu komunikacije, reakcija i emocija u komentarima čitalaca tri najčitanija

hrvatska informativna portala. Na polaznoj tezi da kulturu komunikacije u javnom prostoru definišu sami mediji, autorke proveravaju da li i u kojoj meri čitalačka interaktivnost doprinosi ovim normama posmatrajući komentare kao najpopularniju formu učestvovanja građana u proizvodnji medijskog sadržaja. Analiza sadržaja komentara i multimedijalnih karakteristika elektronskih tekstova pokazuje nizak nivo kulture komuniciranja uz istovremen izostanak argumentovane rasprave. Zgrabljic Rotar, Kunić i Josić ukazuju da komentari na portalima ne zadovoljavaju kriterijume javne rasprave čime ostaju neiskorišćeni demokratski potencijal digitalnih medija. Najznačajniji doprinos ovog istraživanja može se pronaći u osvetljavanju pravca razmišljanja da li se komentari danas mogu posmatrati kao novi medijski žanr rođen sa digitalnim medijskim formatima i kako se odnositi prema anonimnosti komentara koji nose i osude i uvrede i paralelno, uredničkim intervencijama kao pretnji slobodi izražavanja u demokratskom društvu. Uloga publike u digitalnom online okruženju istražena je i u radu autorke Dunje Nešović koja je u tekstu pod naslovom „Bottom Text of RuPaul’s Drag Race – Reality TV Shows and Internet Memes”. Ovaj rad mapira ključne elemente televizijskog takmičarskog rijaliti programa za osvajanje titule američke drag super zvezde RuPaul’s Drag Race (RPDR) za koji sam sadržaj ovog programa čini prijemčivim i pozivajućim za onlajn memetizaciju. Autorka objašnjava da je ovaj rijaliti program pogodan za analizu jer se kreira u digitalnom okruženju, a kulturni značaj i popularnost zasniva se se i na onlajn aktivnosti fanova i gledalaca (video streaming, posete veb sajtu, retvitove, aktivnu interakciju sa tekstom i rekreaciji televizijskog sadržaja u obliku mimo-va). U tekstu je digitalno okruženje označeno kao idealno tlo za razvoj kulture konvergencije, koja se prepoznaje kao promena paradigme u načinu kreiranja, distribucije, konzumacije i redefinisavanja sadržaja što vodi do rušenja granice i izjednačavanja uloga komunikatora i primalaca informacija. Sprovedena analiza polazi od teorijskih postavki studija medija, preciznije u kontekstu kulture konvergencije koja naglašava interakciju između kreiranja i konzumacije medijskog sadržaja, opisuje i analizira pojmove memova, proširenog sadržaja i produkcije teksta. Autorka jasno mapira dominantne narative, stilske i formalne elemente rijaliti programa koji ga čine podložnim i zahvalnim za on-line memetizaciju u skladu sa teorijskim konceptom (re)kreatorskog teksta i razdeljivog sadržaja pozivajući se na teoretičare Džona Fiskea i Henrija Dženkinsa.

Četvrto poglavlje *Digitalna humanistika, epistemologija i etika* obuhvata širok spektar transdisciplinarnih istraživanja u oblasti kulture u digitalnom okruženju, odnosno oblasti digitalne humanistike. Tematska struktura poglavlja oblikovana je tako da pruža sveobuhvatan pogled na prednosti i mane upotrebe digitalnog prostora i veštačke inteligencije u otvaranju novih horizonata kulture i znanja. Poglavlje otvara tekst o savremenim interpretativnim pristupima arhitekturi u digitalnoj sferi autorki Dragane Konstantinović i Aleksandre Terzić sa naslovom „Nove funkcije jugoslovenskog memorijalnog nasleđa u savremenom digitalnom okruženju”. Fokus rada je na izmenjenim oblicima posmatranja arhitekture, odnosno uspostavljanju nove funkcije arhitektonskog i umetničkog dela u digitalnom prostoru koji relativizuje relacije između tumačenja dela u realnom prostoru i kulturnog konteksta. Polazna teza je da su novi interpretativni pristupi spomeničkoj arhitekturi na udaru digitalnog prostora, koji čini da se arhitektura dekontekstualizuje i istovremeno, globalizuje. Autorke ovo primećuju i u slučaju jugoslovenske memorijalne arhitekture koja ima specifičnu kulturu kolektivnog pamćenja, a koja poslednjih godina doživljava veliko prisustvo i prepoznavanje na digitalnim platformama zahvaljujući digitalnim vizualima koji u prvi plan postavljaju njihov estetički i scenski kvalitet. Ovaj proces kritički se sagledava kroz argumentaciju da spomenici udaljavanjem od svojih izvornih vrednosti, izazivaju brojna etička pitanja daljeg procesa digitalne „eksploatacije”. U cilju učitavanja specifičnog kulturnog nasleđa i pamćenja u digitalizovane spomenike, autorke naglašavaju neophodnost senzitivizacije mladih u digitalnom prostoru i predlažu upotrebu osnovnog narativa, koji podrazumeva poznavanje istorijskih činjenica kao neophodne osnove za dalja razmatranja funkcija arhitekture u fizičkom i digitalnom okruženju. Potencijale digitalne humanistike i razvoja informacionih sistema za kolekcionisanje kulturnih dobara, njihovu upotrebu i mogućnost kombinovanja razmatra i autorka Milena Jokanović u svom radu “Is There a Potential of Reaching (Omni) Knowledge in the Digital Space? A Brief History of Knowledge Perception”. Autorka ističe prednosti koje imaju digitalne baze podataka i kulturne baštine, koje u kombinaciji sa veštačkom inteligencijom uspevaju da kreiraju sve one elemente izgubljene tokom vremena. Rad pruža uvid u genezu različitih fizičkih i literarnih zbirki, ali i naučnih i kreativnih projekata koji su pokušali da na jednom mestu okupe sva saznanja u cilju razumevanja savremenih potencijala digitalne humanistike. Iako autorka u samom uvodnom delu postavlja pitanje

da li je sveobuhvatna zbirka znanja sveta u savremenom dobu utopijska ideja, nakon sveobuhvatne analize koju nudi čitaocima, Milena Jokanović izvodi zaključak da je ova ideja moguća, posebno danas u post-vremenu. Polemika o problemima digitalnog prostora za prikupljanje sveukupnog znanja i procesima mopolizacije u domenu informacija nastavlja se u narednom preglednom radu „Artificial Intelligence vs. Natural Ignorance” autorke Nine Živančević. Autorka na samom početku postavlja pitanje šta obuhvataju novi horizonti kulture, odakle potiču i kojim pravcem se kreću i dalje, u svom radu otvara polemičku raspravu o digitalnom prostoru i njegovom potencijalu koji služi isključivo monopolistima na informacije, tačnije pružaocima usluga u čijem posedu su Big Data. Rad ukazuje na potrebu jačanja društvene autonomije i slobode pojedinaca u korišćenju savremenih IKT i veštačke inteligencije, odnosno svih mogućnosti koje pružaju novi digitalni horizonti. Dalje, rad otvara novu temu za društvenu debatu koja će pokušati da odgovori na pitanje da li nam mašine zaista mogu dati nove oči da posmatramo stvari koje su postojale sve vreme, ali na nov način? Tematsko poglavlje zaokruženo je teorijskim promišljanjem upotrebe digitalnog arhiva medicinskih fotografija i video zapisa u radu „Arhiv kao mesto desubjektivacije sećanja: medicinska fotografija između privatnog i javnog” koji potpisuje autorka Marija Velinov. Polazeći od višestrukih prednosti arhiva medicinskih fotografija i video snimaka po naučnu i stručnu zajednicu i komunikacioni odnos između pacijenta i lekara, autorka polazi od hipoteze da naspram subjektivnosti i privatnosti, arhiv može da predstavlja desubjektivaciju sećanja, odnosno proces prelaska iz individualne u kolektivnu sferu. Teorijska analiza razmatra fotografiju u medicinskom diskursu, njenog potencijala kao kasnije upotrebljive arhivske građe i njenih ograničenja u ovakvom angažmanu. Autorka ukazuje i na brojne etičke dileme upotrebe otvorenih arhiva medicinskih fotografija i na estetičke izazove. Istovremeno, rad naglašava mogućnosti jednog novog pristupa medicini, koji između ostalog i obrazuje nove objekte saznanja i dovodi u pitanje utvrđena mesta moći u medicinskom diskursu. Tekst zaokružuje zaključak da „mogućnost novih oblika subjektivacije pruža upravo desubjektivacija privatnih sećanja i destabilizacija njihovih narativa, u čemu fotografija može igrati jednu od ključnih uloga” (Velinov, 2021: 373).

Poslednje poglavlje *Epilog* donosi istraživački rad autorke Milice Kočović de Santo pod naslovom „Platformске задруге – шанса за (post-kriznu) transformaciju tržišta kulture” zasnovan na ispitivanju uticaja savremenih informacionog

tehnologija na organizacionu strukturu i poslovne modele u oblasti kulturne industrije. U uslovima rada nametnutim pandemijom virusa Covid-19, autorka uvodi čitaoca u nove poslovne modele u digitalnom okruženju i mogućnosti *digitalnih platformskih zadruga* kao aleternativu u odnosu na, do tada aktuelne poslovne modele. Kroz interdisciplinarni istraživački okvir rad doprinosi specifičnim znanjima u oblasti kulturne politike i menadžmenta u kulturi usmeravajući pažnju na ovaj vid kooperativnog i kolektivističkog poslovnog modela kao prilike za osnaživanje resora kulture u celini, obuhvatajući i kulturne radnike i najširu publiku. Najveći doprinos rada ogleda se upravo u prepoznavanju *digitalnih platformskih zadruga* kao adekvatnog odgovora na izazove savremenih tržišta u sveopštoj evoluciji preduzetništva u digitalnom prostoru. Predložena multidimenzionalna analiza otvara prostor za razumevanje mogućnosti i potencijala ovog oblika poslovanja zbog obezbeđivanja društvene i kulturne vitalnosti, ali pre svega zbog mogućnosti „funkcionisanja kroz saradnju i poštovanje nasleđa i kreiranje zajedničkih dobara, zbog čega predstavlja novi model tranzicije zadrugarstva od tradicionalnog do digitalnog” (Kočović de Santo, 2021: 393).

Osim značajnih analiza koje će doprineti daljim akademskim istraživanjima, tematski jasno razvijen i potkrepljen aktuelnim podacima zbornik će zainteresovati i najširu javnost i uputiti je u mogućnosti digitalne transformacije kulture i umetnosti i otvoriti jednu potpuno novu, savremenu perspektivu u razumevanju same kulture. Zbornik potvrđuje da preplitanje čvrsto uspostavljenih tradicionalnih umetničkih, kulturnih i medijskih vrednosti i produkata sa relativno nepoznatim terenom digitalnih tehnologija i tehnološkim izazovima i dalje dominira kulturnom sferom, ne samo u Srbiji nego i na širem, globalnom nivou. S tim u vezi, razmatranje kulturnih vrednosti u digitalnom okruženju zahteva dalje medijsko i digitalno opismenjavanje najpre kreatora javnih politika u cilju razumevanja i podrške razvoju savremene kulture, potom kreatora kulturnih dobara u cilju sticanja uvida u potencijale savremenih IKT i konačno, konzumenata kulture i savremene umetničke prakse, odnosno najšire publike, kako primećuju i urednice zbornika.

Spisak recenzenata u CM-u za 2022.

Dr Danka Ninković Slavnić, docent,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Dejan Milenković, vanredni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Dobrivoje Stanojević, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Elma Šabanović, Kulturni centar u Novom Pazaru

Dr Ivana Jakšić, docent,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Ivana Stojanović Prelević, vanredni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Dr Jasmina Milošević Stolić, docent, Vojna akademija

Dr Lejla Turčilo, redovni profesor,
Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka

Dr Lidija Mirkov, docent,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Marijana Matović, naučni saradnik,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Marko Nedeljković, docent,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Miloš Bešić, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Miloš Živković, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Pravni fakultet

Dr Mina Đikanović, docent,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Mirko Miletić, redovni profesor,
Univerzitet Megatrend, Fakultet za kulturu i medije

Dr Nemanja Zvijer, vanredni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet

Dr Neven Obradović, docent,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Dr Nevenka Žegarac, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Sanja Domazet Daničić, vanredni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Siniša Atlagić, redovni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Dr Stjepan Malović, redovni profesor,
Univerzitet u Zagrebu, Fakultet političkih nauka

Dr Tatjana Vulić, redovni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Dr Vanja Bajović, vanredni profesor,
Univerzitet u Beogradu, Pravni fakultet

Dr Vladislava Gordić Petković, redovni profesor,
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Dr Vlatko Ilić, vanredni profesor,
Univerzitet umetnosti, Fakultet dramskih umetnosti

Dr Vuk Vuković, docent,
Univerzitet u Podgorici, Fakultet dramskih umjetnosti

Dr Zoran Jevtović, redovni profesor,
Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet

Uputstvo autorima

Časopis *CM: Communication and Media* objavljuje originalne naučne radove i pregledne radove iz oblasti komunikologije, medijskih studija, upravljanja komunikacijom, odnosa s javnošću i advertajzinga. Osim toga *CM* objavljuje i aktuelne stručne radove, kratka i prethodna saopštenja, iskustva iz prakse, prevode i prikaze. *CM* izlazi dva puta godišnje.

Kao jedini časopis iz oblasti komuniciranja i medija u Srbiji, *CM* ima za cilj uspostavljanje veza između domaćeg i inostranog naučno-istraživačkog rada, kao i promociju mladih istraživača i njihovih kvalitetnih radova. Dinamične promene u medijskom prostoru Srbije i balkanskih zemalja, kao i međunarodni medijski trendovi i izazovi predstavljaju posebnu oblast na koju se *CM* usredsređuje.

Svi radovi se recenziraju tako da je osigurana anonimnost recenzenata i autora (*double blind review*). Kako bi se obezbedio visok kvalitet i sprečio plagijarizam, autentičnost svih rukopisa se proverava u sistemima Ephorus i iThenticate.

Od 2022, časopis *CM: Communication and Media* objavljuje po jedan tekst na nekom od svetskih jezika (engleski, nemački, francuski, ruski, španski...). Od 2022, takođe, *CM* ne objavljuje tekstove sa više od dva koautora.

ELEKTRONSKO PRIJAVLJIVANJE RUKOPISA

Rukopisi se podnose u elektronskoj formi posredstvom sistema ASEESTANT (South East European Journals Production Assistant) pristupom na link:

<http://aseestant.ceon.rs/index.php/comman/about/submissions>.

INVITATION LETTER FOR PAPERS IN FOREIGN LANGUAGES

CM: Communication and media, from Belgrade, Serbia ISSN 2466-541X paper and ISSN 2466-5452(Online) is glad to announce the upcoming Volume 18, 2023. We kindly invite you for manuscript submission for the upcoming issue in one of the languages of the world – English, German, French, Russian, Spanish etc.

For information about the previous issues, please visit: <https://www.fpn.bg.ac.rs/cm-communication-and-media>

CM

COMMUNICATION AND MEDIA
KOMUNIKACIJA I MEDIJI

Adresa redakcije/Editorial office

Trg Marije Trandafil 24, 21101 Novi Sad
Telefon: +381 (0)21 / 301-2358; cm@fpn.bg.ac.rs

Prepress:

Čigoja štampa, Beograd

Štampa/Print:

Čigoja
Š T A M P A

office@cigoja.com

www.cigoja.com

Štampanje časopisa finansijski je pomoglo

Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

Publication of the Journal is financially supported

by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

316.774

CM : Communication and Media = komunikacija i mediji
/ glavni i odgovorni urednik Miroљub Radojkoviћ. –
God. XVI, br. 1 (2021)– . –
Novi Sad : Institut za usmeravanje komunikacija ; Beograd :
Fakultet političkih nauka, 2016– . – 24 cm

Dostupno i na: <http://www.fpn.bg.ac.rs/cm-communication-and-media>. – Dva puta godišnje. – Je nastavak: CM. Communication Management = ISSN 1452-7405. – Drugo izdanje na drugom medijumu: CM. Communication and Media

(Online) = ISSN 2466-5452

ISSN 2466-541X = CM. Communication and Media

COBISS.SR-ID 227945484