

*Др Јелена Вучковић, ванредни професор  
Правног факултета Универзитета у Крагујевцу*

*УДК: 659.3/4:004.738.5*

*DOI: 10.46793/XXIV-12.137V*

## **ВЕРОДОСТОЈНОСТ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА - УСЛУГА НА ИНТЕРНЕТУ\***

### ***Резиме***

*Слобода говора, или слобода изражавања мишљења, једно је од најстаријих људских права гарантованих највишим правним актима држава као и међународним документима. Развојем технологије могућност примања, давања и ширења информација у виду речи, слика или звука, добија неслућене размере а брзина протока информација се непрекидно повећава. Поставља се питање на који начин грађани, као корисници ових услуга, имају могућност да у мору информација које до њих долазе из различитих извора, проверених и непроверених, слободно формирају, а затим и изразе своје мишљење на аутентичан начин и уз неговање демократских вредности. Појава друштвених медија довела је до тога да конзумирање медијских садржаја постане јавно. Квантитет ових садржаја је евидентан, али не и њихов квалитет. Оно што на први поглед изгледа ко слобода, због широког спектра могућности емитовања и пласирања информација, претвара се у сопствену супротност у ери непотпуних, нетачних или непроверених информација. Појам „информацијског загађења“ који се у теорији појављује још 2003. како би се описале безначајне, излишне и безвредне информације, сада се манифестује као информацијски поремећај, чије су последице видљиве у најважнијим сферама функционисања друштва, као што су избори, а самим тим и формирање свих осталих политичких институција. Отуда се уношење вредносне димензије у систем информисања кроз дефинисање појма веродостојности медијских садржаја и одређивања стандарда његовог препознавања, може схватити као услов свих услова очувања модерних демократских институција. У том смислу је потребно увести медијску писменост као обавезни део формалног образовања, са циљем подстицања критичког размишљања и непрекидног преиспитивања наметнутих*

---

\* Рад је написан у оквиру Програма истраживања Правног факултета Универзитета у Крагујевцу за 2021. годину који се финансира из средстава Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

*вредности. Способност препознавања аутентичности информација постаје захтев модерног доба. Пружаоци медијских услуга имају одговорност за очување вредног система модерног друштва које се урушава поплавом лажних вести.*

**Кључне речи:** слобода изражавања, веродостојност медијских услуга, медијска писменост, информацијски поремећај, лажне вести.

## 1. Увод

Слобода говора, или слобода изражавања мишљења, једно је од најстаријих људских права гарантованих уставима и међународним актима који регулишу област људских права. Незаменљив је показатељ демократског потенцијала једног друштва, и његов основни састојак. „Ко год би желео једној нацији одузети слободу, мора почети гушењем слободе њеног говора“, говорио је Бенџамин Френклин.<sup>1</sup> Слободу говора или изражавања као високу вредност неговали су и други велики мислиоци попут Волтера<sup>2</sup> и Орвела,<sup>3</sup> сматрајући је темељем демократије. Слобода говора и мишљења свој посебан значај добија у медијима. Без слободе појединца да тражи, прима и шири информације и идеје, без притиска и контроле власти, нема ни нормалног функционисања једног друштва. Слободни медији услов су и темељ демократског друштва. У савременим условима функционисања медија, питање слободе говора нарочито долази до изражаја. У том смислу изазови постоје на неколико нивоа. Најпре медији више нису под директном контролом државе, која је у чак у обавези да стандарде слободе медија штити, кроз нормативну делатност и санкционисање у случају доказане повреде (судска контрола). У том смислу је начињен велики напредак и када су у питању закони који ову област регулишу, и када су у питању одлуке судова, а нарочито Европског суда за људска права у Стразбуру. Активности овог суда у правцу одређивања пропорционалности и мере ограничења, одредиле су минимум стандарда у овој области, који се као такав примењује у готово свим демократским државама, а свакако обавезно у државама чланицама Савета Европе, међу којима је и Србија. У чему је онда изазов? Излазак државе из власништва над медијима, и њихова приватизација, довела је до тога да се приватни власници над медијима понашају у складу са тржишним условима,

---

<sup>1</sup> [www.medijskapismenost.org](http://www.medijskapismenost.org), приступљено 23. 11. 2021.

<sup>2</sup> „Не слажем се са оним што говориш, али бранићу до смрти твоје право да то кажеш“, Франсоа Мари Аруе, књижевник, филозоф, духовни просветитељ, велики борац за грађанска права у 18.веку, познатији под псеудонимом Волтер. [www.arteculture.weebly.com](http://www.arteculture.weebly.com), приступљено 23. 11. 2021.

<sup>3</sup> “Ако слобода ишта значи, онда је то право да се људима каже оно што не желе да чују“, Џорџ Орвел, [www.medijskapismenost.org](http://www.medijskapismenost.org), приступљено 23.11.2021.

и преваходно у складу са својим економским интересима. Постојање тржишта имплицира и одређивање економске вредности роба и услуга које се на тржишту појављују, а модерни неолиберални концепт тржишта доводи до велике економске неравномерности у којој само економски најмоћнији „играчи“ на тржишту, опстају. Приватизација медија увела је глобалистички принцип њиховог функционисања, и у комбинацији са условима тржишта довела до укрупњавања медијских компанија које интегришу све облике медијског деловања ( новине, радио, телевизију и Интернет). Питање слободе говора и изражавања, и ширење информација, идеја и мишљења постаје упитно уколико знамо да ове информације долазе из једног центра. То сада више није држава, већ мултинационална компанија, односно неколико њих, уколико посматрамо глобални ниво. Моћ ових компанија достиже неслућене границе уколико узмемо у обзир да њихова делатност, медијске услуге које пружају корисницима, утичу на формирање јавног мњења, самим тим и на обликовање политичког мишљења и у крајњој линији, генеришу квалитет деловања демократских институција у државама.

Други ниво изазова јавља се са развојем технологије, дигитализацијом свих облика деловања једног друштвеног система, почевши од обављања куповине, трговања на виртуалном тржишту, све до обраћања државним органима и институцијама система од стране грађана. И као што је излазак компанија које пружају медијске услуге донео одређене предности, у смислу повећања конкурентности пружалаца медијских услуга, што је омогућило повећање разноврсности и квалитета медијских услуга, и смањило њихову цену, тако је и дигитализација медија унела додатне новине и погодности за крајњег корисника, у виду стварање двосмерне комуникације која се на нивоу пружалац услуге - корисник, односно грађанин, одвија на бржи, лакши и интерактиван начин. Конвергенција медија као резултат развоја дигиталне технологије омогућила је грађанима да се од искључивих корисника претворе у активне учеснике читавог процеса, да коментаришу, изражавају мишљење на још једноставнији начин и тиме обликују медијски простор. Број медија је експоненцијално порастао, али је то довело до тога да информације толико брзо путују, да је немогуће проверити колико су тачне, истините, са којим мотивом објављене. Првобитни занос Интернетом као мрежом која ће омогућити ширење информација, идеја и мишљења без обзира на границе, и мимо утицаја било које власти, а нарочито ауторитарних, временом је спласао, када је почело видљиво да се слобода изражавања претворила у сопствену супротност. Слобода сваког појединца да неко право ужива, ограничена је слободом другог појединца на то исто право, и то је једини начин да друштво као целина опстане. Међутим, доступност и лакоћа употребе технологија и приступ Интернету довела је до тога да су и појединци, а и различите групе, политичке, екстремистичке, а и све остале, ову слободу почеле да дословно схватају, у смислу немогућности да их било ко спречи да износе ставове, мишљења на начин који може бити увредљив за

остале чланове друштва. Тако је дошло до појаве говора мржње, јачања екстремистичких ставова и вређања по различитим основама (националној, верској, етничкој итд.), које значе повреду нечијег вредносног система и јача нетолеранцију. Институције система покушавају да на различите начине ову појаву санкционишу, неке успешније, неке мање успешно, али је чињеница да појави званој „информационо загађење“ треба озбиљније и организованије стати на пут.

Поред поремећаја на тржишту информација које доводи у питање демократичност различитих политичких система, дигитализација медија и развој технологија довео је до још једног изазова који се односи на трговину подацима које учесници на овом тржишту добровољно остављају. Својим активностима на друштвеним мрежама попут *Facebook-a*, *Twitter-a*, *Tik-tok-a*, *Instagram-a*, *Viber-a* и сл., грађани, корисници медијских услуга, остављају велики број података који се похрањују у различитим базама и у њима чувају. Тако је промет информационих услуга довео до тога да се подаци до којих се долази у овом процесу употребљавају од стране маркетиншких компанија, које на основу понашања учесника виртуалног тржишта граде маркетиншку структуру продаје других различитих роба и услуга, што не само да је (зло)употреба ових података, већ и економски изузетно корисна активност за ове компаније. Тако су информације употребљене на овај начин постале најкориснија сировина на глобалном тржишту, поред нафте и злата. Због тога је на нивоу Европске Уније донета Директива о заштити података о личности<sup>4</sup>, која забрањује коришћење личних података на овакав начин, и држаоце истих наводи да на транспарентан начин употребљавају ове податке, уз поштовање прописаних норми и навођење сврхе због које се њихова обрада врши. На овај начин се покушава увести ред у ову област, питање до које мере успешно, јер грађани ни данас не знају сасвим јасно на који начин се њихови подаци користе. Разлика је у томе што компаније сада од корисника услуга(грађана) морају да затраже сагласност како би њихове податке користиле у сврху рекламирања, или неких других потреба анализе тржишта, што до доношења овог акта, односно сличних закона домаћих права, нису морале. Опет, да би корисник могао да неком садржају приступи, било ради информисања, било ради других активности, он мора да ову сагласност да.

Према томе, јасно је да сваки напредак у друштву поред позитивних доноси и низ негативних, мање или више изазовних појава. Због тога је значајно јачати демократске капацитете савремених држава и друштава, оснаживати сваку врсту активности усмерене на увођење реда у систем

---

<sup>4</sup> Уредба (ЕУ)2016/679 Европског Парламента и Савета од 27. априла 2016. о заштити физичких лица у односу на обраду података о личности и о слободном кретању таквих података и о стављању адирективе 95/46/ЕЗ ван снаге (Општа уредба о заштити података), [www.sevoifc.com](http://www.sevoifc.com), приступљено 19. 11. 2021.

информисања, али не само и искључиво мерама репресије и казнама, већ и мерама превенције. Једна од њих је сигурно јачање медијске писмености као способности аналитичког промишљања и анализе медијских садржаја, кроз способност аргументованог супротстављања и сучељавања различитих мишљења. Циљ увођења медијске писмености у формално образовање држава требало би да буде са намером да се саговорник уважи, а информације идентификују с аспекта извора из кога су потекле, а опет са циљем да се на јасан начин уочи намера пошиљаоца информације и разуме контекст њеног пласирања на медијско тржиште. У овом процесу значајну улогу имају и медији који уважавају стандарде и етику информисања, омогућавају медијски диверзитет, односно могућност да се информације чују из различитих извора, како би грађанин(корисник услуга) могао да свој суд о некој појави самостално формира. То су медији који поштујући ове стандарде различитости стичу обележја објективних и веродостојних медија. Да би смо разумели колико је веродостојност медијских садржаја и услуга значајна у данашњем вискотехнологизованом друштву које је све више вирално, важно је да разумемо појам информацијског поремећаја, које настаје као резултат информацијског загађења.

## **2. Информацијско загађење**

Информацијски поремећај је појава коју у извештају Савета Европе из 2017. детаљно дефинишу др Клер Вордл и Хосеин Деракшан.<sup>5</sup> Непосредан повод за овај извештај, као и потреба прецизнијег дефинисања карактера информација које су довеле до информацијског поремећаја, били су резултати гласања за Брежит у Уједињеном Краљевству, као и победа Доналда Трампа на председничким изборима 2016. г. Информације које су се тада појављивале представљале су комбинацију неистинитих, нетачних и непотпуних информација, односно дезинформација и лажних вести, и по први пут су указале на размере утицаја на демократске поретке држава које су и у учбеницима навођене као пример демократских држава. Чињеница да институције правног поретка ових држава неадекватно одговориле на појаву лажних, малициозно пласираних информација, дубоко је уздрмало темеље и савремено схватање демократије. Крајњи резултат тога јесте намера да уведе нека врста регулације Интернета као глобалне мреже и друштвених мрежа као најактивнијих и најмасовнијих комуникационих канала данашњице. Регулација приватних компанија у правцу контроле садржаја који се појављују на друштвеним мрежама у њиховом власништву, указује на урушавање основних принципа савремене демократије, као производа

---

<sup>5</sup> Вордл К., Деракшан Х., *Информацијски поремећај: Ка интердисциплинарном оквиру за истраживање и креирање секторске политике*, Извештај Савета Европе ДГИ (2017) 09, 2017, стр. 7.

либералног капитализма, и потпуно слободног тржишта. На овом концепту, које искључује учешће државе у регулацији тржишта, и потпуно слободном формирању тока и цене роба и услуга, што имплицира и један либералан концепт регулисања друштвених и политичких односа, земље западне демократије су заснивале начин свог функционисања, изграђивале институције система и представљале узор и пример другим, мање демократским државама. Наиме, јасно је да се без улоге државе и њеног контролисања одређених појава, јављају неки други центри моћи који ову улогу преузимају, вођени примарно сопственим, најпре економским, а после и политичким интересима, односно потребом да своје економске интересе заштите утицајем на политичке изборе.

Европски суд за људска права је у својим бројним пресудама утврдио стандарде слободе говора и изражавања, правећи разлику између тзв. чињеничних и вредносних исказа (информација),<sup>6</sup> односно оних чија се (не)истинитост може утврдити на основу тога да ли су или нису у сагласности са одређеним чињеницама.<sup>7</sup> Обавезу провера истинитости информација има онај који ту информацију пласира, што су у случају сада већ традиционалних медија, као што су новине, телевизија и радио, новинари којима је информисање грађана професија, и који у том смислу имају обавезу поштовања професионалних правила и кодекса понашања, утврђених законима и кодексима новинарских удружења. У случају вредносних судова који подразумевају нечији лични вредносни став о одређеним питањима, Европски суд за људска права имао је флексибилнији став, нарочито када се ради о активностима политичара у јеку политичке, односно изборне кампање.<sup>8</sup> Ипак, суд је заузео став и да истинитост неке информације не мора да буде сама по себи довољна да би нека информација била објављена. Суд може забранити објављивање истините информације ако је то потребно ради поштовања права приватности других или обавезе поштовања поверљивости одређених комерцијалних информација.<sup>9</sup> Чак и

---

<sup>6</sup> Водинелић В., *Европски стандард слободе медија*, Билтен судске праксе бр. 3/2007, стр. 22-61.

<sup>7</sup> Када новинар критикује канцелара и назове га „приземним опортунистом“, „неморалним“, „недостојним“, због његовог става према лидеру неке политичке странке, негдашњем припаднику СС, посредни су вредносни искази, а они не подлежу доказивању, па се ни од кога не може тражити да их докаже нити се икоме може стављати на терет што их није доказао, те је суд повредио слободу медија када га је казнио због клевете зато што није доказао истинитост вредносног исказа (*Lingens v. Austria*, 8. 7. 1986, ст. 41; *Albert-Engelmann-Gesellschaft mbH v. Austria*, 19. 1. 2006, ст. 31). *Исцо*, стр. 50.

<sup>8</sup> Међутим, „неки степен претеривања“ мора да се толерише у контексту неке прегрејане јавне расправе о стварима од јавног интереса, *Nilsen and Johnsen v. Norway*, 25. 11. 1999, ст. 52, *Stoll v. Switzerland*, 25. 4. 2006, ст. 55, *исцо*, стр. 55.

<sup>9</sup> *Verlag GmbH and Klaus Beermann v. Germany*, 20. 11. 1989, *исцо*, стр. 35.

када се на истинит начин описује неки инцидент, уколико он представља само изоловани случај, потребна је подробнија пажња приликом његовог објављивња, јер некада и веран приказ тог инцидента може створити погрешан утисак да се ради о устаљеној пракси.<sup>10</sup> Пракса Европског суда за људска права у области слободе изражавања, од великог је значаја за разумевање граница и потреба њеног ограничавања, и то не само када су у питању традиционални медији, већ се ширим тумачењем у обзир могу узети и дигитални медији, односно друштвени медији.

Овако, и још много детаљније разрађена пракса Европског суда у погледу одређивања стандарда слободе изражавања у медијима, јасан је показатељ размера информацијског поремећаја и отежаног санкционисања повреда ових стандарда у медијима дигитализованог медијског окружења. Отуда се на нивоу европских институција, пре свега Савета Европе, појавила потреба детаљнијег дефинисања ове појаве, са намером да јој се предлагањем одговарајућих мера стане на пут. Организоване кампање дезинформација које су креиране и смишљене да изазову збуњеност и неповерење и да заоштре постојеће друштвено-политичке поделе помоћу националних, верских, етничких и расних разлика, изазвале су озбиљну забринутост. Иако појава оваквих информација не представља новину, сложеност и размера њиховог утицаја је схваћена на озбиљан начин, па се информације које су пласиране са намером да подстакну разлике и појачају друштвене антагонизме, схваћене као „загађујуће“, односно, оваква појава назива се „информационим загађењем“.<sup>11</sup> Атмосфера креирана да се неистинитим или злонамерним информацијама(дезинформацијама) креира подршка и задобије поверење грађана, назива се информацијски поремећај.<sup>12</sup> Ове међусобно повезане појаве дефинишу се због потребе да се

---

<sup>10</sup> Исто, стр. 56.

<sup>11</sup> Израз „информационо загађење“ први пут је употребио Јакоб Нилсен 2003. г. како би описао безначајне, излишне, ничим тражене и безвредне информације. Видети: Вордл К., Деракшан Х., *нав. дело*, стр. 13.

<sup>12</sup> У извештају се критикује термин „лажне вести“ који је задобио ширу употребу, због тога што не описује на прави начин размере сложене појаве информационог загађења, као и због чињенице да су политичари широм света склони да користе овај израз како би описали рад новинских организација чије им се извештавање не свиђа. На тај начин овај израз постаје механизам помоћу кога моћници могу да притисну, заобиђу и избегну слободне медије. Исто, стр. 8. Бивши председник САД, Доналд Трамп је често у својим обраћањима званичне медије оптуживао за ширење лажних вести, па је за комуникацију са јавношћу бирао друштвене мреже, пре свега *Twitter*, али је ова друштвена мрежа јануара 2021., након нереда изазваних на седници Конгреса на којој је требало да буду потврђени резултати избора одржаних у новембру претходне године, а на којима је победу однео Џо Бајден, укинула налог Доналда Трампа. Образложење за суспензију, а затим и укидање налога било је „ризик од даљег подстицања на насиље“ након анализе

њиховим јасним препознавањем стане на пут медијским манипулацијама које битно утичу на формирање политичког мишљења, а самим тим и на стање демократских институција савремених држава. Да би се на „информационо загађење“ утицало у правцу његовог смањења, потребно је на тачан начин дефинисати информације које га изазивају. У тексту „Лажне вести. Компликовано је“, Клер Вордл објашњава да постоји седам врста нетачних, неистинитих информација и дезинформација. Она указује да у онлајн свету постоји читав спектар проблематичних информација и садржаја који могу створити информационо загађење, од сатире и пародије, које су по себи један вид уметности, али зависе од начина на који их публика тумачи, па до потпуно измишљених и фалсификованих садржаја, у пуном смислу те речи.<sup>13</sup> Оно што је важно за контекст разумевања и вредновања ових информација је пре свега и највише, извор из кога потичу. Будућност препознавања веродостојних информација наспрам неистинитих и нетачних биће у способности корисника медијских услуга да препознају извор из кога информација потиче, да тај извор провере и донесу свој суд о његовом квалитету упоређујући га са осталим изворима. Поставља се питање колико ће просечни корисник услуга бити заинтересован да предузме оволико корака како би дошао до веродостојне информације? Одговор на ово питање није једноставно дати, и због тога постоје покушаји да се на институционалном нивоу постигну неки помаци и предузму одређени кораци, кроз јасно дефинисање шта су дезинформације, шта су неистините информације, а шта злонамерне информације.<sup>14</sup> Поред тога чини се и читав низ покушаја да се у формално образовање уведе медијска писменост.

---

твитова које је објавио, а у којима је демонстранте који су упали у Конгрес назвао „патриотама“. [www.bbc.com](http://www.bbc.com), приступљено 24.11. 2021.

<sup>13</sup> Поред сатире или пародије, ту су и садржаји који доводе у заблуду, псеудо садржаји, измишљени садржаји, лажне везе, лажни контексти и изманипулисани садржаји. Вид.: Вордл К., Деракшан Х., *нав. дело*, стр. 19.

<sup>14</sup> Први тип чине нетачне, неистините информације (*mis-information*) које представљају лажне информације које се размењују без намере да наносе штету (нпр: ненамерна новинарска грешка). Други тип чине дезинформације (*dis-information*), лажне информације, намерно срочене и које се свесно размењују да би се нанела штета неком лицу, друштвеној групи, организацији или земљи (преварне информације). Најзад, трећи тип чине злоћудне (*mal-information*) информације, које су можда у ширем контексту и најопасније, јер представљају истините, веродостојне информације, информације засноване на чињеницама, али које се размењују са намером да се некоме нанесе штета. То се дешава најчешће тако што се информације које је требало да остану у сфери приватног, убацију у јавну сферу. Вид.: Вучковић, Ј., *Нека питања дигитализације медијских услуга*, Зборник радова: Услуге и владавина права, Крагујевац, 2021, стр. 527-528.



### 3. Веродостојност медијских услуга

Веродостојност је комплексан појам који се односи на све компоненте комуникацијског процеса, како на квалитет медијског садржаја (услуге), тако и на комуникаторе, репутацију медија и на све факторе који одређују комуникацијско понашање реципијента.<sup>15</sup>

Веродостојност је такав квалитет протока информација који би могли дефинисати као склад или идентитет медијских садржаја са информацијама које су прикупљене „на терену“ за медијски „обраду“, односно пласирање за медијску јавност.<sup>16</sup>

Објективност значи да је медијска информација која се емитује тачна, потпуна и истинита. Објективност нас води ка појму истинитости. Медијски садржаји су најчешће у сфери претпостављене истинитости. Људи се ослањају на претпостављену истинитост информација из медија. Они заправо верују (веродостојност) како одређена информација (став), самим тим што је исказана у формату вести или саопштења у информативном програму, одговара чињеничном стању.<sup>17</sup>

Према томе, веродостојност медија је поверење у медијске садржаје и зависи од јавног мњења, при чему је аудиторијум „чудна мешавина истине и неистине“.<sup>18</sup> Када говоримо о веродостојности медија, ми заправо постављамо питање да ли верујемо медијима.<sup>19</sup> У основи појма веродостојности је субјективно јавно мњење.

Јавна комуникација је убрзала све облике живота и претворила је комуникацију у неистину, привид и лаж, зато што је заснована на масовном јавном мњењу. Већина медија, да би обезбедила веродостојност, уместо давања тачних и контекстуално разјашњених информација, иде по сваку цену у корак са јавним мњењем или, боље речено, жеља јавности и њених пројекција, предрасуда, навика, очекивања и других атрибута које сама та јавност нескривено и транспарентно пласира преко различитих друштвених мрежа (платформи). То нарушава професионалност, односно принципе

---

<sup>15</sup> Куртић, Н., *Концептуализација истраживања*, Зборник радова: Вјеродостојност новина, Загреб, 2007, стр. 40.

<sup>16</sup> Удовичић, Р., *Вјеродостојност штампаних и електронских медија – теоретске и практичне дилеме са освртом на Босну и Херцеговину*, Зборник радова: Веродостојност медија - домети медијске транзиције, Београд, 2011, стр. 214.

<sup>17</sup> Вучковић, Ј., *Финансирање медија и објективност медијских садржаја- услуга*, Зборник радова: XXI век - век услуга и Услужног права, књ. 11, Крагујевац, 2020, стр. 147-158.

<sup>18</sup> Дамњановић, С., *Медиагоике (време филозофије и разоноде)*, Нови Сад, 2008, стр. 7.

<sup>19</sup> Маловић, С., *Вјерујемо ли новинама?*, Зборник радова: Вјеродостојност новина, Загреб, 2007, стр. 9.

професионалног понашања медија и медијске писмености,<sup>20</sup> а са друге стране, омогућава мерења, обраду, објављивање и злоупотребу медијских информација које се стављају у разне друге сврхе.

Т. Вауер сматра да је медијска веродостојност процена и евалуација медијског капацитета да испуни очекивања истините информације дата од обе стране, произвођача и потрошача, с обзиром на то да је та информација за кориснике релевантна материја.<sup>21</sup> Рад медија је веродостојан ако је транспарентан у методама рада, у селективним факторима, у кориштењу поверљивих извора, новости, у признавању грешака, али и ако постоји публицитет, актуелност и поузданост медијских садржаја.<sup>22</sup>

Медијска компанија која жели да добије на веродостојности (стандард поверења) мора претходно да се позабави остваривањем одређених етичких стандарда, економских стандарда, па и стандарда квалитета. Стандарди веродостојности обезбеђују спољну кредибилност медијске куће.<sup>23</sup> Ту можемо навести: потпуност информација (избегавати селекцију информација и избор чињеница по политичком или каквом другом парцијалном критеријуму, који је супротан слободи изражавања), затим разноврсност медијских информација (различити углови извештавања), транспарентност власништва (власничке структуре), транспарентност порекла (извора) информација, али само као право (не и обавеза) којим се у медијске садржаје уводе референтне и проверљиве информације, са позивом на изворе (референтна медијска информација која се не прикрива и не манипулише се њоме), најзад транспарентност начина финансирања, као и одговорност медија.

У теорији поједини аутори наводе различите стандарде веродостојности (Gaziano и McGrath, Bogart, Mayer и Kong – Hyub).<sup>24</sup> Све стандарде веродостојности можемо разврстати у неколико група. *Морални стандарди* веродостојности су: поштење, непристраност, вођење рачуна о људским интересима, вођење рачуна о јавном интересу и поштовање приватности. *Професионални стандарди* веродостојности су: свеобухватност (изношење целе истине), тачност, чињеничност, истинитост, непристраност, лакоћа употребе, ауторство или локализам, уравнотеженост, разликовање чињеница од коментара, количина вести, интерпретација, истраживачко новинарство, дубина истраживања, различитост садржаја, брзина и правременост. *Едукативни стандарди* су и друштвене претпоставке: вештине и обученост

---

<sup>20</sup> Томљеновић, Р., *Регулаторна тела за електронске медије и медијска писменост - Упоредна анализа најбољих европских пракси*, Council of Europe, 2018, стр. 18.

<sup>21</sup> Бауер, Т., *Вјеродостојност медија – друштвени капитал медијског друштва*, Зборник радова: Вјеродостојност новина, Загреб, 2007, стр. 21-39.

<sup>22</sup> Бауер Т., *Медији за отворено друштво*, Загреб, 2007, стр. 32.

<sup>23</sup> Исто, стр. 31.

<sup>24</sup> Брагуловић М., *Методологија истраживања веродостојности медија*, Зборник радова: Вјеродостојност новина, Загреб, 2007, стр. 70.

новинара, снага уредника, ауторитет и утицај на заједницу и релевантност информације (близина).<sup>25</sup>

Сви ови стандарди су утемељени на независности медија од сваке идеологије, као и на слободи мисли и изражавања.

#### **4. Медијска писменост као пут до веродостојне медијске услуге**

Појава писма и писмености значио је почетак процеса комуникације а у том контексту и самих медија. Међутим, савремено доба електронских и касније дигиталних медија (бројне медијске платформе) захтева проширење појма писмености и на разне вештине и компетенције помоћу којих се врши проналажење, бирање, анализирање, вредновање и складиштење информација али и њихова употреба и производња.<sup>26</sup>

Повећање извора информација захтева повећану способност осетљивости и другачију перцепцију на медијске информације и садржаје. Чињеница је да медији конструишу стварност и да имају различите комерцијалне, идеолошке, социјалне и политичке импликације.

Концепт савремене медијске писмености интегрише традиционалну писменост (способност читања, писања и разумевања) са „новим“ вештинама које су дошле с новим медијима. Сматрамо да то и нису сасвим нове вештине јер се тичу индивидуалних медијских компетенција, само су данас у условима глобалне медијске индоктринације посебно наглашене и нужне.

Медијска писменост је такав приступ медијским услугама (садржајима) који омогућава да се медијске информације анализирају, дешифрирају и критички вреднују али и произведу, чиме се постиже аутономност, њихово естетско разумевање и „преузимање контроле“ у новом медијском окружењу.<sup>27</sup> Данас живимо у другачијем глобалном окружењу, које значи умножавање нових медија и комуникационих платформи, које су промениле наше навике и начин на који конзумирамо медијске услуге. Због тога медијска писменост доприноси свесном и независном индивидуалном али и општем развоју информационог друштва у новом комуникационом окружењу.

Нови медији стварају још један аспект медијске писмености а то је и способност да се осмисли и произведе медијски садржај. Према томе, медијска писменост се односи не само на конзумирање медијских услуга већ и на њихову продукцију.

---

<sup>25</sup> Удовичић Р., *нав. дело*, стр. 221.

<sup>26</sup> Томљеновић Р., *нав. дело* стр. 18.

<sup>27</sup> Aufderheide P. (1993). *Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington: Aspen Institut, <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>, приступљено 21.11. 2021.

Суштинско питање је која су то знања и које су то вештине које нас „описмењавају“, односно доводе до медијске писмености. Оне се свакако стичу путем медијског образовања.

Медијска писменост обухвата и интегрише релативно широки спектар знања и вештина, као што су најпре техничке вештине за коришћење медијских уређаја и платформи, интерпретативне вештине (вештине тумачења) и културне вештине, односно стављање одређеног садржаја или информације у културни контекст и контекст друштвене, политичке и историјске интеракције, као и разумевање законитости и принципа медијске индустрије.

Међутим, све је то базирано на индивидуалним критичким и аналитичким компетенцијама, али и способности да се парцијални закључци синтетишу у ширу слику и интегрални контекст. Критичко разумевање је кључна способност у вредновању медијских садржаја у односима између појединца и медија. Међутим, за критичку процену потребна је познавање ширег друштвеног, културног, економског, политичког и историјског контекста у коме је одређени медијски садржај произведен (тзв. „контекстуализација“).<sup>28</sup>

Наравно да те индивидуалне компетенције критичног разумевања не могу да функционишу без доступних, довољних и релевантних информација (медијски плурализам). Због тога слобода медија и одговорност медија (од којих се очекује да емитују поуздане информације) јесу кључни спољни фактори који утиче на медијску писменост. Према томе, медијска писменост зависи од веродостојних информација али и *vice versa*, истовремено филтрирањем и критичком селекцијом доводи до веродостојних медијских садржаја.

## 5. Закључак

Питање веродостојности медијских садржаја-услуга које се пружају на медијском тржишту, једно је од централних питања савременог медијског права. Без постојања уверења (вере) корисника ових услуга у квалитет, односно истинитост и потпуност информација које им се на тржишту услуга нуде, нема ни веродостојних медија. Уназад деценију овог века, дошло је до трансформације начина на који се информације пласирају и долазе до крајњих корисника (реципијената). Информације су део сложеног процеса тржишног функционисања у коме се велике мултинационалне компаније (власници медија) труде да остваре што већи профит. У трци за профитом, провера истинитости информације је у другом плану наспрам намере да се у овој двосмерној комуникацији пружалац услуге доведе у што повољнији финансијски положај, док је корисник услуге заинтересован да је добије по што

---

<sup>28</sup> Исто, стр. 23.

мањој цени. Међутим, поставља се питање да ли овај тржишни елемент „кретања“ информације може и сме бити једини критеријум савременог функционисања медијског простора? Медији у савременом друштву поред улоге да информишу и забаве, имају и важну улогу да преиспитују, критикују и доприносе очувању демократичности политичких институција и негују културу различитости и толеранције. Они морају остати „пси чувари“ демократије као поретка и система вредности који она са собом носи. Без слободних и разноврсних медија, нема ни слободног друштва и слободног појединца. Дигитализација медија и развој технологије довели су до тога да уместо пораста медијског диверзитета и разноврсности извора информација, информисање грађана буде остваривано кроз добијање информација из истог центра, и то кроз анализу њиховог понашања у виртуелном простору. Све ово изискује већи степен одговорности и на страни медија, и на страни грађана. Медији као пружаоци медијских услуга требало би да се руководе стандардима веродостојности приликом пласирања информације, односно, требало би да обезбеде потпуност информација, што значи да избегавају селекцију информација и избор чињеница по политичком или било каквом другом парцијалном критеријуму који је супротан слободи изражавања. Затим, требало би да омогуће разноврсност медијских информација кроз различите углове извештавања, обезбеде транспарентност власничке структуре и извора информисања, као и транспарентност извора финансирања. Све ово повећало би њихову одговорност и довело до пораста поверења у медије и њихове садржаје. Са своје стране, грађани, као корисници медијских услуга, требало би да јачају своје компетенције у правцу анализе, дешифровања и критичког вредновања информација, односно, разумевања и вредновања извора информација. То се постиже јачањем медијске писмености кроз систем медијског образовања које би требало да постане део обавезног формалног образовања. Развијена друштва не препуштају појединцима да се самостално брину и несистематски сналазе у стицању ових знања, него подстичу различите друштвене стратегије медијског описмењавања, које доприноси да медији буду схваћени на добар начин, без стереотипа, и кроз прихватање у друштву које их пажљиво и критички посматра. То је једини пут који у перспективи може довести до квалитативног превазилажења појаве „информационог загађења“ и препознавања и разумевања појма информацијског поремећаја (неистинитих информација, дезинформација и злонамерних информација), са циљем очувања основних и темелних вредности једног друштва које познаје, признаје и прихвата различитости.

*Jelena Vučković, Ph.D., Associate Professor  
Faculty of Law, University of Kragujevac*

## **AUTHENTICATION OF MEDIA CONTENT - SERVICES ON THE INTERNET**

### ***Summary***

*Freedom of speech, or freedom of expression of opinion, is one of the oldest human rights guaranteed by the highest legal acts of states as well as international documents. By developing technology, the ability to receive, give, and dissemination information in the form of words, images, or sounds, gains unheard proportions and the rate of information flow is continuously increasing. The question is how citizens, as users of these services, have the ability to freely form and express their opinions in a sea of information that comes from different sources, verified and unverified. The emergence of social media has led to the consumption of media content becoming public. The quantity of these content is evident, but not their quality. What at first glance looks like freedom, due to its wide range of possibilities for broadcasting and information placement, is turning into its own opposite in an era of incomplete, inaccurate or unverified information. The notion of "information pollution" that has emerged in theory since 2003 has been used as a way to reduce pollution. To describe insignificant, leaked and worthless information, it now manifests itself as an information disorder, whose consequences are visible in the most important spheres of the functioning of society, such as elections, and therefore the formation of all other political institutions. Hence, the introduction of a value dimension into the information system, through defining the notion of the credibility of media content and maintaining the standards of its recognition, can be understood as a condition of all conditions for preserving modern democratic institutions. In this sense, media literacy should be introduced as a compulsory part of formal education, with the aim of encouraging critical thinking and continuous rethinking of imposed values. The ability to recognize the authenticity of information becomes a demand of the modern age. Media service providers have a responsibility to preserve the value system of modern society, which is collapsing with a flood of fake news.*

**Key words:** *freedom of expression, credibility of media services, media literacy, information disorder, fake news.*