Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka,
Podgorica, Crna Gora

DOI 10.5937/kultura1236312R

UDK 659.4:551.1/4

pregledni rad

ISTINA – ŽRTVA PR-A U KRIZNIM SITUACIJAMA

Sažetak: *Ovaj rad razmatra protivrječivu funkciju PR-a koja posebno dolazi do izražaja u kriznim situacijama. S jedne strane, od PR menadžera se očekuje da bude lojalan prema kompaniji u kojoj radi, a s druge da misli o javnom interesu. Da li je moguće u takvim uslovima od pi ar-ovaca očekivati istinu i etičnost? Krizne situacije pokazuju da je to gotovo neizvodljivo. Najbolji dokaz tome je tragedija u Japanu koja potvrđuje floskulu da istina postaje žrtva PR-a u kriznim situacijama.*

Ključne riječi: *odnosi s javnošću, propaganda, dezinformacija, krizne situacije*

Uvod

Mediji nas svakodnevno informišu o različitim kriznim situacijama širom svijeta. Nema sumnje da krizne situacije imaju informativnu vrijednost i predstavljaju javni interes; zbog toga prirodne katastrofe, zločini, demonstracije, teroristički napadi, ratovi su dio sadržaja medija bez obzira na uređivačku politiku.

Šta mediji podrazumjevaju pod kriznim situacijama? Zapravo, to je izvještavanje o događajima u kojima su ugroženi ljudski životi i nepokretna ili pokretna imovina.¹

Postoje različite klasifikacije kriznih situacija. Najpotpuniju je ponudio Timoti Kombs (Timothy Coombs), koji je podjelio krizne situacije na: prirodne katastrofe, krize izazvane zlom namjerom, usljed tehničkog propusta, kao rezultat ljudskog

¹ Barović V., Teorijska i praktična obuka novinara za izvještavanje iz kriznih situacija, u: *Verodostojnost medija – dometi medijske tranzicije*, priredio Veljanovski R., Beograd 2011, str. 347.

faktora, megaštetne ili opasne, izazvane prijetnjama, akcijom organizacije, nasiljem na radnom mjestu i krize uzrokovane glasinama.²

Kada je riječ o kriznim situacijama, postoje određene dileme. Da li smo zaista informisani o kriznim situacijama i u kojoj mjeri? Na osnovu kojih kriterijuma se urednici odlučuju za izvještavanje? Da li nas mediji objektivno informišu ili senzacionalističkim izvještavanjem stvaraju moralnu paniku³ u društvu? Termin „moralna panika“ uveo je britanski sociolog Džok Jang (Jock Young) 1971. godine. On je dokazao da senzacionalističkim izvještavanjem o pojedinačnim tragedijama mediji mogu preuveličati neke pojave u društvu.

Još jedna u nizu dilema se sastoji u tome da pretjerana informisanost često vodi u dezinformisanost, koja može biti naročito opasna u periodu kriznih situacija. Fransis Bal (Francis Balle) objašnjava da su informacije koje dolaze do nas višestruko isfiltrirane, tako da ne možemo govoriti da imamo realnu sliku o nekom događaju.⁴ Osim toga, novinar nam nameće svoj subjektivni stav što takođe rezultira dezinformacijom. Iz tih razloga Bal smatra da se, pored izobilja informacija, treba zamisliti i nad njihovom istinitošću.

Danas, značajna uloga u dezinformisanju društva pripada internetu. Štefan Rus Mol i Ana Jugoslava Zagorac Keršer (Stephan Rus Mohl, Ana Zagorac) ukazuju na negativne aspekte interneta: „U principu, internet nije ništa drugo nego jedan kanal za distribuciju informacija.

Tamo svako može da plasira „poluistine“, a moguće je da se one prošire i da ih kasnije, tako neprovjerene, preuzme i štampa u strahu da ne zakasni za konkurencijom.“⁵

Neki teoretičari smatraju da su krizne situacije isuviše zastupljene u medijima koji grade rejting ili podižu tiraž na ovakvoj vrsti informacija. Akiba Kohen i Čarls Banc (Akiba Cohen, Charles Bantz) još 1984. godine, proučavajući televizijske vijesti iz SAD-a, Zapadne Njemačke, Britanije, južne Afrike i Izraela, došli su do zaključka da su tri četvrtine svih članaka posvećeni važnim pitanjima iz oblasti politike, ekonomije i prava. Ali su pri tome ukazali i na činjenicu da mediji više izvještavaju o katastrofama, nego o problemima životne okoline, zdravlja,

2 Perinić J., Odnosi s javnošću u kriznim situacijama, *Mioko* br. 4, Novi Sad 2009, str. 53.

3 Kenet Tompson smatra da dolazi do stvaranja moralne panike zbog ogromne količine negativnih informacija.

4 Fransis B., *Moć medija*, Beograd 1997, str. 53.

5 Mol Š. i Keršer Zagorac A., *Novinarstvo*, Beograd 2005, str. 159.

obrazovanja, imigracije. Teoretičari takođe optužuju medije za senzacionalističko izvještavanje o pojedinim kriznim situacijama uzrokovanim ljudskim faktorom poput saobraćajnih nesreća ili zločina koji dovode do kršenja prava na privatnost i prava na dostojanstvenu smrt.

Zadatak medija u kriznim situacijama je da informišu i na vrijeme upozore javnost na neku opasnost, a od novinara se očekuje da poštuje profesionalne standarde. Međutim, postavlja se pitanje da li je moguće profesionalno obavljati svoj posao u uslovima kada je zabranjen pristup podacima i novinari ne znaju pravo stanje stvari? Mada, Zakon o slobodnom pristupu informacijama garantuje novinarima uvid u dokumenta i nesmetano obavljanje posla, praksa u zemljama sa niskim stepenom medijskih sloboda pokazuje da neka pravila za novinare još uvijek postoje samo na papiru. I dok se novinari žale da ih ometaju u profesionalnom obavljanju posla, teoretičari kritikuju medije koji su stvorili negativan imidž o sebi senzacionalističkim izvještavanjem o krizama. Mediji od kriznih situacija prave medijski spektakl i pojednostavljaju događaje jer se uglavnom fokusiraju na žrtve i materijalnu štetu, a sama pozadina događaja je često zanemarena. Savremeni mediji prilikom izvještavanja uglavnom ne odgovaraju na pitanje zašto se nešto dogodilo.

Medijski spektakl je doveo do relativno novog trenda „disaster turizma“, odnosno turistički aranžmani u okviru kojih se nudi posjeta ratne zone ili opasnih mjesta. Kao, na primjer, obilazak Černobila za 100 eura.

Istina i kriza

Prema Kombsu krize mogu uticati na javnu bezbjednost, izazvati finansijski gubitak, i što je najznačajnije dovesti do pada ugleda države, odnosno kompanije. Upravo iz tog razloga mnoge kompanije, a ponekad i države, sakrivaju istinu i ne obavještavaju javnost o nekom zbivanju. Prisjetimo se Černobila. Kada je 26. aprila 1986. godine došlo do eksplozije na četvrtom reaktoru, sovjetska vlada, vodeći računa prvenstveno o imidžu zemlje, niti je obavjestila domaću i svjetsku javnost o događaju niti o tome da je situacija izašla van kontrole i da je nivo radijacije povećan. I tek kada je radijacija stigla do Švedske i agencija *Tidningarnas Telegrambyra* upozorila čitavu Evropu, Sovjeti su priznali havariju na nuklearnoj elektrani i da se talas radijacije širi.

U cilju prevazilaženja kriza i informisanja javnosti, država, odnosno kompanija počinje pribjegavati pomoći stručnjaka za

odnose s javnošću.⁶ Odnosi s javnošću, kao relativno nova profesija, teže ka ostvarivanju nekoliko ciljeva: upravljanje komunikacijom, uspostavljanje odnosa između organizacije i javnosti koji se temelje na razumjevanju i povjerenju, kao i upravljanje imidžom. Pri čemu treba razlikovati pojmove portparol i PR menadžer. Funkcija portparola sastoji se u iznošenju stavova institucije u kojoj radi. Portparoli su dio PR-sektora, dok PR menadžeri osmišljaju strategiju i način komunikacije sa javnošću. PR menadžeri se bave i kriznim menadžmentom, odnosno upravljaju reputacijom institucije. Do razvoja poslovnog PR-a došlo je tek nakon Drugog svjetskog rata. Danas govorimo i o novoj pojavi – *spin doctorima*, odnosno „PR- konsultantima“.

Kao što je već pomenuto, posao stručnjaka za odnose s javnošću se sastoji u uspostavljanju dobre komunikacije sa javnošću uglavnom putem medija. Stoga ne treba da čudi što sve veći broj poslodavaca za posao PR menadžera angažuje upravo novinare. U kriznim situacijama predstavnik za odnose s javnošću kompanije ili državnih institucija dužan je da komunicira s novinarima i pruži im tačnu informaciju. Novinari i PR menadžeri zavise jedni od drugih. Ali se dešava da PR menadžeri vide novinare kao neprijatelje i ne daju uvijek potpunu informaciju. U isto vrijeme, PR se, često s razlogom, doživljava od strane kritičara kao negativna pojava, koja ima za cilj maskiranje prljavih poslova. Patricija Parsons (Patricia Parsons) savjetuje da se odnosi s medijima moraju bazirati na principima: „poštenja i tačnosti, razboritosti, susretljivosti i poštovanja“⁷.

Krizne situacije su zbog nepristupačnosti informacija pogodne za širenje teorija zavjere. Navešćemo primjere. Kada je 2000. godine potonula podmornica Kursk, ruski mediji su objavili da je Kursk pogodila američka podmornica, što je dovelo do pogibije 118 članova posade. Međutim, ova situacija je zataškana jer su SAD, navodno, oprostile Rusiji dug od 10 milijardi dolara.⁸ Kada je zemljotres pogodio Haiti 2010. godine, brojni mediji su tvrdili da američka laboratorija na Aljasci sistemom HAARP izaziva prirodne katastrofe.⁹ Zemljotres koji je uzrokovao cunami u Japanu 2011. godine takođe se pripisuje Amerikancima. Da li su ove teorije zavjere opravdane? Da li predstavljaju anti-američku propagandu ili su rezultat senzacionalističkih natpisa

6 Prvi predstavnici za odnose s javnošću pojavili su se tokom Prvog svjetskog rata i pobuna od strane britanskih oružanih snaga.

7 Tench R. i Yeomans L., *Otkrivanje odnosa s javnošću*, Zagreb 2009, str. 322.

8 Гладиллин И., „Курск“ был все-таки потоплен „Мемфисом“?, Newsland, 29.12.2011, 01.05.2012, <http://www.newsland.ru/news/detail/id/854355/>

9 Srna, Venecuelanska televizija: SAD krive za zemljotres, Blic, 22.01.2010, 15.05.2012, <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/173460/Venecuelanska-televizija-SAD-krive-za-zemljotres>

medija? Teško je odgovoriti na ova pitanja kada nemate tačnu informaciju. Ipak, nema sumnje da mediji podgrijevaju teorije zavjere i upravo iz tog razloga postaju predmet kritike jer ne doprinose edukaciji stanovništva, već plasiranjem glasina i netačnih informacija mogu navesti javnost na pogrešan zaključak. Teoriji zavjere doprinose i PR menadžeri koji ne osmisle strategiju u najvažnijih 24 časa. Enriko Kvaranteli (Enrico Quarantelli) poredi krizni menadžment sa vojnom strategijom, dok Kombs upozorava na negativne posljedice krize ukoliko se njome ne bude upravljalo.

Mada, teoretičari gotovo ne prave razliku između *public relations* i propagande,¹⁰ ipak dezinformisanje i selekcija informacije predstavljaju propagandu, a takvim sredstvima se služi i PR. Filip Breton (Philippe Breton) definiše dezinformaciju kao „oružje u ratnim uslovima koje se koristi samo ako je neophodno, i to nevoljno“¹¹. Džejms Gruning i Tod Hant (James Gruning, Todd Hunt) smatraju da: „Odnosi s javnošću služe funkciji propagande u modelu agencije za medije, odnosno publiciteta. Praktičari odnosa s javnošću šire vjeru u organizaciju o kojoj je riječ, često putem nepotpunih, iskrivljenih ili poluistinitih informacija“¹². Na taj način floskula „istina je prva žrtva rata“ primjenljiva je i na odnose s javnošću – „istina – prva žrtva PR-a u kriznim situacijama“.

Tenč Ralf i Jeomans Liz (Tench Ralph, Yeomans Liz) tvrde da izostavljanjem ključnih informacija za razumjevanje događaja PR menadžeri mogu manipulirati medijima. Kakva je onda razlika između manipulacije i PR u kriznim situacijama? U suštini, služe se istim metodama. „Manipulativni PR, odnosno manipulativni aspekti u djelovanju PR-a, koriste se poznavanjem medija, a često i njihovim slabostima i manipulacijama kako bi ostvarili zacrtani cilj, odnosno izborili se za publicitet. Takav način djelovanja blizak je propagandnom djelovanju i često je na rubu etičnosti.“¹³ Breton govori da je organizovana laž jedna od strategija u manipulaciji. I ukoliko predstavnik odnosa s javnošću radi to svjesno, jasno je da je riječ o kršenju etičkog kodeksa. Mada, imajući u vidu način poslovanja medija, razumljivo je da u nekim situacijama ne treba reći svu istinu.

Majkl Fau i Hua Hsin Van (Michael Pfau, Hua Hsin Wan) doživljavaju odnose s javnošću kao „oblik strateške komunikacije

10 Propaganda se više vezuje za rat ili politiku.

11 Breton F., *Izmanipulisana reč*, Beograd 2000, str. 16.

12 Tench R. i Yeomans L., *Otkrivanje odnosa s javnošću*, Zagreb 2009, str. 287.

13 Skoko B., *Mediji i odnosi s javnošću – međusobna potpora ili prijetnja*, u: *Uvod u medije*, priredio Peruško Z., Zagreb 2011, str. 329.

u kojem integralnu ulogu igra uvjeravanje¹⁴. Poznato je da se za vrijeme ratova angažuju privatne PR kompanije, koje se bave ratnom propagandom i manipulišu javnošću sa ciljem uvjeravanja i opravdanja ratnih dejstava. Tako Mihail Kunčik i Astrid Zipfel (Michael Kunzick i Astrid Zipfel) navode primjer rata u Iraku, kada je Pentagon angažovao privatnu PR kompaniju *Rendon group* koja bi ubjedila javnost u neophodnost rata. Brojne vojne operacije SAD su se opravdavale PR-om Bijelog doma, koji je tvrdio da u Iraku postoji nuklearno oružje i da je neophodno zaštititi cijelu planetu u ime demokratije.

U savremenom društvu smo takođe svakodnevno izloženi različitim dezinformacijama i manipulacijama. Filip Seib, Keti Fitzpatrick (Phillip Seib, Kathy Fitzpatrick) savjetuju PR menadžerima da razmisle o četiri kategorije dužnosti:

prema sebi,
prema klijentu ili organizaciji,
prema profesiji,
prema društvu.¹⁵

Dužnost prema klijentu ili organizaciji ne oslobađa predstavnika odnosa s javnošću odgovornosti kada je u pitanju javni interes. Odnosno, treba razmisliti da li možemo nanjeti društvu štetu lažima ili prećutkivanjem neke vrste informacija? Jasno je da pi ar-ovac ima za cilj da štiti interese kompanije, ali da li to znači da ima pravo da laže javnost? Odgovor je jednostavan, jer svaki predstavnik odnosa s javnošću je dužan da se pridržava kodeksa profesionalne etike.

Tenč Ralf i Jeomans Liz smatraju da je moguće upravljati kriznom situacijom pridržavajući se sljedećih pravila:

definisati problem,
kontrolisati tok informacija,
osloboditi tim za upravljanje kriznom situacijom svakodnevnih obaveza,
planirati najgori scenario,
osloniti se na tim, a ne na pojedinca,
ne „ratovati“ sa medijima, NVO sektorom,
shvatiti šta mediji žele,
imati u vidu interese svih uticajnih grupa,

14 Tench R. i Yeomans L., *Otkrivanje odnosa s javnošću*, Zagreb 2009, str. 288.

15 Ibid., str. 317.

ograničiti problem,

prepoznati vrijednosti kratkoročne žrtve.¹⁶

Krizne situacije ipak potvrđuju da se teorija u praksi ne poštuje. Kao dokaz navešću zemljotres i cunami u Japanu. Nakon katastrofe koja je zadesila Japan, oči širom svijeta su bile usmjerene ka nuklearnoj elektrani Fukušima. Prošla je godina dana, a tragedija i dalje privlači pažnju. Otkrivaju se nepoznati detalji i postavlja se pitanje, da li smo zaista obavješteni o posljedicama nuklearne katastrofe u Japanu? Da li je u takvim uslovima neophodno dezinformisati stanovništvo ili se moramo prije svega prisjetiti dužnosti PR menadžera i misliti na posljedice?

Prve sate nakon tragedije PR centar TEPCO zbunjivao je javnost svojom informacijom jer na pitanja novinara „šta se dogodilo“ predstavnici kompanije nisu razumljivo odgovarali, što je dalo prostora za špekulacije. Stoga je japanska vlada odlučila da preuzme ulogu portparola u ime kompanije.¹⁷ Zbog protivvrježive informacije koja je kružila, japanski zvaničnici ipak nisu mogli zaustaviti širenje glasina. Tako se pojavila još jedna u nizu teorija zavjere.

Osim toga, japanska vlada takođe nije bila raspoložena da govori istinu. Na pres konferencijama predsjednik kompanije za električnu energiju TEPCO Yukio Edano (Yukio Edano) uvjeravao je javnost: „Nije došlo do topljenja nuklearnog jezgra. Bila je to nepredvidljiva katastrofa“¹⁸. Kasnije se ispostavilo da je topljenje bilo u toku dok je Edano govorio. Putem portparola i japanska vlada i kompanija TEPCO su tvrdili da je situacija pod kontrolom. Međutim, istraživanja su pokazala da su Japanci sakrivali istinu. Na primjer, nisu odmah obavjestili javnost da je ogromna količina radioaktivne vode iscurila iz nuklearke i završila u okeanu. Istraživanje *Independenta* je potvrdilo pretpostavku da je zemljotres, a ne cunami izazvao nestanak električne energije i doveo do prestanka hlađenja reaktora. Nakon određenog vremena otkriveno je da su mnogi stručnjaci upozoravali da rad nuklearne elektrane nije bezbjedan. Tako se Kei Sugaoka još 2000. godine obratio pismenim putem japanskoj vladi i upozorio da su na nuklearnoj elektrani ozbiljno oštećeni uređaji. Autor knjige „Tepko, imperija tame“ Kacunobu Onda (Katsunobu Onda) takođe piše da su reaktori zastarjeli. U toku istraživanja

16 Tench R. i Yeomans L., *Otkrivanje odnosa s javnošću*, Zagreb 2009, str. 448, 449.

17 Obe M. i Sekiguchi T., Tokyo takes over PR from plant operator, *The Wall street journal*, 23.04. 2011, 25.04.2012, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703387904576278511723462094.html>

18 Eksplozivna istina iza Fukušime, *Politika*, 18.08.2011, 20.04.2012, <http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Eksplozivna-istina-iza-Fukusime.lt.html>

Independenta otkriveni su novi podaci u vezi više navedenog. Tako devet dana prije tragedije, Agencija za bezbjednost nuklearne industrije je naredila kompaniji da prekontrolirše ključne dijelove opreme elektrane. Kompanija TEPCO je trebalo da podnese izvještaj o radu, što nije učinjeno. Sama kompanija je kasnije priznala da su još 2002. godine skrivali podatke o pukotinama na cijevima za cirkulaciju. Iako su Japanci od prvih dana ubjeđivali da je situacija pod kontrolom, novinari su tek nakon osam mjeseci dobili mogućnost da snime nuklearku. Japanci su kontrolisali informaciju, ali nisu „ratovali“ sa medijima, niti su žrtvovali svoje stanovništvo zarad dobre reputacije zemlje kao što je to urađeno u Černobilu. Usljed povećane radijacije stanovništvo je evakuisano u prečniku od 30 kilometara od Fukušime. Građani Japana su bili dobro informisani o kontaminiranim namirnicima putem sajta Ministarstva zdravlja i ribarstva. Osim toga, sami građani su pomoću gajgerovih brojača mjerili nivo radijacije i objavljivali podatke na društvenim mrežama.¹⁹ Ovo je jedna od pozitivnih uloga interneta koji ostavlja mogućnosti za informisanje građana, a ne samo širenje glasina.

Teoretičari Majk Sejmur i Sajmon Mur (Mike Seymour, Simon Moore) ukazuju na mane širenja glasina u kriznim situacijama.

1. Glasine su uvijek privlačnije od činjenica;
2. Tišinu će uvijek popuniti glasine i nagađanja.
3. U svakoj kompaniji u kojoj ima više od 10 zaposlenih uvijek će kružiti niz glasina. Glasine mogu pogoršati situaciju, stoga je za dobrobit kompanije poželjna saradnja sa medijima. Vrijeme je pokazalo da u pomenutoj kriznoj situaciji strategija u kriznom menadžmentu nije bila dobro razrađena. Ekspert za krizne situacije, Piter Sandman (Peter Sandman) je ubjeđen da ljude treba obavjestiti o posljedicama krize i ne opravdavati se težnjom da se ne izazove panika. Dobra informisanost građana neće ostaviti prostora za špekulacije. On smatra da se najveća greška japanske vlade ogledala u tome što nisu pokušali da odgovore na dva krucijalna pitanja. Šta očekuju i koji je najgori mogući scenario? Bivši glavni menadžer za bezbjednost Fukušime Turu Hasuike (Tooru Hasuike) optužio je kompaniju TEPCO i japansku vladu, koji su, po njegovom mišljenju, plasirali u javnost „mnogo objašnjenja koja nemaju smisla. Nisu pružili jednu stvar – istinu. Vreme je da to učine“²⁰. Iako TEPCO i dalje

19 Iskustva japanskih građana: Sami mjere nivo radijacije, Analitika, 07.06.2011, 12.05.2012, <http://www.portalanalitika.me/region-svijet/svijet/28701-iskustva-japanskih-graana-sami-mjere-nivo-radijacije.html>

20 Eksplozivna istina iza Fukušime, Politika, 18.08.2011, 20.04.2012, URL: <http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Eksplozivna-istina-iza-Fukusime.lt.html>

uvjerava da je situacija pod kontrolom, u prvoj polovini 2011. godine kompaniju je napustilo 460 zaposlenih.²¹

Glavno pitanje koje je interesovalo stanovnike širom svijeta su posljedice katastrofe. Upravo nedostatak informacije je uzrokovao različite senzacionalističke natpise na portalima, otkrivanja teorija zavjere. Mediji su pravili poređenje sa Černobilom. Ljudi su, prisjećajući se Černobila, kupovali tablete joda pokušavajući da se zaštite na takav način.

Stručnjaci su tvrdili da je radijacija u Fukušimi deset puta manja od Černobila. A već narednog dana nakon tragedije na različitim internet portalima se pojavila protivrječiva informacija „Fukušima kao Černobil“, „Fukušima daleko od Černobila“.

Poučeni sopstvenim iskustvom sa nuklearnom katastrofom, ruski i ukrajinski mediji su bili podjeljeni oko situacije sa Fukušimom. Ali većina je pisala o tome da je katastrofa u Japanu bila mnogo jača od Černobila i sa većim posljedicama. I dok su stručnjaci bili oprezni u komentarima, na internetu su se mogli naći članci u kojima su izloženi argumenti o tome da je havarija na Fukušimi veća od černobilske. Inženjer termodinamike Natalija Mironova (Наталья Миронова) navodi da je na Fukušimi došlo do povrede četiri reaktora, a ne jednog kao u slučaju Černobila, radioaktivna voda koja je dospjela u okean takođe će nanjeti nepopravljivu štetu. Osim toga, gustina naseljenosti teritorije oko nuklearnog reaktora je veća u Japanu, nego u Ukrajini.²² Ruski mediji pišu da MAGATE ne govori istinu jer je šef MAGATE Japanac Jukijo Amano (Yukio Amano). Japanski zvaničnici i MAGATE²³ su u početku tvrdili da je poređenje sa Černobilom neumjesno. Parirajući, ruski mediji postavljaju pitanje, zašto je onda na Fukušimi proglašen sedmi stepen opasnosti kao na Černobilu. Nakon dva mjeseca, list *Известия* je objavio izjavu japanskih predstavnika koji su potvrdili da je nivo radijacije u pojedinim regionima oko Fukušime isti kao u Černobilu.²⁴

U prvim danima tragedije manipulisalo se osjećanjima javnosti. Mediji su dosta pažnje posvetili radnicima koji su sanirali

21 TEPCO workers quitting due to threats, sense of despair, Japan Today, 06.04.2012, 30.04.2012, <http://www.japantoday.com/category/national/view/tepc-workers-quitting-due-to-threats-sense-of-despair>

22 Ruska naučnica: Katastrofa u Fukušimi gora od one u Černobilu, Analitika, 02.04.2011, 01.06.2012, <http://www.portalanalitika.me/region-svijet/svijet/23566-ruska-naunica-katastrofa-u-fukušimi-gora-odone-u-ernobilu.html>

23 Međunarodna agencija za atomsku energiju.

24 Япония подтвердила, что Фукусима страшнее Чернобыля, Известия, 26.05.2011, 01.05.2012, <http://www.izvestia.com.ua/ru/news/7102>

posljedice na Fukušimi, s pravom ih nazivajući herojima. Osim teorija zavjere, društvene mreže su dale mogućnost komentiranja situacije oko Fukušime od strane radnika. S obzirom da radnik nije pružio novu informaciju, već je isključivo govorio o heroizmu, ovaj postupak je djelovao kao dio PR strategije. Tako je evakuisani radnik sa nuklearne elektrane „Fukušima 2“ napisao u svom blogu: „Ljudi koji rade na elektrani se bore i ne dezertiraju. Sada mogu samo da se molim za njihovu bezbjednost. Molim Vas ne zaboravite da ljudi rade da bi zaštitili druge ljude po cijenu sopstvenog života“²⁵.

Dezinformaciju i selekciju informacije su koristili i političari. Tako je japanski poslanik Jasuhiro Sonoda (Yasuhiro Sonoda) na pres konferenciji popio čašu vode iz Fukušime da bi dokazao novinarima da je nivo radijacije snižen i da je voda sa nuklearne elektrane pročišćena.²⁶ Ovo apsolutno ništa ne dokazuje, ako uzmemo u obzir činjenicu da je na paradu prvog maja sekretar komiteta Komunističke partije Kijeva poveo svoju unuku kao dokaz da se ništa strašno nije desilo, dok građani još uvijek nisu bili informisani o pravoj dimenziji katastrofe i šteti po njihovo zdravlje. Zamjenik direktora Černobilske nuklearne elektrane Aleksandar Kovalenko (Александр Коваленко) u jednom od intervjua je izjavio da je iskustvo havarija na nuklearnim elektranama pokazalo da se vlast uvijek trudi da predstavi situaciju boljom nego što jeste. I za vrijeme Fukušime izreka „ublažiti i uljepšati situaciju“ je našla svoju potvrdu. Prema riječima Kovalenko, u takvim situacijama vlast se trudi da tragediju pretvori u pobjedu. Tragedija u Japanu nije bila izuzetak. Kao i u slučaju Černobila, više se pričalo o herojstvu radnika, što je nesumnjivo imalo informativnu vrijednost, nego o posljedicama same katastrofe.

Upravo zbog toga, iskustvo je potvrdilo neophodnost stvaranja „informacionog Boga“, koji bi ljudima pružao objektivnu informaciju. Svaka organizacija u ekstremnim situacijama pokušava da se opravda i to izaziva nepovjerenje u bilo koju vrstu informacije.²⁷

Piter Vilkinson (Peter Wilkinson) smatra da je u ovakvim situacijama neophodno:

jako rukovodstvo,

25 Фукусима: Япония благодарна героям –рабочим, Newsland, 26.03.2011, 01.05.2012, <http://www.newsland.ru/news/detail/id/663831/>

26 McCurry J., Japanese MP drinks Fukushima water under pressure from journalist, Guardian, 01.11.2011, 28.04.2012, <http://www.guardian.co.uk/world/2011/nov/01/japanese-mp-drinks-water-fukushima>

27 От Чернобыля до Фукусимы. Есть ли что скрывать, Интерфакс, 23.03.2011, 25.05.2012, <http://www.interfax.ru/txt.asp?id=182542&sec=1483>

dobri portparoli,
jasne poruke sa tačnim informacijama,
konstantni protok informacija.²⁸

Američko društvo za odnose s javnošću ima svoj etički kodeks koji nameće određene obaveze PR menadžerima, kao što su: slobodan protok istinitih informacija, poštenje i preciznost u komunikaciji. Od stručnjaka za odnose s javnošću se očekuje:

„Da bude pošten i precizan u svim komunikacijama.

Da deluje promptno i ispravi pogrešnu komunikaciju za koju je odgovoran.

Da ispita istinitost i tačnost informacija koje su date u ime onih koje zastupa.

Da otkrije ko su sponzori zarad interesa koje zastupa.

Da otkrije finansijski interes (na primer, vlasništvo nad akcijama) u klijentovoj organizaciji.

Da izbegava obmanjivanje²⁹.

Zaključak

Krizna situacija u Japanu je primjer loše PR strategije, i japanske vlade i same kompanije. Neistina, kontrolisanje informacija kojima se pribjeglo u pokušaju zataškavanja posljedica nuklearne katastrofe, itekako su uticali na reputaciju Japana i izazvali nepovjerenje globalne zajednice. Zbog kardinalnih grešaka u PR strategiji, svijet je upoređivao ponašanje vlade u slučaju černobilske i japanske nuklearne katastrofe. Ukoliko u prvom slučaju govorimo o sovjetskom modelu, koji je podrazumjevio period „gvozdena zavjese“ i cenzure štampe i jasno je da u takvim uslovima nismo mogli biti informisani; u XXI vijeku i uz mogućnosti savremene tehnologije, za očekivati je bolju informisanost društva.

Nuklearna katastrofa u Japanu pokazala je da će, nezavisno od političkog sistema, krizne situacije uvijek biti predmet manipulacije od strane vlasti i da će istina biti na posljednjem mjestu. Černobilska katastrofa je najbolji primjer da u ovakvim situacijama niko nema moralno pravo da sakriva istinu: niti država, niti kompanija, niti predstavnici odnosa s javnošću, niti mediji. Sovjetska vlada je sakrivši informaciju počinila zločin prema

28 Wilkinson P., Fukushima: Crisis PR – 4 failures, Crisis PR, 03.05.2011, 17.05.2012, <http://crisispr.com.au/2011/05/fukushima-crisis-pr-4-failures/>

29 Dej L., *Etika u medijima – primjeri i kontraverze*, Beograd 2004, str. 522.

sopstvenom narodu, koji je najviše nastradao od radijacije. Posljedice laži su bile katastrofalne – povećan broj onkoloških oboljenja, novorođenčadi sa teškim deformitetima. Ni danas se ne zna tačan broj poginulih i umrlih za vrijeme likvidacije havarije, kao i broj umrlih od posljedica radijacije. Prema posljednjim podacima, u Černobilskoj katastrofi, koja je najviše pogodila Ukrajinu, Bjelorusiju i Rusiju, odnosno 19 regiona, ozračeno je oko tri miliona stanovnika.

Zavaravamo se da živimo u demokratskom društvu, imamo slobodne medije, informisane građane, ali u kriznim situacijama ispostavlja se da sve nije tako ružičasto. Mijenjaju se vremena, manipulacija ostaje, samo se termin transformiše. Tako smo termin manipulacija zamjenili terminom moć uvjeravanja, a propagandu – odnosima s javnošću. Forma se promjenila, ali je suština ostala ista.

LITERATURA:

Breton F., *Izmanipulisana reč*, Beograd 2000.

Dej L., *Etika u medijima – primjeri i kontraverze*, Beograd 2004.

Fransis B., *Moć medija*, Beograd 1997.

Mol Š. i Keršer A., *Novinarstvo*, Beograd 2005.

Tench R. i Yeomans L., *Otkrivanje odnosa s javnošću*, Zagreb 2009.

Naučni članci:

Barović V., Teorijska i praktična obuka novinara za izvještavanje iz kriznih situacija, u: *Verodostojnost medija – dometi medijske tranzicije*, priredio Veljanovski R., Beograd 2011.

Perinić J., Odnosi s javnošću u kriznim situacijama, *Mioko* br. 4, Novi Sad 2009.

Skoko B., Mediji i odnosi s javnošću – međusobna potpora ili prijetnja, u: *Uvod u medije*, priredio Peruško Z., Zagreb 2011.

Novinarski članci:

Гладилин И., «Курск» был все-таки потоплен «Мемфисом»? Newsland, 29.12.2011, 01.05.2012, <http://www.newsland.ru/news/detail/id/854355/>

McCurry J., Japanese MP drinks Fukushima water under pressure from journalist, *Guardian*, 01. 11. 2011, 28. 04. 2012, <http://www.guardian.co.uk/world/2011/nov/01/japanese-mp-drinks-water-fukushima>

Obe M. i Sekiguchi T., Tokyo takes over PR from plant operator, *The Wall street journal*, 23.04.2011, 25.04.2012, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703387904576278511723462094.html>

Wilkinson P., Fukushima: Crisis PR – 4 failures, Crisis PR, 03.05.2011, 17.05.2012, <http://crisispr.com.au/2011/05/fukushima-crisis-pr-4-failures/>

Mediji:

Srna, Venecuelanska televizija: SAD krive za zemljotres, Blic, 22.01.2010, 15.05.2012, <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/173460/Venecuelanska-televizija-SAD-krive-za-zemljotres>

Eksplzivna istina iza Fukušime, Politika, 18.08.2011, 20.04.2012, <http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Eksplzivna-istina-iza-Fukusime.lt.html>

Iskustva japanskih građana: Sami mjere nivo radijacije, Analitika, 07.06.2011, 12.05.2012, <http://www.portalanalitika.me/region-svijet/svijet/28701-iskustva-japanskih-graana-sami-mjere-nivo-radijacije.html>

TEPCO workers quitting due to threats, sense of despair, Japan Today, 06.04.2012, 30.04.2012, <http://www.japantoday.com/category/national/view/tepc-workers-quitting-due-to-threats-sense-of-despair>

Япония подтвердила, что Фукусима страшнее Чернобыля, Известия, 26.05.2011, 01.05.2012, <http://www.izvestia.com.ua/ru/news/7102>

От Чернобыля до Фукусимы. Есть ли что скрывать, Интерфакс, 23.03.2011, 25.05.2012, <http://www.interfax.ru/txt.asp?id=-182542&sec=1483>

Фукусима: Япония благодарна героям –рабочим, Newsland, 26.03.2011, 01.05.2012, <http://www.newsland.ru/news/detail/id/663-831/>

Ruska naučnica: Katastrofa u Fukušimi gora od one u Černobilu, Analitika, 02.04.2011, 01.06.2012, <http://www.portalanalitika.me/region-svijet/svijet/23566-ruska-naunica-katastrofa-u-fukuimi-gora-od-one-u-ernobilu.html>

Nataša Ružić

University of Montenegro, Faculty of Political Sciences -
Group for Journalism, Podgorica

THE TRUTH AS A VICTIM OF PR IN CRISIS SITUATIONS

Abstract

This paper considers contradictory functions of public relations experts especially obvious in crisis situations. On the one hand, a PR manager is expected to be loyal to the company where he/she works, and on the other, to think about the public interest. Is it possible to expect the truth and ethics from PR persons under such conditions? Critical situations have shown that it is almost impossible. The best proof of this is the tragedy in Japan supporting the platitude that the truth becomes a victim of a PR person in critical situations.

Key words: *public relations, propaganda, disinformation, critical situations*