



**Djordjevic, M., Stanojevic, D. (2016), „Misinformation, Lack of Culture and Manipulation”,
Media dialogues / Medijski dijalozi, Vol. 9, No. 2, pp. 17-25.**

dr **MARKO M. ĐORĐEVIĆ**, docent
Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet pedagoških nauka,
Srbija

dr **DOBRIVOJE STANOJEVIĆ**, redovni profesor
Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka
Srbija

MISINFORMATION, LACK OF CULTURE AND MANIPULATION

Abstract: *In this age free journalism and the media, as well as the rights of individuals to have their opinion and opportunity to express them freely, can be described mainly in terms of ideal-typical theoretical models. These are the models that are not founded on reality and practical merits. On one hand , we have the legislation, on the other , “real world” of the media with all its anomalies and questions; theory and practice with very little or nothing in common. These observations are made after analyzing numerous media texts on, “Report on the ownership and control of media in Serbia” and “Law on Public Information and Media of the Republic of Serbia”.*

In this paper, we try to see the essence of the problem concerning the media; more specifically, to answer the question to what extent information nowadays acquired trademarks and manipulative character, and what is our civil right to objective information? Whether, and to what extent, the public interest in informing replaced spinning and “storytelling” and who benefits from it, and

who suffers from sensationalism and tabloid media? In search of answers to these questions, we will go from words that were once served Umberto Eco as the title for one of the most famous books which dealt with the semiological aspects of cultural phenomena: "Culture, Information, Communication". We used these words as a point of reference in understanding the current media, social and cultural phenomenon and antinomy they produced. The word "culture" was replaced with the word "uncivilized", the word "information", with the word "misinformation" and the word "communication" with the word "manipulation". These three words, in our view, basically reflect the spirit of today and describe the state of free media and journalism in Serbia. From our point of view these three words describe the state of free media and journalism in Serbia.

Key words: misinformation, lack of culture, manipulation, massmedia, media myths, journalism.

DEZINFORMACIJA, NEKULTURA I MANIPULACIJA

Apstrakt: U današnje vreme o slobodnom novinarstvu i medijima, kao i o pravima pojedinaca na slobodu mišljenja i izražavanja, može segovoriti uglavnom u okvirima idealno-tipskih teorijskih modela. Reč je o modelima koji nemaju stvarnosnu zasnovanost i praktičnu utemeljenost. Sa jedne strane je zakonska regulativa i ono što je njome propisano, sa druge, "stvaran svet" medija sa svim svojim anomalijama i začudnostima; teorija i praksa sa veoma malo ili nimalo dodirnih tačaka. Do takvih zapažanja dolazimo posle analize brojnih medijskih tekstova, Izveštaja o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji i Zakona o javnom informisanju i medijima Republike Srbije. U radu ćemo pokušati da proniknemo u srž problema koji se tiče javnog informisanja; tačnije, da odgovorimo na pitanje u kojoj su meri informacije u današnje vreme poprimile robni i manipulativni karakter, i šta je sa našim građanskim pravom na objektivno informisanje? Da li je, i u kojoj meri, javni interes u informisanju zamenilo spinovanje i "pričanje priča" i kome koristi, a kome šteti širenje senzacionalizma i tabloidne nekulture? U traganju za odgovorima na ova pitanja, poći ćemo od reči koje su svojevremeno poslužile Umberto Eku (Umberto Eco) kao naslov za jednu od najpoznatijih knjiga u kojoj se bavio semiološkim aspektima kulturnih fenomena: "Kultura, informacija, komunikacija". Nama su ove reči poslužile kao tačka oslonca u razumevanju aktuelnih medijskih, društvenih i kulturnih fenomena i antinomija koje proizvode. Reč "kultura" zamenili smo rečju "nekultura", reč "informacija", rečju "dezinformacija", a reč "komunikacija", rečju "manipulacija". Ove tri reči, po našem mišljenju, u osnovi oslikavaju "duh vremena" i opisuju stanje medijskih sloboda i novinarstva u Srbiji.

Ključne reči: dezinformacija, nekultura, manipulacija, masmediji, novinarstvo, spinovanje, medijski mitovi

1. UVOD: PRAVO NA DEZINFORMACIJU I NEKULTURU

Kada bi medijski profesionalci (novinari, urednici, prezenteri/voditelji, istraživači) svoj posao obavljali u skladu sa pravilima struke, etičkim načelima i medijskim zakonima i kada bi mogli da ostanu "izolovani" od opasnosti "države, politike i novca" (Miletić i Radojković, 2005, ss. 178-185), onda bi se moglo govoriti o "nezavisnim medijima". Ova sintagma bi onda imala stvarnosnu zasnovanost i ne bi bila ono što danas uglavnom jeste, samo idealno-tipski model, suštinski neprimenjiv u praksi.

Stešneno sa svih strana, novinarstvo je izgubilo svoju osnovnu funkciju, posebno kada je reč o izveštavanju iz oblasti političkog, a pod uticajem političara, medijskih vlasnika, stručnjaka za politički marketing, istraživanje javnog mnjenja, te tzv. spin doktora, ono sve više doprinosi fikcionalizaciji stvarnosti nego što pokušava da je objasni i protumači. Izgleda da je na delu jedna velika "komunikacijska igra" u kojoj se na javnoj pozornici neprestano veličaju priče o demokratiji, pravu na pristup informacijama, slobodi mišljenja i izražavanja, dok iza scene vladaju neka druga pravila igre.

Govoreći o medijima i političkom procesu, P. Eric Louw smatra da je u današnje vreme politički proces u velikoj meri "medijalizovan" i "piarizovan" zahvaljujući usponu stručnjaka za komuniciranje koji su razvili posebne manipulativne i demagoške tehnike upravljanja utiscima. "U okvirima ovakvog stila vođenja politike, razvija se simbioza političara, spin doktora i novinara. Ova tri skupa "igrača" zajednički rade na izgradnji onih političkih narativa koji se pronose posredstvom medija – narativa koji se koriste kako bi se upravljalo masovnim demokratskim javnostima." (Lou, 2013, s. 11). Paralelno sa procesom "informisanja javnosti" odvija se onaj koji je u skladu sa zabavnom funkcijom masmedija, a u Srbiji se ogleda u najrazličitijim tabloidnim formama rijaliti šou programa koji su zaposeli većinu televizijskih kanala. Njima se javnost "amnestira" od ozbiljnih društvenih tema, a promovisanjem najnižih oblika kulture, senzacionalizma, voajerizma, šunda i kiča, otupljuje se kritička misao i snižavaju kulturni i moralni standardi.

I politički proces u takvom okruženju neretko poprima dimenzije rijaliti šoua, on biva pred televizijskim kamerama insceniran, teatralizovan, spektakularizovan, na imaginarnoj sceni se prati ponašanje glavnih junaka (vodećih "političara zvezda") u različitim situacijama koje doprinose stvaranju njihovog pozitivnog publiciteta. Oni su nekada euforični, nekada besni, nekada ljuti, ponekad zabrinuti i tužni, uglavnom nasmejani i energični. Kamere su neprestano uključene, tu je i čitava mašinerija koja je deo političko-scenskog performansa; savetnici, stilisti, spin doktori, novinari, urednici, fotografi, kamermani, režiseri, montažeri, analitičari, istraživači javnog mnjenja i publika, a predizborna kampanja nikada ne prestaje. Nije stoga preterano reći da smo

postali društvo u kome su *“tabloidni (komercijalni) mediji odneli prevagu nad kvalitetnim (elitnim), gde su beskrajna zabava i reklama prigrabile najveći deo programskog prostora, i gde se informisanje građana o društveno relevantnim događajima i temama pretvorilo u svojevrsno mitotvorstvo, spinovanje javnosti, te ‘medijsku nekulturu’”* (Đorđević, 2014, s. 292). Na to, pored ostalog, ukazuje i Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji¹ iz 2015, u kome su označeni sistemski problemi koji parališu sistem javnog informisanja u Republici Srbiji. Pet najvećih problema koji su izdvojeni su: *“netransparentnost medijskog vlasništva; netransparentnost finansiranja, ekonomski uticaj kroz budžet, poreske olakšice i druge indirektno oblike finansiranja javnim novcem; problemi privatizacije medija i neizvestan status javnog servisa; cenzura i autocenzura i tabloidizacija.”*

U ovom izveštaju ukazuje se i na sporost medijskih reformi i nedovoljno razvijenu regulativu, te na ekonomsku zavisnost i spregu medija sa političkom i ekonomskom elitom kao i neformalnim centrima moći, što sve za posledicu ima to da medijski sadržaji u periodu od 2011. do 2014. uglavnom nisu bili rezultat slobodnog, objektivnog ili istraživačkog novinarstva, a većina medija nije bila u funkciji povećanja opšte informisanosti građana. Iz svega rečenog, logično je postaviti pitanje, u kojoj meri je javni interes u informisanju zamenilo spinovanje i “pričanje priča” i kome šteti širenje senzacionalizma i tabloidne nekulture?

2. “DRŽAVNI UDAR” I DRUGI SPINOVNI

Kada je 1939. Orson Welles na radio programu “Merkjuri teatar” (Mercury Theater's radio programmes) emitovao radio dramu “Rat svetova”, koju su u nekoliko navrata prekidale izmišljene vanredne vesti o spuštanju marsovaca u Nju Džersi (New Jersey), nastala je prava pometnja. Ne razlikujući istinu od fikcije, uspaničeni slušaoci se krenuli da u kolonama automobila beže iz grada prema okolnim brdima. Događaj je imao i sudski epilog. Demagoška veština zavodjenja masa koja vodi poreklo iz antičkog perioda, pokazala je svoju punu snagu u novom medijskom okruženju.

Moć priča i persuzivnost medijskih narativa ne prestaje da zaokuplja pažnju istraživača od tridesetih i četrdesetih godina prošlog veka do danas, a posebno je zanimljivo posmatrati odnos između realnosti i fikcije u savremenom političkom procesu koji predstavlja spoj složenih vizuelno-narativnih dimenzija komuniciranja.

Prateći razvoj instrumentalne upotrebe narativa i zabrinjavajuću ekspanziju “storitelinga” u savremenom političkom procesu, Christian Salmon (2010, s. 174) smatra da su velike priče koje su obeležile istoriju čovečanstva od antičkih mitova, do Tolstoja i Šekspira, pripovedale univerzalne mitove i poruke prethodnih generacija, svedočeći o mudrosti i plodovima stečenog iskustva, dok se storiteling kreće u suprotnom pravcu, pakujući veštačke priče u stvarnost i zasićujući simbolički prostor

¹<http://www.antikorupcijasavet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>, posećeno 10.03.2016.

serijama i pričama. *“Novi narativi koje nam nudi storiteling očigledno, ne istražuju uslove mogućeg iskustva, već načine da se to iskustvo pokori. Bezbrojne priče koje proizvodi propagandna mašina jesu protokoli za dresiranje, za pripitomljavanje, koje teže da preuzmu kontrolu nad praksama i da prisvoje znanja i želje pojedinaca”*.

Svojevrсна akumulacija priča i narativizacija života posredstvom štampanih medija, televizije i interneta, doprinele su *“fikcionalizaciji stvarnosti”* i brisanju granica između istine i privida. Profesionalni komunikatori sve češće preuzimaju *“mitotvoračku ulogu”* i postaju glasnici izmišljenih ili poluizmišljenih priča kojima se manipuliše javnošću. Ovakvo shvatanje u saglasnosti je sa mišljenjem P. Erika Loua da je razvoj industrije spinovanja doveo do institucionalizovanih oblika upravljanja utiscima i promocije politike posredstvom masmedija, uz postojanje simbiotičke veze između novinara i spin doktora, te političara, vlasnika medija, krupnog kapitala i velikih korporacija. Lou smatra da *“političko upravljanje utiscima porazumeva više od izgradnje lica”*, osmišljavanja pojedinačnih političkih *“predstava”* i proizvodnje *“zvezda”*. Upravlјati političkim komuniciranjem podrazumeva utvrđivanje i širenje principa, ideja, mišljenja i verovanja kao i obezbeđivanje pristalica (sledbenika) tako izgrađenih mitologija i političkih identiteta. Ove mitologije i identiteti služe kao svetionici ili standardi mase (političkih autsajdera) pomažući im da se orjentišu među brojnim političkim igračima (Lou, 2013, s. 37).

U medijski nedovoljno *“osvešćenim”* društvima, kakvo je srpsko društvo, suđeci po istraživanjima o stepenu medijske pismenosti koje su tokom 2013. sproveli BIRODI i Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS)², većina građana nije u mogućnosti da se kritički odupre manipulaciji i spinovima koje lansira tako organizovana industrija *“upravljanja utiscima”* i mnogi bivaju ostavlјeni na milost i nemilost političkoj i ekonomskoj manipulaciji i propagandi. U Srbiji se već pominјana simbioza između novinara, spin doktora, političara i medijskih vlasnika, i uopšte proces *“piarizacije politike”* i tabloidizacije svesti, u svom najogoljenijem obliku može posmatrati na primeru informativnog i zabavnog programa *“Televizije Pink”* i dnevnog lista *“Informer”*. Oba pomenuta medija u potpunosti su se stavila u službu promocije zvanične politike Vlade Republike Srbije i stvaranja *“kulta ličnosti”* njenog predsednika Aleksandra Vučića. U informativno-političkim emisijama izostaje istraživački pristup, objektivnost u izveštavanju o aktuelnim društveno-političkim događajima, pozivanje na više izvora i ravnomerna zastupljenost različitih političkih stranaka i njihovih lidera. Veoma pristrasno se favorizuje jedna, a demonizuje druga strana unutar političkog procesa, a akcenat se stavlјa na senzacionalističko izveštavanje sa elementima dramskog spektakla. Izostaje kultura političkog dijaloga i javne debate o važnim društvenim pitanjima. U zabavnim emisijama dominiraju rijaliti i tok-šou sadržaji, koji se smenјuju sa informativno-političkim i serijskim programom turske i indijske produkcije i mejnstrim filmovima holivudske produkcije.

²<http://www.birodi.rs/wp-content/uploads/2013/12/Medijska-pismenost-u-Srbiji-rezultati-istra%C5%BEivanja.pdf>, posećeno 10.03.2016.

Dnevni list "Informer" se u potpunosti uklapa u matricu tabloidnog novinarstva sa dominacijom senzacionalističko-estradnog i ruralno-spektakularnog kulturnog obrasca. Prisutan je aferaški pristup i potreba da se čitaoci neprestano šokiraju iznošenjem neverovatnih detalja o životu i radu pojedinih političara (uglavnom iz redova opozicije) i ličnosti sa estrade, iz sveta sporta i "džet seta". Primetna je dominacija fotografija u odnosu na tekst i bombastičnih naslova koji imaju za cilj da privuku pažnju čitaoca svojom "nastranošću", prostotom i "ekskluzivnošću". Stiče se utisak da u domenu tema iz domaće i svetske politike, oba medija deluju sinhronizovano kao deo Vladine mašinerije spinovanja javnosti. Ono što osvane na naslovnim stranama "Informera", dalje se režiserski i dramaturški razrađuje u informativno-političkom programu koji neretko sadrži elemente epske fantastike, holivudskog blokbastra, horora ili sentimentalno-patetične drame. Kako, inače, drugačije objasniti specijalnu emisiju "Rušenje Vučića – poslednji čin"³ emitovanu na programu televizije "Pink" u troipčasovnom trajanju 29. novembra 2015, nastalu kao reakcija na pisanje dnevnog lista "Kurir"⁴ i ono što je Dragan J. Vučićević, glavni i odgovorni urednik "Informera", izjavio u jednom televizijskom gostovanju i objavio nedelju dana ranije na naslovnoj strani⁵, apelujući na premijera da "ne ide u Kinu jer se sprema državni udar"?!

Pred našim očima su se tih dana smenjivali nadrealni prizori i tekstovi u ravni "naučne-fantastike", od konferencije za medije koju je sazvao ministar policije Nebojša Stefanović kojoj su prisustvovali specijalni odredi policije u punoj ratnoj opremi, do specijalne emisije sa uvodnom špicom po uzoru na holivudske akcijske filmove o rušenju premijera u kojoj su učestvovali članovi Vlade, politički i vojni komentatori, novinari, političari... Usledili su novinski članci gde se iznose najneverovatniji i najbizarniji detalji o akterima tzv. "državnog udara" i atentatorima na premijera Vučića. Nedugo zatim, pošto se ništa od najavljenog nije dogodilo, usledile su nove televizijske priče i dramske telenovele sa istim "političarima-zvezdama" u glavnim ulogama, a naslovne strane tabloida razjapile su svoje čeljusti da progutaju i postave na stub srama nove "državne neprijatelje" i protivnike po-litičkih elita na vlasti.

Rezultat procesa "spinovanja javnosti" i "medijskog mitotvorstva" koji u Srbiji traju bezmalo decenijama, jeste kao i u državama savremenih liberarnih demokratija, "politika (vođena istraživanjima javnog mnjenja) kao igra obmane koja je posvećena skretanju pažnje i zabavljanju masa kroz ambijent dvadesetčetvoročasovnog programa sa mnoštvom televizijskih kanala. (Lou, 2013, s. 110).

Preporučujemo, na kraju, kao jednu od tehnika dekonstrukcije medijskih mitova i spinova, čitanje Zakona o medijima i informisanju u krivom ogledalu, jer se izgleda istina u autoritarnim društvenim sistemima koji podstiču cenzuru i "rijaliti

³<https://www.youtube.com/watch?v=U8auReT4ccY>, posećeno 10.03.2016.

⁴<http://www.kurir.rs/vesti/politika/krivcna-prijava-zbog-iznude-i-podstrekavanja-vucicevic-i-vucic-meterali-da-lazno-optuzim-aleksandra-rodica-clanak-2037367>, posećeno 10.03.2016.

⁵<http://www.informer.rs/vesti/politika/42335/VIDEO-EKSKLUZIVNO-GLAVNI-UREDNIK-INFORMERA-UPOZORIO-Vucicu-ne-idi-u-Kinu-sprema-se-drzavni-udar>, posećeno 10.03.2016.

šou koncept" vođenja političkog procesa, još može doseći samo posredstvom sredstva komike koja, na sreću, vlasti u Srbiji još uvek tolerišu.

Predlog takvog zakona (iako u ravni čiste teorije) u krivom ogledalu sledi, uz napomenu da bi on u potpunosti odgovarao medijskoj slici i stanju mediskih sloboda u praksi. Nadamo se da će posle čitanja ovog "Zakona" biti jasniji i odgovori na pitanje koje je moto ovogodišnjeg naučnog skupa "Informacija –roba ili ljudsko pravo" i zašto nam je kao inspiracija poslužila na početku pominjana knjiga velikog Umberta Eka.

3. PREDLOG "ZAKONA O MEDIJIMA" U KRIVOM OGLEDALU

Javno manipulisanje ostvaruje se putem medija. Pravila o javnom manipulisanju obezbeđuju i štite iznošenje, primanje i razmenu dezinformacija, senzacionalizma, tabloidnih ideja i nekulture putem medija u cilju unazađivanja vrednosti demokratskog društva, pospešivanja sukoba i razvoja neistinitog, neblagovremenog, neverodostojnog i nepotpunog informisanja i sprečavanja slobodnog razvoja ličnosti. Ovim zakonom uređuje se način ostvarivanja slobode javnog manipulisanja koja posebno zabranjuje slobodu prikupljanja, objavljivanja i primanja informacija, slobodu formiranja i izražavanja ideja i mišljenja, slobodu štampanja i distribucije novina i slobodu proizvodnje, pružanja i objavljivanja audio i audio-vizuelnih medijskih usluga, slobodu širenja informacija i ideja preko interneta i drugih platformi, kao i slobodu izdavanja medija i obavljanja delatnosti javnog informisanja.

Ovim zakonom uređuju se i načela javnog manipulisanja, interes pojedinaca nasuprot javnog interesa u medijskom manipulisanju, obezbeđivanje i raspodela sredstava za ostvarivanje pojedinačnih interesa, tajnost podataka o medijima, zabrana medijskog pluralizma, položaj urednika, novinara i predstavnika stranih medija, distribucija medija, privremeno čuvanje i uvid u medijski zapis, posebna prava i obaveze u javnom manipulisanju, informacije o ličnosti, sredstva i postupci pravne zaštite, nadzor nad primenom odredaba zakona, kao i kaznene odredbe.

Javno manipulisanje je slobodno i ne podleže cenzuri. Zabranjena je neposredna i posredna diskriminacija urednika medija, novinara i drugih lica u oblasti javnog manipulisanja, naročito prema njihovoj političkoj opredeljenosti i uverenju ili drugom ličnom svojstvu. Ne sme se ugrožavati slobodan protok dezinformacija putem medija, nekulture, senzacionalizma i tabloidnih sadržaja kao ni uređivačka autonomija medija, a naročito vršenjem pritiska, pretnjom, odnosno ucenom urednika, novinara ili izvora dezinformacija. Fizički napad na urednika, novinara i druga lica koja učestvuju u prikupljanju i objavljivanju dezinformacija putem medija kažnjava se na osnovu zakona. Sloboda javnog dezinformisanja ne sme se povređivati zloupotrebom službenog položaja i javnih ovlašćenja, svojinskih i drugih prava, kao ni uticajem i kontrolom nad sredstvima za štampanje i distribuciju novina ili mrežama elektronskih komunikacija koje se koriste za distribuciju medijskih sadržaja.

Posredstvom medija objavljuju se dezinformacije, propagandne poruke, trivijalne ideje i tabloidna mišljenja o pojavama, događajima i ličnostima o kojima javnost nema opravdan interes da zna, bez obzira na način na koji su pribavljene dezinformacije, u skladu sa odredbama ovog zakona.

Svako ima pravo da neistinito, nepotpuno i neblagovremeno bude obavešten o pitanjima od javnog značaja i sredstva javnog obaveštavanja su dužna da to pravo poštuju. Radi onemogućavanja građanima da formiraju sopstveno mišljenje o pojavama, događajima i ličnostima, obezbeđuje se raznovrsnost izvora dezinformacija i propagandnih poruka. Radi zaštite konkurencije i raznovrsnosti senzacionalističkih i tabloidnih sadržaja, nekulture i političke propagande, dozvoljen je svaki vid monopola u oblasti javnog manipulisanja. Radi sprečavanja razvoja sopstvenog mišljenja i sagledavanja mogućeg uticaja medija na javno mnjenje, kao i radi zaštite ideološkog monolitizma, onemogućava se javnost podataka o medijima.

Izabran, postavljen, odnosno imenovan nosilac javne i političke funkcije nije dužan da trpi iznošenje kritičkih mišljenja, koja se odnose na rezultate njegovog rada, odnosno politiku koju sprovodi, a u vezi je sa obavljanjem njegove funkcije bez obzira na to da li se oseća lično povređenim iznošenjem tih mišljenja. Urednik i novinar nisu dužni da s pažnjom primerenom okolnostima, pre objavljivanja dezinformacije koja sadrži podatke o određenoj pojavi, događaju ili ličnosti provere njeno poreklo. Urednik i novinar dužni su da preuzete dezinformacije, senzacionalističke i tabloidne sadržaje i mišljenja prenesu verodostojno i potpuno, a ako se dezinformacija preuzima iz drugog medija - da navedu i naziv tog medija.

Ustanove javnih medijskih servisa i drugi mediji koji deluju u skladu s načelima javnih medijskih servisa posebno su dužni da o pojavama, događajima i ličnostima izveštavaju nepravovremeno, pristrasno i nepotpuno, da one-moguće izražavanje ideja i mišljenja koja su zastupljena u zajednici, da sputavaju raspravu u duhu tolerancije, o svim temama od interesa za javnost, da proizvode jednoobrazne programske sadržaje i da teže najnižem nivou kvaliteta usluga. Svi su dužni da poštuju prava izdavača medija i pružalaca audio i audio-vizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: izdavač). Fizička i pravna lica, domaća i strana, imaju jednako pravo na izdavanje i druga prava u oblasti javnog manipulisanja, u skladu sa zakonom i potvrđenim međunarodnim ugovorom. Javni interes u oblasti javnog manipulisanja je:

- neistinito, pristrasno, nepravovremeno i nepotpuno informisanje svih građana;
- neistinito, pristrasno, nepravovremeno i nepotpuno informisanje na maternjem jeziku
- građana i pripadnika nacionalnih manjina;
- gubitak nacionalnog i kulturnog identiteta;
- širenje političke propagande i ideološkog monolitizma;
- podrška proizvodnji medijskih sadržaja u cilju zaštite autokratije i gubitka ljudskih prava, unazađivanje pravne i socijalne države, slobodnog razvoja ličnosti i zaštite dece i mladih, razvoja kulturnog i umetničkog stvaralaštva, razvoja obra-

- zovanja, uključujući i medijsku pismenost kao deo obrazovnog sistema, razvoja nauke, razvoja sporta i fizičke kulture i zaštite životne sredine i zdravlja ljudi;
- unazađivanje medijskog i novinarskog profesionalizma.

4. UMESTO ZAKLJUČKA

Reči kultura, informacija i komunikacija, poslužile su namu ovom radu kao tačka oslonca u razumevanju aktuelnih medijskih, društvenih i kulturnih fenomena i antinomija koje proizvode. Zamenjujući ih rečima “nekultura”, “dezinformacija” i “manipulacija”, pokušali smo da njima obuhvatimo “duh vremena” i opišemo stanje medijskih sloboda i novinarstva u Srbiji.

Iako je javni interes u informisanju u velikoj meri zamenilo spinovanje i širenje dezinformacija i laži, te senzacionalističkih i tabloidnih sadržaja, izlaz iz tog začaranog lavirinta mogao bi da bude u sistematskom opismenjavanju građana i uvođenju obrazovanja za medije na sve nivoe obrazovanja. Takođe, trebalo bi osmisliti efikasnije načine primene medijskih zakona i ojačati ulogu regulatornih tela u tom procesu. Država i njene institucije ali i nove političke elite su tu, svakako, na potezu.

Izlaz je svakako i u ličnom neprihvatanju nametnutih medijskih istina i kulturnih obrazaca, što bi trebalo da bude imperativ svih pojedinaca koji teže kritičkom mišljenju i intelektualnom napredovanju. Mogućnost izbora uvek postoji, čak i onda kada nemamo previše manevarskog prostora. Izlaz je u nemirenjusa nametnutim matricama, ali i u preispitivanju medijskih navika.

Različiti oblici manipulacije posredstvom masmedija neće prestati da postoje, vremenom će se verovatno usložnjavati i brojčano uvećavati, ali je od suštinske važnosti da se značajno smanji broj onih na koje bi te poruke mogle da persuzivno i delotvorno utiču. Kada političko-scenski performans ostane bez gledalaca, senzacionalističko novinarstvo i tabloidne novine bez čitaoca, a “televizuelizovana” politika bez glasača, možda će doći ponovo vreme “kulture, informacije i komunikacije”.

REFERENCES (Literatura)

- Dorđević, M. (2014), “Medijski mitovi i spinovanje javnog mnjenja”, u: *Savremena umetnička praksa, medijska pismenost, kulturni identitet i društveni razvoj*, Univerzitet Megatrend, Beograd.
- Eko, U. (1973), *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd;
- Lou, P. Erik (2013), *Mediji i politički proces*, Fakultet političkih nauka, Beograd;
- Miletić, M; Radojković, M. (2005), *Komuniciranje mediji i društvo*, Stilos, Novi Sad;
- Salmon, K. (2010), *Storytelling ili pričam ti priču*, Klio, Beograd.