

литичких промена у октобру две хиљадите, јавна сфера још није деконтаминирана од говора мржње, који је код нас артикулисан у дихотомним поделама на, не тако давно, „патриоте” и „издајнике”, а данас на „реформисте” и „антиреформисте”

Мада је сваки од текстова у овом зборнику одређен специфичном темом коју излучује пројектни задатак, ипак се објављени радови могу, са подразумевајућим опрезом, груписати у три тематска круга. Први чине текстови који се односе на економско-правни контекст функционисања масмедија, као детерминишућег друштвеног оквира јавног, медијског и политичког, говора у Србији. Други третира различите технике (за)вођења јавности и међусобног комуницирања медијских посленика и политичких субјеката, како у теоријској равни, тако и анализом медијске и политичке праксе у Србији током последњих петнаестак година. Најзад, трећу групу чине текстови који, полазећи од европских стандарда, антиципирају могућа решења за еманципацију јавног говора у масмедијима и, претходно, на врло разуђеном и бучном мноштву политичких говорница.

Ма колико, међутим, били удаљени од праксе својим теоријским уопштавњем или интегрисани са њом бројним примерима и илустрацијама, ниједан од ових текстова не напушта идејно полазиште о слободи јавне речи, најпрегнантније формуласано у познатом Миловом спису („О слободи”), нити европски хоризонт могућег разрешења проблема, односно, у овом случају, остваривање циљева дефинисаних пројектом. То се, чак, уочава и у текстовима најудаљенијем од тематске матице у зборнику, који промишљају економске аспекте функционисања медијских предузећа, тј. зависност јавне речи од комерцијално-профитних разлога, или описују еристичке вештине у јавном/политичком комуницирању, као и у носећим прилозима који анализирају право на изражавање мишљења, правну и етичку одговорност за јавну реч и значај кодекса професионалне етике, као најраспрострањеније форме саморегулације и омеђивања сопствене одговорности професионалних комуникатора у масовном комуницирању. Без такве одговорности било би немогуће остваривање не само слободе информисања, него и њене природне претпоставке – слободе јавног изражавања мишљења сваког појединца или друштвене групе,

## Зборници

### МЕДИЈИ, ПОЛИТИКА И ЈАВНА РЕЧ

#### „Етика јавне речи”. Издавач: „Центар за либерално-демократске студије”, Београд, 2004.

Зборник текстова „Етика јавне речи” резултат је едукативног пројекта „Етика јавне речи у медијима и политици”, који је Центар за либерално-демократске студије реализовао од децембра прошле године у неколико градова у Србији. Циљ аутора пројекта (председник ЦЛДС-а Зоран Вацић, професор Факултета политичких наука Мирољуб Радојковић и уредник Радио-телевизије „Студио Б” Милорад Рогановић) био је да се обогате специфична знања, оснажи професионална етика и подржи култура јавног говора новинара и политичких професионалаца, а све зарад искорењивања говора мржње, разумевања потребе демократизације у масмедијском комплексу и подстицања демократских процеса у друштву. Вишемесечни труд тринаесторо учесника у пројекту, универзитетских наставника и медијских професионалаца, изражен серијом предавања и воркшопова у Београду, Новом Саду и Крагујевцу, остао би сасвим сигурно без одговарајуће сатисфакције да њихови прилози, сублимирана предавања и расправе, нису штампани у овој књизи. Тим пре што је посао, имајући на уму актуелне прилике у медијском и политичком пољу у Србији, тек само започет и биће потребно много времена да овакви и слични напори почну да дају видљиве резултате. Од сличне процене полази и уредник Зборника Зоран Вацић, напомињући да после по-

схваћене на миловски начин, тј. слободе која не доводи у питање слободу других у друштву, и уопште увођење ових категорија у друштвени живот и њихово превођење у професионално прихваћене – етичке норме.

Идеја о саморегулацији и самоограничавању, исходишна идеја у овом зборнику, темељи се на законски минимализованим могућностима за интервенцију власти, и то само у крајњим случајевима, када су у питању највиталнији делови јавног интереса. И у таквим, прецизном законском нормом оивиченим случајевима, формално-правна одговорност за јавну реч, аналогно европским узорима, мора да буде декриминализована, да искључује затворску и стимулише добро одмерену новчану санкцију. Али, да би се избегла прекомерна државна интервенција у јавном комуницирању, посленици јавне речи, у процесу саморегулације, треба самостално да доносе и добровољно се придржавају норми које ће усвојити, поштујући начело да онај ко је, својом позицијом у друштвеној подели рада, у ситуацији да свакодневно користи право на јавну реч, треба да сразмерно томе има и већу одговорност за своје јавно делање, оно што чини или не чини у јавној сфери. У питању је, дакле, професионална самосвест која почива на добровољној примени правила, проистиче из морала и изражава се у професионалној етици. Јер морал је, рекао би Даниел Корни, једна од најстаријих духовних инстанци, колективна свест изражена скупом правила која се налазе у основи сваке социјалне заједнице, чије је примењиване претпоставка друштвености. Следствено, професионална етика изражава се у појединачном и групном примењивању одређеног скупа моралних норми у одређеној области друштвеног живота, које су појединци слободно прихватили да би остварили циљ који су себи поставили и сматрају га исправним.

У случају медијских професионалаца то је деконтаминирање јавне сфере од не само говора мржње, него и од многих архаичних форми јавног комуницирања који му претходе – гласина, рецимо, као „прелазне форме између трача и вести”, али и софистицираних персуазивних стратегија којима се дестимулише или усмерава учешће грађана. Не треба, наиме, сметнути с ума, како с правом примећује један од аутора у овом зборнику, да су прикри-

вена реклама, улагивање спонзорима, стављање потписа на новинарску форму који је припремио пи-ар службеник уз надокнаду и сличне појаве распрострањени начини загађивања јавног говора, који, такође, морају привући пажњу регулаторних тела и бораца за професионалну етику. Зато су текстови о етици јавне речи и политичком маркетингу, односима с јавношћу или пропагандним техникама манипулације јавношћу врло индикативни за разумевање тачке гледишта политичара, политичких организација и интересних група капитала у јавном комуницирању. Њихово јавно делање није одређено етичким, него утилитарним разлозима, а то у први план разумевања проблема у јавној сфери истиче друштвену улогу не само медијских професионалаца и њихову одговорност за поштовање самопрокламованих етичких норми, него и целог трећег сектора у друштву: од невладиних организација специјализованих за питања слободе изражавања до образовно-васпитних установа у којима се могу поставити најбољи темељи за развој демократске политичке културе, али такође посејати клице аномичности и ксенофобије из којих, по правилу, ничу говор мржње, нетолерантност и искључивост.

Сваки грађанин у Србији, због неизбежне изложености деловању електронских масмедија, зна да ове појаве нису ни издалека елиминисане из јавног комуницирања, а свако ново згушњавање догађаја у политичком животу, попут недавних председничких избора на пример, изнова на јавну сцену враћа крупну реч и ситан политички интерес. Отуда зборник „Етика јавне речи у медијима и политици”, као једна од малобројних књига која на скоро три стотине страница у теоријској и практичној равни третира готово све аспекте јавног комуницирања у Србији, представља незаобалазно штиво за све медијске и политичке професионалце у Србији, али превенствено за генерацију младих људи која, у некој од ових улога, тек излази на јавну сцену. Нажалост, захваљујући подједнако професионалним комуникаторима и политичарима, она је данас, показује то и ова књига, још увек балкански бекстејд европске политичке позорнице.