Novinarstvo i aktuelni izazovi: procene i eventualne strategije

Barbie Zelizer (ed.), *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, Routledge, London, 2009

Slobodan Penezić¹

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1328133P

Knjiga predstavlja zbornik radova istaknutih teoretičara medija koji sa različitih aspekata analiziraju izazove i moguće strategije za evoluciju novinarstva i eventualno redefinisane uloge koju je ono davno sebi namenilo. Njihovi kritički pogledi usmereni su uglavnom ka američkom kontinentu, a radovi grupisani u tri celine koje predstavljaju platforme sa kojih se tumači to pitanje. Te platforme su *tema tabloidizacije*, *tema uticaja tehnološkog razvoja* i *tema aktuelnog odnosa između novinarstva i istine* odnosno njene konstruisane verzije u dominantno prihvaćenom kontekstu (otuda termin „truthiness“). Svaka od platformi identifikovana je baš zbog toga što nudi specifičan uvid u odnos prema tradicionalnom pristupu novinarstvu, pa se kao logično nameće pitanje kako se odnosimo prema toj tradiciji i šta utiče na promenu tog odnosa? U uvodnom tekstu, koji je upravo delo Barbi Zelizer (*Barbie Zelizer*), autorka kontekstualizuje perspektive i ocene autora. Ona ističe da oni polaze od pretpostavke da postoji neusaglašenost kada govorimo o modernom novinarstvu, a što je rezultat toga što ni naučni radnici ne obraćaju dovoljno pažnje, niti imaju uticaja na

¹ Kontakt s autorom: penezicslobodan@gmail.com

to šta se događa na putu između onog kako mi zamišljamo novinarstvo i kako ono zaista funkcioniše. Postavljajući pitanje nepostojanja ekvivalencije između tih modela, ona nagoveštava da radovi pokušavaju pokazati šta se dešava na tom putu, konstatujući da novinarstvo drugačije doživljavaju sami novinari, oni koji se školuju za taj posao i oni koji ih za to obučavaju i „oni su u stalnom sukobu misleći da onaj drugi ne zna šta je suštinski važno“.

Prvi set radova uokviren je temom *tabloidizacije*, a Majkl Seracio (*Michael Serazio*) u uvodu konstatuje da je ona dugo predstavljala „bauk“ koji označava mnoštvo stvari. On se, međutim, pita – šta ako to nije slučaj? To je upravo pitanje od kojeg kreću autori radova u ovom delu knjige polazeći od teze da ako govorimo o tako širokom pojmu moramo praviti razliku između pokušaja popularizacije medijskih sadržaja i samog senzacionalizma. Uzevši tabloidizaciju kao mogućnost da se mediji popularnim sadržajima izbore za uspeh na tržištu, autori su složni u oceni da to nikako ne sme prevagnuti u korist „jeftinih sadržaja“ i da se mora ostati dosledan fundamentalnim načelima tzv. dobrog novinarstva.

Herbert Gans (*Herbert J. Gans*) razmatra da li popularizacija može pomoći medijima i zapaža da se ona, s obzirom na to da takve sadržaje najčešće konzumiraju manje obrazovaniji i siromašniji, često iz elitističke pozicije doživljava kao izgovor i način da se distanciraju od takve kulture. On, ipak, napominje da se na nju može gledati kao na konstruktivnu pojavu i da se tad može analizirati da li uvećanje publike može doprineti široj informisanosti i tako pomoći tradicionalnim medijima, ali i razvoju same demokratije. On je doživljava kao proces adaptacije kulturnih proizvoda koji su delo više klase, prema ukusu onih nižih klasa. Taj proces podrazumeva stilsko-jezička prilagođavanja tih sadržaja kako bi postali zanimljivi i razumljivi svima. To je, dakle, proces koji nije karakterističan isključivo za novinarstvo. On napominje da svako ima pravo na svoj ukus i kulturu, ali ipak predlaže i vidove evaluacije medijskih sadržaja: *prvi*, na osnovu njihove zasnovanosti na empirijski proverenoj tačnosti i *drugi*, prema tematskoj usmerenosti informacija jer je neophodno adekvatno informisanje kako bi se moglo ispravno odlučivati. On naglašava da novinari moraju voditi računa o svom izveštavanju kako ne bi bilo negativnih posledica procesa popularizacije. Naime, zaključujući da u tom procesu način izveštavanja često ne zadovoljava profesionalne standarde, on ipak napominje da je danas važno učiniti informacije dostupnijim i razumljivijim većem broju ljudi, pa se i pored

brojnih prepreka novinarstvom treba baviti na ozbiljan i kvalitetan način kako bi do što većeg broja ljudi stigle prave informacije koje im potom mogu koristiti u društvenom životu.

Kerolajn Kič (*Carolyn Kitch*) analizira tabloidizaciju kroz prizmu narastajućeg senzacionalizma koji podrazumeva kreaciju vesti čiji prevashodni cilj jeste da šokiraju i izazovu snažne emocije. Takve priče za cilj imaju afirmaciju šire društvene akcije, a u središte stavljaju „običnog čoveka“ kako bi se kroz njegov lik reflektovala opštedruštvena važnost pojedinih tema i one na taj način približile što široj publici. Ona postavlja pitanje posledica tog pristupa na koji očigledno nisu imuni ni oni najozbiljniji mediji, konstatujući da je takva simbolička blenda medijskih sadržaja postala dominantan obrazac njihovog kreiranja posebno nakon poznatih događaja u SAD od 11. septembra 2001. Navodeći niz primera koji su usledili i o kojima je izveštavano na isti način, ona ocenjuje da novinarstvo danas za zadatak uzima ispunjenje forme svojevrsne civilne religije koja pobuđuje osećaj kolektivnog sentimenta i podstiče društvenu koheziju, pa „svaka novinarska priča postaje i priča o nama“. Pitajući se šta je posledica takvog izveštavanja, ona nalazi da je osnovna u tome da stvarni uzroci bivaju zanemareni, jer tako kreirani sadržaji kroz generalizacije i banalizacije u prvi plan stavljaju posledice i površne uzroke i konstatuje da je u SAD danas uspostavljena imaginarna stvarnost pa se misli da „osećanja mogu rešiti sve probleme“, a ne konkretno imenovanje uzročnika i poziv za obračun sa njima. Kič zato opominje da će novinarstvo u potrazi za novim herojima i inspiracijama ipak morati da kreira nove narative – one koji će u središte ponovo vratiti dobro poznato pitanje *zašto* na koje se danas nudi gomila različitih odgovora.

Elizabet Bird (*Elizabeth Bird*) takođe primećuje da je tabloidizacija, kao relativno nov pojam, nastala kao svojevrsna demonska figura nasuprot „pravom novinarstvu“ i način da se povuče granica između dobrog i lošeg novinarstva. Pokušavajući da odgovori na pitanje šta ona zapravo predstavlja, Bird ovu pojavu definiše u okviru promene koja se manifestuje kroz specifičan stil pisanja. Autorka ističe da je osnovni problem to što je teško odrediti taj pojam koji može biti doživljen kao pitanje stila, ali i sadržaja, s obzirom na to da je reč o bliskim kategorijama. Napominjući da pomeranje ka razumljivijem i jednostavnijem načinu informisanja ne znači nužno i manje poštovanje novinarskih standarda, ona ističe da je važno razumeti kulturne specifičnosti kada je reč o tabloidizaciji koja podrazumeva različite stvari u zavisnosti od kulturnog konteksta. Navede-

na složenost ovog pojma, ocenjuje autorka, vodi nas, sa tim se, čini se, moramo složiti, osnovnom pitanju – kako nešto popraviti, ako i ne znamo o čemu je reč? Promene se ne mogu zaustaviti, a Bird s pravom konstatuje da je „storytelling“ koncept danas esencijalna komponenta efikasnog novinarstva, ali i da davanje prednosti nekim pričama ili nekim aspektima priče predstavlja ozbiljnu pretnju za novinarstvo. Ona zapaža da se vesti danas pišu i bez prisustva novinara na događaju, pa oni zato lako dolaze pod uticaj zvaničnih izvora (kao što je bio slučaj za vreme vlasti Buša juniora) i prihvataju njihove verzije događaja. Osvrće se i na nove medije za koje smatra da jesu uticali na „otvaranje sveta“, ali ukazuje i na utopijske okvire tog sveta u kojem nema vremena za traganje za istinom i proveru nametnutih verzija. Bird zato upozorava da se nalazimo na raskrsnici kada je reč o budućnosti novinarstva, jer mnogi svojevolski prihvataju one priče koje su smisleno skrojene da se podudare sa njihovim mišljenjem. Ona zapaža da danas svako može objaviti bilo šta bez obzira na verodostojnost informacija, dok se mejnstrim novinarstvo redukuje na jednostavne sadržaje. Autorka stoga veruje da potencijal tradicionalnih medija, a u cilju revitalizacije njihove pozicije, leži upravo u povratku otkrivanju istine kroz redefinisane pojedinih autoriteta profesije. Ukoliko govorimo o nesumnjivom uticaju ekonomije na funkcionisanje medija, izlaz vidi u istraživačkom novinarstvu koje bi tretiralo teme lokalnog karaktera o kojima inače nema puno informacija.

Uzevši u obzir navedeno, brojne izazove i činjenicu da se danas svako pokušava nazvati novinarom, Bird otvara pitanje daljeg razvoja novinarstva i medija u celini i vidi dve opcije na tom putu: *prvu*, gde se novinarstvo može pomiriti sa tim da njegova davno proklamovana posvećenost istini nije važnija u odnosu na bilo čiju drugu i *drugu*, prema kojoj se mogu pokušati razvijati alternativni načini poslovanja koji bi se vratili poštovanju davno uspostavljenih standarda. Strategija bi, ukoliko se opredelimo za drugi put, najpre podrazumevala nezavisnost i veću originalnost, a potom i korišćenje potencijala koji nose novi mediji pri kreiranju uslova za valjani novinarski rad i stimulisanju većeg učešća građana u demokratskim procesima. Bird ne veruje da je „tabloidizacija“ danas podesan termin („ako je to ikad i bila“) jer „problem zapravo predstavlja gomila trivijalnih sadržaja“. Ona problem vidi u tome što se događa da „takvi sadržaji potiskuju važne dimenzije onog što bi novinarstvo suštinski trebalo biti“, pa prema njenoj oceni sve dok se bavimo time da li je tabloidizacija dobra ili loša „mi bivamo onemogućeni da sagledamo istinske probleme“.

U uvodnom tekstu bloka posvećenom *uticaju tehnologije na novinarstvo* Lokmen Cuiji (*Lokman Tsui*) nagoveštava da ti radovi za usmerenje imaju tezu da tehnološki razvoj ne znači nužno i pozitivnu priliku za novinarstvo. On napominje da moramo voditi računa o tome šta danas podrazumevamo pod novinarstvom – da li ga doživljavamo kao instituciju sa svojim pravilima koja oblikuju samu novinarsku praksu i pritom se pitamo kako tehnologija utiče na tu instituciju ili pod tim pojmom podrazumevamo skup vrednosti i načela kojima bi trebalo težiti u novinarstvu? Pablo Boškovski (*Pablo J. Boczkowski*) iz institucionalne perspektive nastoji da pokaže kako se novinarstvo pokušava upodobiti u skladu sa novonastalim okolnostima. Njegov uzorak su uticajne argentinske novine (*Clarín* i *La Nación*) i on prati kako se one prilagođavaju, ali i kako se njihovi čitaoci adaptiraju na materijalne promene u funkcionisanju tih medija izazvane uticajem tehnologije. Poseban deo rada opravdano zauzima tema „mimikrije“ kao posledice toga što se, usled novo-tehnoloških promena, više zna i vodi računa o konkurenciji, a manje o kvalitetu novinarskog rada, što često rezultira uniformnošću medijskih sadržaja. To je rezultat želje uredništva da umanjí rizik i prikloni se opštem trendu u načinu informisanja, a Boškovski to potkrepljuje i konkretnim primerima. Ovakav epilog, konstatuje on, rezultat je tri procesa: 1. uticaja internet novinarstva, odnosno toga da se u svakom trenutku može doći do informacije o bilo čemu, pa i o tome kako konkurencija reaguje na pojedine vesti, 2. te promene su se dogodile spontano kada se prethodno navedeni proces poklopio sa strahom urednika pri odlučivanju o tome kojim informacijama bi trebalo dati prednost i 3. materijalni uticaj novih tehnologija se nesumnjivo održava na rad medija u infrastrukturnom smislu. Boškovski zato konstatuje da sve to uzrokuje svojevrzni paradoks, pa danas „obilje medija i medijskih sadržaja znači i manje konkretnih informacija i istinskih saznanja“.

Džulijen Njuton (*Julianne H. Newton*) sa vrednosnog aspekta pokušava da ukaže na mogućnosti koje tehnologija donosi novinarstvu, a koje još nisu materijalizovane. Te prednosti, ocenjuje ona, ogledaju se pre svega u tome da bi se, u slučaju njihovog korišćenja, novinarstvo moglo nametnuti kao globalni model produkcije znanja i ključ za formiranje mišljenja. Ona akcentuje važnost vizuelne poruke i analize toga kako mozak sublimira informacije koje prima, a stoga i strategija za najbolji način da se informacije distribuiraju ljudima, ali uz naglasak na neophodnom poštovanju ideala novinarstva. Njuton zapaža da tehnologija, usled brojnih propusta, novinarstvo menja uglavnom u negativnom

smislu. To se, prema njenom sudu, događa jer se njihov potencijal ne koristi na pravi način i ne postoji kritičko razumevanje „novog uma“ pa se ne razvijaju prakse produkcije sadržaja koji će istovremeno uticati na emocije, ali i na razum publike – to bi značilo „uviđanje fundamentalne uloge novinarstva u kreiranju društvene realnosti“. Novinarstvo, smatra ona, mora prihvatiti aktuelne promene kao pozitivnu priliku i ona stoga daje tri uputstva za njegov dalji razvoj. Prema *prvom* se moraju osmisliti novi načini za „pričanje priča“ koji bi uključili analizu toga kako mozak reaguje na određene sadržaje; *drugo* se odnosi na to da moramo proširiti okvire novinarstva kako bi preneli kompletnu sliku koja bi uključila i alternativne narative i *treće* koje kaže da moramo voditi računa o istraživanjima toga kako osvojiti i zadržati pažnju publike. Ova uputstva su ujedno i „put ka boljem novinarstvu koje obogaćuje i angažuje veći broj ljudi“, a koje se može ostvariti samo ukoliko kreiramo sadržaje koji angažuju čitav um, uz obavezno poštovanje istine kao vrhovnog kriterijuma u obavljanju tog posla.

Mark Duce (*Mark Deuze*) razmatra ulogu pojedinca u okvirima novinarstva u svetlu novonastalih okolnosti. Navodeći niz objašnjenja za način funkcionisanja medija danas (poput kapitalističkog modela poslovanja ili nastanka tzv. redakcijskog društva) koji utiču na to da se svako može nazvati novinarom, on nastoji ukazati na negativne posledice tih procesa poput otpuštanja novinara. Autor zaključuje da se na osnovu analize ponašanja pojedinca može doći do korisnih nalaza o širem kontekstu u kojem mediji funkcionišu, jer se većina njihovih inicijativa „filtrira“ uticajem urednika i vlasnika medija, ideoloških okvira i sl. Na osnovu takvog (istina redukcionističkog pristupa) on konstatuje da mogućnost za pozitivne promene i veću kreativnost koju daju nove tehnologije biva često praćena ograničenjima koje nose neki od navedenih uticaja.

Treći blok tekstova posvećen je pitanju „istinitosti“ (*truthiness*). Prema kreatoru tog pojma – komičaru i TV zvezdi *Stivenu Kolbertu* – on predstavlja pokušaj da se za činjenice nametne ono što vi želite da one budu, što vam odgovara i za šta osećate da će biti prihvaćeno, a ne ono što je stvarnosno utemeljeno. Prvi tekst delo je Majkla Šadsona (*Michael Schudson*) koji podseća na to da je znanje krhko i ukazuje na dve vrste činjenica: 1. one koje su uspostavljene u okvirima naučne zajednice i 2. one koje su nam saopštene i jesu jedna verziju onog šta se zaista dogodilo. Autor se usmerava ka primerima odnosa između činjenica, medijskog izveštavanja i uticaja zvaničnih izvora tokom vlasti Buša juniora u SAD i tako upućuje na pojam „istinitosti“ koji obično u praksi predstavlja re-

zultat uticaja moćnih na kreiranje mišljenje o određenoj temi koje potom biva prihvaćeno kao istina. Ta svojevrsna metafora naslanja se na upozorenje Hane Arent o tome da moć često ugrožava faktičku istinu. Šadson zato ističe da nam je i te kako i dalje potrebno tradicionalno utemeljeno novinarstvo koje „gleda u lice“ moćnicima i saopštava pravu istinu publici i naglašava da demokratija može funkcionisati samo ako omogućimo novinarima da kvalitetno obavljaju svoj posao. Pitajući se koje su to činjenice prave, on smatra da nema konačnog odgovora na to pitanje i da baš zato novinari često lako padaju pod uticaj moćnika. Autor se stoga pomalo romantičarski vraća republikanskim idealima i poziva na negovanje vrline, odnosno na to da se novinari moraju vratiti „idealu poštovanja istine kako bi se na ispravan način bavili neizbežnim davanjem smisla svetu u kojem živimo“.

Džejms Itima (*James S. Ettema*) takođe polazi od Kolbertove metafore pitajući se šta je prava istina ako živimo u dominaciji „istinitosti“ koja čak i ne podrazumeva laganje, već potpuno ignorisanje istine? On ocenjuje da se u onoj meri u kojoj su privrženi etici, novinari trude da svoju slobodu koriste da dođu do „prave istine“, što nije lak posao. Napominjući da novinarstvo često predstavlja proces separacije na dobro i zlo u priči koja se želi prezentovati i tako način na koji ona potom postaje prihvaćena kao realnost, Itima upozorava da kao što novinari prave izbore u skladu sa svojim moralom, tako i građani moraju pažljivo birati koje će medijske sadržaje konzumirati. Naposljetku, on nudi dobro poznato uputstvo da „prava“ ili „cela istina“ (*truthfulness*) mora, za razliku od „istinitosti“, biti rezultat prevazilaženja uticaja koji dolaze iz sfere politike i biznisa, opominjući da se to neće dogoditi ako sami ne utičemo na kreiranje pogodne klime za to.

Džefri Džouns (*Jeffrey P. Jones*) konstatuje da postojanje „istinitosti“ ukazuje na političku kulturu u kojoj je „faktička manje važna od dovoljne istinosti“. Pišući o savremenim tokovima komunikacije, zapaža da ona predstavlja konstrukt i sledi Fukoa i Hartlija koji su pisali o tome da je istina zapravo društveni proces koji postaje centralno značenje društveno-političke angažovanosti koja se danas odvija u okvirima Hartlijevog „redakcijskog društva“ koje je dobrim delom proizvod sveukupnog razlaza sa onim što je kroz novinarstvo davno definisano kao istina. Navodeći primere manipulacija moćnih, on na njih naslanja primere korišćenja satire koji za rezultat takođe imaju „istinitost“, ali onu usmerenu ka razotkrivanju manipulacija i otkrivanju „prave istine“. Džouns ističe značaj tih

pokušaja, u koji su kao posrednici uključeni i mediji, jer tradicionalno samo novinarstvo više nije dovoljno delotvorno da bi se došlo do „prave istine“. On zaključuje da u tom društvu uvek postoje dve mogućnosti– *jedna* gde prećutno pristajemo na servirane verzije a što uzrokuje život u stalnom uverenju da postoji „prava istina“ iza te opšteprihvaćene, dok *drugu* reprezentuju satiričari i drugi angažovani pojedinci koji se rukovode verom u to da svet ipak može profunkcionisati na drugačijim komunikacijskim odnosima. U prvom slučaju, tehnologija kreira uslove za pregovaranje, dok u drugom ambematizuje reformulaciju. Oba rezultiraju nepoverenjem prema opšteprihvaćenim verzijama, uključujući i one koje kreiraju novinari, a stoga i željom da se one okrenu naglavačke kako bi se došlo do esencijalne istine. On na kraju zaključuje da će zato i novinarstvo morati da se menja i redefiniše ulogu koju je davno sebi namenilo.

Knjigu zatvara Piter Dalgren (*Peter Dahlgren*) koji, sublimirajući pitanja otvorena u radovima, pokušava omeđiti nekoliko aspekata kroz koje se može razmišljati o razvoju novinarstva. Najkonkretnija ocena koju daje kada je reč o izvornoj ulozi novinarstva u demokratskim društvima, a koja se nameće i u većini radova, jeste da je budućnost tradicionalnog novinarstva neizbežno vezana sa razvoj same demokratije, koji je sam po sebi vrhunski izazov današnjice.

Ukoliko pokušamo da procenimo doprinos radova, smatram da možemo konstatovati da predstavljaju i te kako relevantan i „svež“ pogled na novinarstvo i izazove sa kojim se mediji danas susreću. Oni, naime, idu dalje od opštih mesta i već prihvaćenih konstatacija, prikazujući alternativne i izuzetno zanimljive poglede na pojedine teme koji bi na „duže staze“ mogli biti i zametak strategija za evoluciju novinarstva u pravom smeru. Posebna vrednost je u tome što autori nastupaju sa pozicije da se novinarstvo danas mora posmatrati i tumačiti kroz njegove pojedinačne aspekte. Svaki rad tretira novinarstvo danas (teorijski i praktično) tako da na kraju možemo zaključiti da oni preporučuju odabir logike srednjeg puta. Taj put bi, čini se, istovremeno morao voditi neminovnom suočavanju sa onim što aktuelni izazovi donose, podrazumevajući otpor prema negativnim uticajima sa jedne, ali i prihvatanje pozitivnog potencijala koji nose neke od tih promena, sa druge strane, uz obavezu povratka izvornom etosu novinarstva koji nas obavezuje da u središte medijskog funkcionisanja u celini vratimo odanost davno proklamovanim idealima.