

Konceptualizacija novinarske kulture i novinarskih uloga u komparativnoj perspektivi

Dragana Prodanović¹

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/cm14-24092

Sažetak: U okviru ubrzano razvijajućeg polja komparativnih komunikoloških istraživanja proučavaju se i društvene funkcije novinarstva i uloge novinara u savremenim društvima. U ovom radu se prvo nudi pregled inicijalnih istraživanja koja su opisivala samo medijske sisteme bez uključivanja položaja i uloge aktera. Ovaj širi okvir kasnije je poslužio kao polazište za novu vrstu „predstavljanja skupa ideja i praksi pomoću kojih novinari, svesno i nesvesno, legitimizuju svoju ulogu u društvu i osmišljaju svoj rad, sebi i drugima“ (Hanitzsch, 2007: 369) u formi koncepta novinarske kulture. Empirijska istraživanja novinarske kulture usmerena su na aktere novinarskog procesa i rezultirala su saznanjima o tome kako sami novinari percipiraju sopstvenu i društvene uloge svojih kolega i na koji način ih vrednuju, a potom se poslednjih godina javlja i novi tip istraživanja – paralelna istraživanja percepcije novinarskih uloga i publike. Posebna pažnja u radu posvećena je i tumačenju novinarskih uloga kao diskurzivno konstituisanih struktura značenja koje uspostavljaju parametre onoga što je poželjno u datom institucionalnom kontekstu. Cilj ovakvih istraživanja je konceptualizacija novinarskog identiteta i njegovog mesta u društvu.

Ključne reči: medijski sistemi, novinarska kultura, novinarske uloge, profesionalne ideologije, društvene funkcije novinarstva.

1. Uvod

Posmatranje i proučavanje društvene funkcije novinarstva i uloge novinara u savremenim društvima moguće je pratiti od polovine XX veka kad se u okviru komparativnih komunikoloških istraživanja počelo sa proučavanjem medijskih sistema i tada su zabeleženi prvi pokušaji da se novinarska delatnost u svetu (ili makar u većini delova sveta) na neki način sistematizuje. Novinarstvo nikada

¹ Kontakt sa autorom: dragana.prodanovic@ff.uns.ac.rs.

nije bilo moguće odvojiti od društvenih okolnosti u kojima deluje jer se radi o specifičnoj profesiji čija je delatnost usmerena istovremeno i na nosioce moći i one koji upravljaju društvom i na one čijih se života delovanje ovih aktera direktno tiče.

Komparativni pokušaji najpre su bili usmereni samo na opisivanje delovanja i funkcija novinarstva bez sveobuhvatnih empirijskih istraživanja koja bi uključivala same novinare i one kojima se oni obraćaju kao krajnjim korisnicima svojih usluga – publiku. U okviru takvih poduhvata nastale su prve tipološke podele medijskih sistema, da bi vremenom istraživači uočili potrebu uključivanja i aktera ovog procesa pa su vremenom u proces uključeni i novinari. Ovo je doprinelo pomeranju fokusa sa samih sistema na pojedince koji ih čine i stvaraju i tako je počelo razvijanje koncepta novinarske kulture čiji je fokus na društvenim ulogama novinara.

U ovom radu će, nakon pregleda ranijih istraživanja koja su opisivala samo medijske sisteme bez uključivanja položaja i uloge aktera ovih sistema, biti predstavljen način na koji je konceptualizovan pojam novinarske kulture „kao skupa ideja i praksi pomoću kojih novinari, svesno i nesvesno, legitimizuju svoju ulogu u društvu i osmišljavaju svoj rad, sebi i drugima“ (Hanitzsch, 2007: 369) u okviru projekta *Worlds of Journalism Studies* koji je okupio istraživače iz nekoliko desetina svetskih zemalja.

2. Društvena uloga novinarstva

Barbi Zelizer još devedesetih godina XX veka postavila je pitanje: „Da li je komunikologija stvorila potrebne alate za objašnjenje kako i zašto novinarstvo funkcioniše?“ (Zelizer, 1993: 80). Ona je tada utvrdila da je novinarstvo oduvek zauzimalo centralno mesto u komunikološkim istraživanjima i da je, kao takvo, korišćeno u objašnjenjima kako komunikacija funkcioniše, a novinarska vidljivost u medijativnom diskursu učinila ih je metom naučnika koji pokušavaju da razumeju rad komunikologa praktičara i komunikacije kao procesa. „Ali, da li je komunikologija objasnila zašto javnost dopušta novinarima da se predstavljaju kao kulturološki autoriteti za događaje u „stvarnom svetu“ i da li je adekvatno objasnila novinarstvo i novinarski autoritet?“, upitala se autorka tada (Zelizer, 1993: 80). U istom radu pojasnila je da su istraživači novinarstva dozvolili medijskoj moći da procveta tako što se nisu bavili ritualnim i kolektivnim funkcijama koje novinarstvo ima za same novinare i pozvala na primenu

interdisciplinarnog pristupa u proučavanju novinarstva da bi se tako stekla punija slika medijske moći (Zelizer, 1993: 80). Autorka je ponudila dodatni okvir kroz koji treba razmatrati novinarstvo i koji bi obuhvatio i alternativne dimenzije novinarske prakse. Prema njenom mišljenju, novinarstvo treba razmatrati ne samo kao profesiju, već i kao interpretativnu zajednicu koju iznutra ujedinjuje zajednički diskurs i kolektivne interpretacije ključnih javnih događaja (Zelizer, 1993a: 219).

Referišući na dobro poznati truizam među novinarima da je „novinarstvo prvi, grubi nacrt istorije“, koji posledično znači da novinarstvo prestaje tamo gde počinje istorija, Zelizer tvrdi da ako novinarstvo više ne posmatramo ni kao laičku ni kao isključivo profesionalnu delatnost, već kao interpretativnu zajednicu čija praksa se temelji na širenju diskursa o događajima i temama bolje ćemo razumeti kako i zašto novinari stvaraju sopstvenu istoriju novinarstva, i kako i zašto koriste tu istoriju u prenošenju vesti (Zelizer, 1993a: 234).

Mark Duze u potrazi za odgovorom šta danas predstavlja novinarstvo, kaže: „Pored njegove kulturološki uslovljene prakse, društvenog statusa industrije ili njegove funkcionalno diferencirane uloge u društvenom sistemu, pri definisanju novinarstva mora se imati u vidu to da novinari daju značenje svojoj profesiji kao (profesionalnoj) ideologiji“ (Deuze, 2004: 285). On ovu ideologiju svodi na pet idealnih tipičnih osnovnih vrednosti: javni servis, objektivnost, autonomija, neposrednost i etičnost, dodajući da te vrednosti dobijaju svoje značenje u jeziku novinarske kulture u kojoj se konstituiše njegovo delovanje, referišući ovde na Majkla Šadsona. Duze za ovu kulturu – za koju tvrdi da nastaje u ukrštanju „objektivnog“ i „subjektivnog“, „individualnog“ i „društvenog“ – kaže da se ona trenutno dovodi u pitanje po mnogim osnovima, od kojih on izdvaja dve temeljne razvojne tendencije u društvu i tehnologiji za dalji uvid: multikulturalizam i multimedijalnost i dodaje da proučavanje treba fokusirati na načine novinarskog pregovaranja o temeljnim vrednostima profesionalne zajednice u okolnostima koje se menjaju i na taj način videti novinarsku ideologiju na delu (Deuze, 2004: 285).

U potrazi za celovitom i iscrpnom slikom položaja novinarstva u društvu, nezaobilazan je doprinos Džejmsa Kerija, koji je još u svom čuvenom radu objavljenom 1974. godine „The Problem of Journalism History“ pozvao na novi način sagledavanja istorije novinarstva (Carey, 1997). On otvara rad rečenicom: „Proučavanje istorije novinarstva pomalo je sramotno“ i otvoreno kritikuje

dotadašnje akademske doprinose istraživanja ovog polja. Keri je kritičan prema interpretaciji istorije koja novinarstvo predstavlja kao proces stalnog razvoja i napretka u osvajanju slobode i znanja i smatra da je ovakav način sagledavanja istorije iscrpljen i da ne može da ponudi ništa novo, a kao alternativu priziva „osvežavanje“ ove oblasti novim perspektivama i interpretacijama koje može da ponudi „kulturna istorija“, za koju pojašnjava da joj ne bi više bio zadatak samo da pobroji činjenice iz prošlosti već da uzme u obzir i proba da rekonstruiše i stanje svesti aktera istorijskih događaja (Carey, 1997: 87–90).

U svojoj „Društvenoj istoriji vesti“ Majkl Šadson sledi Kerijevo uputstvo da istorija novinarstva mora da sagledava više od pukih činjenica. „U prvih pola veka istorije američkog novinarstva malo toga je ukazivalo na to da će novine postati centralni forum političkog diskursa. Kolonijalni izdavači držali su se podalje od političkih tema, pogotovo domaćih“ (Schudson, 2003: 72).

Majkl Šadson govoreći o ulozi novinarstva u demokratskim društvima konstatuje da se novinari često sami predstavljaju kao presudno važni za zaštitu javnog interesa i priznaje važnost njihove uloge u svakom društvu koje sebe određuje kao liberalnu demokratiju (Schudson, 2008). On, međutim, svoje mišljenje suprotstavlja Kerijevom koji je zaključio da su novinarstvo i demokratija isto i da je „novinarstvo kao praksa nezamislivo van demokratskog konteksta; u stvari novinarstvo je moguće razumeti kao drugo ime za demokratiju“ (Carey, 1997a: 332). Šadson, pak, smatra da je uloga novinarstva u modernim demokratijama nesumnjiva, ali da ono nikako nije dovoljno da bi demokratija postojala. „No, tamo gde demokratija postoji, ili tamo gde postoji spremnost da se ona uspostavi, novinarstvo može u velikoj meri da pomogne u uspostavljanju ili održavanju reprezentativnog upravljanja“ (Schudson, 2008).

Šadson takođe uviđa da će ozbiljne istorije novinarstva morati da se napišu u školama komunikacije i novinarstva gde se vesti kao ljudska aktivnost vezana za demokratiju i kvalitet javnog života uzimaju ozbiljno (Schudson, 2008a: 183).

3. Pregled prethodnih istraživanja

Istraživanja koncepta novinarske kulture proizašla su iz šireg okvira u kojem su prvo opisani različiti tipovi medijskih sistema. Ova istraživanja datiraju od perioda posle Drugog svetskog rata i u njima su na temelju različitih indikatora klasifikovani medijski sistemi. Pokazatelji koji se tiču uloge i pozicije novinara

u društvu, kao što su, recimo, politički paralelizam, novinarski profesionalizam, državni intervencionizam i sloboda medija, upotrebljavani u ovoj oblasti kasnije će biti uključeni i u oblast istraživanja novinarskih kultura.

Istraživači medija iz polja komparativnih komunikoloških istraživanja prvo su izrazili interesovanje za opisivanje postojećih medijskih sistema. Velika pažnja koju ne prestaju da privlače dve knjige iz ove oblasti „Four Theories of the Press“ (1956) i „Comparing Media Systems“ (2004) kao i reakcija različitih istraživača na njihove nalaze potvrđuje da interesovanje za ovu oblast ne prestaje.

Knjiga „Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press should Be and Do“ Freda Siberta, Teodora Petersona i Vilbura Šrama (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956) predstavlja knjigu sa najviše izdanja i prevoda na različite jezike među knjigama iz oblasti komunikoloških studija. Knjiga koja se pojavila 1956. donekle je ispunila prazninu koja je postojala između komunikoloških studija i novinarstva u praksi. Trojica autora imenovala su četiri koncepta štampe: autoritarni, libertarijanski, društveno odgovorni i sovjetski komunistički rukovodeći se pitanjem: „Zašto se mediji masovnog komuniciranja pojavljuju u toliko različitim oblicima i služe ostvarenju različitih ciljeva u različitim zemljama?“ (Siebert, Peterson & Schramm, 1956: 1).

Budući da je ova studija dugo bila jedina koja je na ovaj način pokušala da objasni ulogu medija u društvu, njenu uticaj je nesporan, ali je vremenom rastao i broj onih koji su je kritikovali. Jedna od ključnih zamerki koji su kasniji autori najčešće navodili jeste činjenica da Sibert, Peterson i Šram nisu empirijski analizirali vezu između medijskih i društvenih sistema. „U potrazi za korenima svoje četiri teorije, Sibert, Peterson i Šram referišu gotovo isključivo na tri zemlje: SAD pomoću koje opisuju libertarijanski i društveno odgovorni model, Veliku Britaniju pomoću koje opisuju autoritarni, i delom libertarijanski i na Sovjetski Savez“ (Hallin & Mancini, 2004: 10).

Neron u svojoj kritici tvrdi da „Četiri teorije“ ne nude zaista četiri teorije, već jednu teoriju sa četiri primera.

„Oni formulišu četiri teorije iz perspektive zapravo samo jedne od svojih teorija – klasičnog liberalizma – jer upravo u klasičnom liberalizmu se insistira na odvojenosti pojedinca od društva ili države. U 'Četiri teorije', kao i u klasičnom liberalizmu, tvrdi se da sloboda štampe postoji svugde

gde se moguće u medijima baviti političkim pitanjima bez pritiska države“ (Nerone, 1995: 21–22).

Zbog svih navedenih razloga, Halin i Manćini tvrde da su četiri teorije štampe neupotrebljive za razumevanje evropskih medija jer većina medija danas kombinuje karakteristike pripisane ovim modelima. „Četiri teorije štampe’ progonile su studije medija kao zombi iz horor filma decenijama posle svog prirodnog životnog veka. Smatramo da je vreme da im se priredi prikladna sahrana i da se nastavi sa razvijanjem sofisticiranijih modela baziranih na pravoj komparativnoj analizi“ (Hallin & Mancini, 2004: 10).

I upravo ova dvojica autora ponudila su sledeću tipologiju medijskih sistema u svojoj knjizi „Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics“ iz 2004. godine. Njihova studija temelji se na komparativnoj analizi medijskih sistema u okviru četiri dimenzije: (1) tiraž, (2) politički paralelizam, (3) novinarski profesionalizam i (4) državni intervencionizam, pri čemu se politički paralelizam objašnjava kao stepen i priroda veze koju pojedinačni mediji imaju sa političkim partijama, odnosno da li medijski sistem realno odražava krupnije političke podele u jednoj zemlji. Za svaki posmatrani medijski sistem posmatra se da li se svaka od dimenzija može okarakterisati kao niska ili kao visoka. Na temelju ovako uspostavljenih kriterijuma, autori su formulisali tri tipa medijskih sistema: (1) Mediteranski ili polarizovani pluralistički model (Francuska, Grčka, Italija, Portugal i Španija); (2) Severnoevropski ili demokratski korporativistički model (Austrija, Belgija, Danska, Finska, Nemačka, Holandija, Norveška, Švedska i Švajcarska) i (3) Severnoatlantski ili liberalni model (Velika Britanija, Sjedinjene Američke Države, Kanada i Irska).

Kao što se i studija „Četiri teorije štampe“ na čijoj kritici su utemeljili svoje istraživanje susretala sa brojnim komentarima i primedbama i decenijama nakon objavljivanja, i Halinova i Manćinijeva knjiga izazvala je kritike koje su se najčešće odnosile na ograničen broj zemalja čiji su medijski sistemi uključeni u istraživanje – obuhvaćeno je svega 18 zemalja Zapadne Evrope i Severne Amerike sličnih istorijskih bekgraunda i približno jednako visoko razvijenih demokratija. Stoga su autori, kao odgovor, 2012. godine objavili sledeću knjigu „Comparing Media Systems Beyond the Western World“ u kojoj se oni javljaju kao urednici, a prikupljene radove koje su objedinili napisali su istraživači iz desetak zemalja koje nisu bile obuhvaćene prvim istraživanjem. Autori su u uvodu u drugu knjigu obrazložili svoj izbor u prethodnoj napominjući:

„Mi se nismo fokusirali na zapadne medijske sisteme jer smo mislili da su oni važniji od ostalih niti smo želeli njih da uspostavimo kao referentne za dalje komparativne analize, već smo odabrali da pišemo o sistemima koje smo najbolje poznavali i o kojima je napisano dovoljno istraživanja na nama razumljivim jezicima da bismo mogli da ih uključimo u svoj rad“ (Hallin & Mancini, 2012: 1).

Nakon svih kritika koje su im upućene, autori kažu da su se zabrinuli da je, umesto da upokoje „Četiri teorije štampe“, kao što su nameravali, njihova knjiga postala isto to, i da se njihova tri modela pretvaraju u istu univerzalističku shemu koja pretenduje da se primenjuje svuda (Hallin & Mancini, 2012: 2). Stoga su pozvali autore koji su već istraživali medijske sisteme u istočnoj Evropi i bivšem Sovjetskom Savezu, na Bliskom Istoku, u Aziji, Africi i Latinskoj Americi i uputili ih da, primenjujući iste kriterijume: strukturu medijskog tržišta, stepen i oblik političkog paralelizma, novinarski profesionalizam i državni intervencionizam – pokušaju da odgovore da li je neki od tri ponuđena modela primenjiv na istraživani medijski sistem.

Empirijsko komparativno istraživanje medijskih sistema realizovale su Peruško, Vozab i Čuvalo (2015) koje su analizirale medijske sisteme ukupno 24 zemlje – uključujući i deset zemalja koje pripadaju centralnoj i istočnoj Evropi (sve članice Evropske unije osim Letonije). Njihovo istraživanje rezultiralo je novom klasifikacijom na temelju klastera i strukturalnih varijabli na tri modela: južno i istočni evropski klaster (Litvanija, Hrvatska, Mađarska, Rumunija i Bugarska, zajedno sa Grčkom i Italijom), evropski mejnstrim klaster (Poljska, Estonija, Češka, Slovenija i Slovačka, zajedno sa Austrijom, Nemačkom, Belgijom, Francuskom, Irskom, Portugalom i Velikom Britanijom) i skandinavski klaster (Norveška, Švedska, Danska i Finska) i četvrti klaster u kojem je samo Izrael (Peruško, Vozab, & Čuvalo, 2015: 354).

Sledeći korak u komparativnom empirijskom istraživanju napravili su švajcarski naučnici Brugeman, Engeser, Buhel, Humprecht i Kastro (Brüggemann, Engesser, Büchel, Humprecht & Castro, 2014). Oni su u svojoj analizi krenuli od tri modela Hallina i Mančinija na uzorku istih 18 zapadnih zemalja, ali su koristili empirijske alate, kao što su korelacija i klaster analiza. Predstavili su četiri empirijska tipa zapadnih medijskih sistema: severni (Danska, Finska, Norveška i Švedska), centralni (Austrija, Nemačka, Švajcarska i Velika Britanija), zapadni (Belgija, Holandija, Irska, SAD i Portugal) i južni (Španija, Francuska,

Grčka i Italija). Ovi autori u zaključku svog rada predložili su i uključivanje „dodatnih dimenzija u analizu kao što su pristup internetu, društvene mreže i sloboda štampe“ (Brüggemann et al., 2014: 1062).

Nakon sloma komunističkih sistema u centralnoj i istočnoj Evropi mnoga istraživanja fokusirala su se na načine na koje su se medijski sistemi transformisali u novonastalim demokratijama. Među njima više je onih koja su usmerena na teorijsko markiranje normativnih promena, dok još nedostaje dovoljno sistemskih empirijskih istraživanja koja bi dala bolji uvid u tok promena. Raspon mogućnosti u smislu medijske transformacije u zemljama centralne i istočne Evrope bio je obiman, jer su se tokom nekoliko decenija druge polovine XX veka u zemljama zapadne Evrope odigrali brojni, ponekad i kontradiktorni, procesi. U nastavku su navedeni neki od njih sistematizovani na način na koji je to učinio Jakubovič (Jakubowitz, 1995).

Medijska diferencijacija, koja je počela davno, ali se nastavila kroz šezdesete i sedamdesete godine prošlog veka tokom koje se odigrala transformacija državnih kontrolisanih emitera u javne servise. Profesionalizacija novinara je proces koji je korespondirao sa medijskom diferencijacijom, a koji označava redefinisavanje novinara iz propagandnih alata u kompetentne novinare sposobne za prikupljanje i objavljivanje nepristrasnih i neutralnih informacija. Tu je još i medijska decentralizacija i specijalizacija, uslovljena i novostvorenim javnim servisima i tržišnim usmerenjem, da nacionalni mediji identifikuju i opslužuju jednako i društvene i interesne grupe, kao i manjinske društvene grupe. Sledeći proces – demokratizacija – promovisana je snažnim pokretom u zapadnoj Evropi šezdesetih i sedamdesetih godina a osamdesetih i devedesetih godina u centralnoj i istočnoj Evropi, koja treba da zadovolji generalnu potrebu za informisanjem i zadovolji pravo na informisanje uz pružanje mogućnosti pristupa i participacije u radu medija. Jakubovič ovde još navodi demonopolizaciju i deregulaciju elektronskih medija, koje su se u zapadnom svetu odigrale još osamdesetih godina, što je bio rezultat trijumfa neoliberalizma, u kojem je bilo moguće smanjenje državnog intervencionizma u elektronskim medijima, kao i ukidanje državnog monopola, čime su stvoreni uslovi za pojavu privatnog sektora u oblasti elektronskih medija (Jakubowitz, 1995). Nakon ovih usledili su i komercijalizacija privatnih, a delimično i javnih elektronskih medija kao rezultat njihovog izlaska na tržište i porasta priliva finansija od marketinga i koncentracija vlasništva na nacionalnom i međunarodnom nivou, kao i internacionalizacija sadržaja

(posebno televizije i filma) i, u mnogim slučajevima, vlasništva i globalizacija velikih medijskih konglomerata (Jakubowitz, 1995: 78).

Jakubovič se 2001. godine vratio istoj temi i pokušao da da pregled dešavanja do tog trenutka u zemljama centralne i istočne Evrope i, na temelju prirode i stepena promena koje su se desile u transformaciji medijskih sistema u ovim zemljama, podelio ih je na dva tipa – A i B. Prva grupa zemalja (tip A), uslovno govoreći, napredovala je prilično tokom perioda tranzicije u ovom segmentu. Primeri bi bile Poljska, Češka Republika, Mađarska, Slovenija, i Estonija. Druga grupa (tip B) sačuvala je mnoge karakteristike starog poretka. Primeri bi bili Rusija i neke druge zemlje nastale nakon raspada Sovjetskog Saveza (Jakubowitz, 2001: 59). I u zemljama koje pripadaju tipu A i B i medijski sistemi i dalje su visoko politizovani, posebno u slučaju elektronskih medija i sa ograničenom nezavisnošću od političke elite.

Slovenački autor Splihal osporio je ideju da će završetak autoritarnih praksi u bivšim socijalističkim zemljama automatski dovesti i do razvoja demokratskih političkih i medijskih sistema (Splichal, 1994). Istoj ideji autor se vratio nekoliko godina kasnije:

„Moje sumnje bile su uglavnom izazvane činjenicom da su istočno-centralnoevropska društva zapala u proces imitacije zapadnoevropskih praksi u privredi i društvu, umesto da su razmotrila šta bi od iskustava zapadnih medijskih sistema bilo moguće usvojiti u procesu radikalnog razlaza sa prethodnim nedemokratskim praksama pod socijalističkim režimima“ (Splichal, 2001: 33).

Splihal konstatuje da su, u poređenju sa inicijalnom situacijom, mediji u centralnoj i istočnoj Evropi postigli određeni napredak u liberalizaciji i pluralizaciji, ali da „nasuprot demonopolizaciji državnih medija u kojoj je postignut ogroman napredak, u zadovoljavanju ostalih nužnih preduslova medijske demokratizacije – medijska diferencijacija, profesionalizacija novinara, pristup medijima – nije urađeno dovoljno“. Kao ključne propuste autor izdvaja da monopol nad državnim medijima jeste svugde razbijen, ali da je dodela licenci i frekvencija za nacionalno emitovanje i dalje pod državnom kontrolom, a poštanska služba, u vlasništvu države, često je u polumonopolističkom položaju u pogledu distribucije štampe. „Političari u svim zemljama ograničavaju novinarske slobode koristeći zakonske kazne za nanošenja štete časti i ugledu da bi

kaznili otvoreno i kritičko izveštavanje o javnim zvaničnicima i institucijama“ (Splichal, 2001: 33).

Splihal dalje kritikuje imitaciju modela razvijenih zemalja kao razvojnu strategiju u mnogima od pomenutih zemalja u tranziciji. Autor identifikuje nekoliko strukturnih tendencija ili strategija u zemljama centralne i istočne Evrope koje se, u različitim stepenima, odvijaju u čitavom regionu i odražavaju imitativnu prirodu novih sistema. Šest tendencija izdvaja kao naročito važne za razvoj novih ili budućih medijskih sistema: (1) renacionalizacija, (2) denacionalizacija i privatizacija, (3) komercijalizacija, (4) internacionalizacija i transnacionalizacija, (5) nacionalistički i verski ekskluzivizam kao dva oblika ideološkog ekskluzivizma, koji se obično (6) ukrštaju. „Ovih šest imitacionih tendencija mogu se podeliti u dve šire grupe: (1) one pri kojima se imitira vanjsko okruženje, prvenstveno zapadna Evropa i SAD (2, 3, 4, 6) i (2) one pri kojima se imitira prošlost (1 i 5)“ (Splichal, 2001: 40).

Jedno od najskorijih istraživanja medijskih sistema zemalja centralne i istočne Evrope sprovela je Dobek-Ostrowska. Njena analiza odnosa medija i politike u CIE temelji se na sva tri ranija koncepta (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956, Hallin & Mancini, 2004, Peruško, Vozab, & Čuvalo 2013; 2015, Brüggemann et al., 2014). Ona je u svom istraživanju krenula od identifikacije nivoa demokratizacije, a potom odredila pripadajuće mesto svakoj zemlji u tranziciji iz komunizma u konsolidovanu demokratiju (Dobek-Ostrowska, 2015: 25). Autorka je u svojoj podeli za pet kriterijuma klasifikacije koristila različite izvore: (1) indeks demokratije 2015 (The Economist Intelligence Unit Limited); (2) sloboda štampe 2015 (Freedom House); (3) svetski indeks slobode medija 2015 (Reporters Without Borders); (4) bruto domaći proizvod (BDP) 2014 (Međunarodni monetarni fond) i (5) penetracija interneta 2014 (Internet Live Stats).

Prva identifikovana grupa zemalja pripada *hibridnom liberalnom modelu*. Ovde spadaju zapadnoslovenske (Češka, Poljska i Slovačka) i baltičke države (Estonija, Letonija i Litvanija). Južnoslovenska Slovenija, geografski udaljena od ostalih, takođe je klasifikovana u ovaj model. Ovo je sedam najbogatijih država u centralnoj i istočnoj Evropi. Analiza medijskih sistema u ovih sedam država u 2015. godini pokazuje mnogo sličnosti sa libertarijanskom teorijom Siberta, Patersona i Šrama, i liberalnim modelom Halina i Mančinija (Dobek-Ostrowska, 2015: 26).

Drugi model autorka zove *politizovani medijski model* i on obuhvata pet zemalja: Bugarska, Hrvatska, Mađarska, Rumunija i Srbija, kao jedina država izvan Evropske unije. Za srpski medijski model Dobek-Ostrowska tvrdi da ima više zajedničkih karakteristika sa ovom grupom nego sa trećom. Izdvojene zajedničke karakteristike su niski demokratski standardi i politička kultura društava, visoka politizacija javnog radio-difuznog servisa i politička kontrola javnog radija i televizije, ali se naglašava da je ovaj model dinamičan i promenljiv i da je teško predvideti šta će se sa ovim medijskim sistemima dogoditi u budućnosti (Dobek-Ostrowska, 2015: 27). Ovaj model najpribližniji je onome što su Halin i Manćini opisali kao „mediteranski ili polarizovani model“ (Dobek-Ostrowska, 2015: 31).

Kako tvrde Radojković, Milojević i Ugrinić, medijski sistem Srbije bliži je onima u zemljama klasifikovanim u model politizovanih medija nego onima koje pripadaju modelu medija u tranziciji (Radojković, Milojević, & Ugrinić, 2014 prema Dobek-Ostrowska, 2015). Plasmani po indeksu demokratije i indeksu slobode medija smeštaju Srbiju na poziciju između Bugarske i Rumunije. Budući da se radi o najsiromašnijoj zemlji u grupi, najniža je i penetracija interneta.

„Uočen je trend pada indeksa slobode štampe poslednjih godina zbog pojačanih političkih pritisaka i ograničavanja rada novinara od strane vlade, kao i pad raznovrsnosti medijskih formi i sadržaja. Srpski novinari priznaju da je njihova autonomija ograničena neraskidivim savezom između države, političkih aktera i vlasnika kapitala“ (Radojković, Milojević & Ugrinić, 2014 prema Dobek-Ostrowska, 2015: 31).

Na pitanje ko su izvori najsnažnijeg pritiska na medije u Srbiji, novinari imenuju političke stranke koje čine vladajuću koaliciju. Ekonomski pritisak uočljiv je i u privatnim medijima. Značajan položaj stranog vlasništva u medijima doveo je do komercijalizacije i tabloidizacije medijskih sadržaja i pada novinarskog profesionalizma. Na osnovu njihovog empirijskog istraživanja, autori zaključuju da su novinari u Srbiji sličniji rumunskim i bugarskim nego novinarima u Poljskoj ili Češkoj (Radojković, Milojević i Ugrinić, 2014 prema Dobek-Ostrowska, 2015: 31).

Model medija u tranziciji najteži je za analizu, tvrdi Dobek-Ostrowska, zbog ograničenog broja istraživanja i podataka. Ovde su klasifikovane dve slabe demokratije, Moldavija i Makedonija, i tri hibridna režima: Crna Gora, Albanija i

Bosna i Hercegovina. Pored njih tu su i Ukrajina i Kosovo, koje je najproblematičniji slučaj, jer ne postoji na mnogim rang-listama i indeksima. Sve ove države u fazi su tranzicije ka demokratiji i primarnoj tranzicionoj fazi reforme medija (Dobek-Ostrowska, 2015: 32).

Autoritarni model uključuje istočno-slovenske postsovjetske države – Belorusiju i Rusiju. Obe autorka prepoznaje kao autoritarne režime i pokrivaju u velikoj meri karakteristike koje su Sibert, Peterson i Šram pripisali autoritarnoj teoriji štampe. Masovni mediji izuzetno su politizovani, a predstavnici vlasti koriste ih kao instrument snažne političke propagande. Zabranjena je kritika političke mašinerije i zvaničnika. Putem medija, vladajuće elite kontrolišu društva i manipulacijom stiču podršku, ali treba naglasiti da se ovaj model, ipak, razlikuje od starog sovjetskog (Dobek-Ostrowska, 2015: 33).

4. Konceptualizacija novinarske kulture

Iako je razumevanje mesta i uloge novinarstva u svakom društvu od velike važnosti čitav niz istraživanja obavljenih u okviru normativne i analitičke tradicije doveo je do situacije u kojoj rezultati istraživanja nisu više odražavali realno stanje u savremenom svetu. Ovo se dešavalo delimično i zbog toga što je ogroman broj napora bio usmeren samo na položaj novinarstva u zapadnim demokratijama i njegovu ulogu u konsolidaciji demokratije. Isključivanjem iz istraživanja ostatka sveta i delovanja novinarstva u nedemokratskim ili nezapadnim uslovima, ali i vrsta novinarstva i novinarskih uloga usmerenih na nepolitičke teme i na svakodnevni život čoveka izgubljen je potencijal za sticanje sveobuhvatne slike.

Stoga su se u okviru projekta *Worlds of Journalism* i pokušaja da se što temeljnije istraži i razradi koncept novinarske kulture prvo javila istraživanja usmerena na aktere novinarskog procesa i zahvaljujući njima bilo je moguće saznati više o tome kako sami novinari percipiraju sopstvenu i društvene uloge svojih kolega i na koji način ih vrednuju, a potom se poslednjih godina javlja i novi tip istraživanja – paralelna istraživanja percepcije novinarskih uloga novinara i publike. I već rezultati prvih istraživanja ukazuju na to da postoji raskorak između onoga što sami kreatori medijskih sadržaja misle o sopstvenom radu, svojoj ulozi i njenoj važnosti u društvu i onoga što o njima misle pripadnici publike.

The Worlds of Journalism Study (WJS) nastao je sa ciljem da se redovno istražuje stanje u kojem se novinarstvo nalazi širom sveta. Zajedničkim naporima istraživača projekat se realizuje uz poštovanje najviših standarda naučne saradnje, demokratske participacije i zajedničkog objavljivanja. Obarajući sve rekorde u oblasti komparativnih komunikoloških istraživanja, projekat trenutno okuplja istraživače iz 67 zemalja. Nakon objavljivanja rezultata pilot studije nastale u periodu 2007–2011, usledila je studija za čije potrebe je intervjuisano 27.500 novinara u periodu 2012–2016. Rezultati ovog istraživanja objavljeni su u knjizi „Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe“ koju su priredili Tomas Hanič, Folker Hanuš, Jotike Ramaprasad i Arnold S. de Ber (Hanitzsch, Hannusch, Ramaprasad & de Beer, 2019). Zajednički upitnik usmeren je na istraživanje nekoliko ključnih pojava sa kojima se novinari i medijske kuće danas suočavaju, uključujući: ulogu novinarstva u društvu, etiku, autonomiju i pritiske, poverenje novinara u javne institucije i transformaciju savremenog novinarstva u najširem smislu.

Jedan od inicijatora projekta i član izvršnog odbora WJS je istraživač Tomas Hanič koji je u nekoliko radova objavljenih u protekloj deceniji svoj rad fokusirao na istraživanje uloge novinarstva i novinara u društvu. On skreće pažnju na to da se veliki broj studija bavi kulturom produkcije vesti, ali da su retke one koje pokušavaju da objasne novinarsku kulturu i njenu dimenzionalnu strukturu na konceptualnom nivou (Hanitzsch, 2007).

„Obično se o kulturi govori kao o skupu ideja (vrednosti, stavova i uverenja), prakse (kulturne produkcije) i artefakata (kulturni proizvodi, tekstovi). Novinarska kultura manifestuje se kroz način na koji novinari razmišljaju i deluju; može se definisati kao skup ideja i praksi pomoću kojih novinari, svesno i nesvesno, legitimizuju svoju ulogu u društvu i osmišljavaju svoj rad, sebi i drugima (Hanitzsch, 2007: 369).

Sistematizujući prethodna istraživanja, Hanič konstatuje da se u lancu produkcije vesti, novinarska kultura artikuliše na tri osnovna nivoa analize: kognitivnom, evaluacionom i performativnom. Kognitivne i evaluacione strukture oblikuju novinarske prakse, a novinari – uglavnom nesvesno – ovaploćuju ove duboke strukture kroz svoje profesionalne performanse.

- Na kognitivnom nivou oblikuju se njena fundamentalna struktura na osnovu koje se odvija percepcija i tumačenje vesti i novinarskog rada (recimo: pripisivanje vrednosti vesti – *news values* – događajima).
- Na evaluacionom nivou njome se rukovode novinari pri formulisanju svog profesionalnog pogleda na svet novinara (percepcija uloga) kao i pri formulisanju svoje profesionalne ideologije („objektivno novinarstvo“, „istraživačko novinarstvo“).
- Na performativnom nivou, ona se materijalizuje u načinu na koji novinari rade svoj posao (načini izveštavanja, vrsta novinarstva) (Hanitzsch, 2007: 369).

Autor tvrdi da se profesionalne ideologije u novinarstvu mogu shvatiti kao kristalizacije karakterističnih nizova novinarskih vrednosti, orijentacija i predispozicija koje se artikulišu kao dominantne profesionalne kulture (npr., objektivnog novinarstva) ili kao kontrahegemonistički skup vrednosti (npr., građansko novinarstvo ili mirovno novinarstvo).

Na osnovu postojećih i dostupnih ranijih istraživanja, on predlaže konceptualizaciju novinarske kulture koja ima tri suštinska konstitutivna elementa: institucionalne uloge, epistemologije i etičke ideologije. „Ova tri konstitutivna elementa dalje se dele u sedam glavnih dimenzija: intervencionizam, pristup moći, tržišna orijentacija, objektivizam, empiricizam, relativizam i idealizam. Svaka od sedam dimenzija obuhvata dva ekstremna pola koja se retko manifestuju u stvarnom svetu novinarske prakse“ (Hanitzsch, 2007: 371).

Prva komponenta novinarske kulture je preskriptivna i odnosi se na institucionalne uloge novinarstva u društvu, u pogledu i njenih normativnih odgovornosti i funkcionalnog doprinosa društvu (Hanitzsch, 2007: 371). Stoga autor predlaže novu višedimenzionalnu strukturu koja omogućuje obuhvatanje globalne varijanse u percepciji novinarskih uloga, koja se sastoji od tri osnovne dimenzije: intervencionizma, pristupa moći i tržišne orijentacije (Hanitzsch, 2007: 371).

Intervencionizam – ova dimenzija odražava stepen posvećenosti novinara određenoj misiji i promociji određenih vrednosti. Dimenzija intervencionizma, koju Himelboim i Limor (Himelboim & Limor, 2005: 9) označavaju kao „sekvenca uključivanja“, proteže se od „pasivne“ (niske) do „intervencije“ (visoke). Na temelju ovog kriterijuma, prema Haničevom konceptu, moguće je razlikovati dva tipa novinara: intervencionist je onaj koji je društveno posvećen

i motivisan, dok je onaj suprotan njemu distanciran i neinvestiran, posvećen objektivnosti i nepristrasnosti.

Druga dimenzija odnosi se na poziciju novinara prema lokusu moći u društvu i slična je onome što Himelboim i Limor nazivaju „protivničkom sekvencom“ (Himelboim & Limor, 2005). Prema Haniču, u novinarstvu, jedan pol ove dimenzije predstavlja novinar „protivnik“ (visoko na skali), a na drugom polu je „lojalni“ novinar (nisko na skali) (Hanitzsch, 2007).

Drugi ekstremni kraj dimenzije pristupa moći je onaj oblik novinarstva koji se pozicionira kao lojalan onima koji su na vlasti. Ovakvo novinarstvo može biti otvoreno lojalno: preuzimajući „propagandističku ulogu“ (Pasti, 2005: 99) i praktikujući „agitatorsko novinarstvo“ (Wu, Weaver, & Johnson, 1996: 544).

Treća dimenzija institucionalnih uloga odražava primarni socijalni fokus kojim se rukovodi produkcija vesti. „Tržišna orijentacija je visoka u novinarskim kulturama koje svoje ciljeve podređuju logici tržišta; a niske u kulturama fokusiranim na produkciju vesti koje su javnom interesu“ (Hanitzsch, 2007: 374). Kada je tržišna orijentacija visoka, novinarstvo akcentuje ono što publika želi da zna na račun onoga što treba da zna.

Prema Haničevom tumačenju, epistemološki konstituent novinarske kulture odnosi se na filozofsko tumačenje osnova novinarskog rada. Epistemološko razmatranje novinarstva postavlja pitanje da li informisanje može pružiti objektivno prenošenje istine, bez vrednovanja, i ako može, kako se uopšte utvrđuje šta je istina. Novinarska epistemologija može se klasifikovati u odnosu na dve fundamentalne dimenzije: objektivizam i empiricizam (Hanitzsch, 2007: 375–376).

Prva dimenzija, koja se odnosi na pitanje kako se istina može postići, odnosi se na filozofski ili apsolutni osećaj objektivnosti, a ne na proceduralnu objektivnost kao metodu. Ova podela prati liniju razgraničenja između, na jednoj strani podudarnosti (engl. *correspondence pole*) (visok) i na drugoj strani subjektivizma (nizak), koji se pridržava stava da su sve vesti selektivne i da ljudska bića percipiraju stvarnost na temelju svojih stavova (Hanitzsch, 2007: 376).

Druga dimenzija epistemoloških konstituenata novinarske kulture odnosi se na načine na koje novinari dolaze do tvrdnji o istini. Novinari iznose tvrdnje čiju je istinitost onda potrebno dokazati publici. U suštini postoje dva tipična načina opravdavanja istinitih tvrdnji u epistemologiji novinarstva: novinari mogu utvrđivati istinu empirijski (visoko) ili analitički (nisko) (Hanitzsch,

2007: 376). Novinarske kulture koje daju prioritet empirijskoj potrazi za istinom naglašavaju kao temeljne postupke: posmatranje, merenje, dokazivanje i povezivanje sa iskustvom. Na negativnom kraju kontinuuma empiricizma, novinarske kulture naglašavaju analitičku potragu za istinom, fokus je na motivaciji, idejama, vrednostima, mišljenju i analizi (Hanitzsch, 2007: 376).

Etičke ideologije su treći konstituent novinarske kulture. Uopšteno govoreći o etici u teoriji, moguće je razlikovati etičke ideologije i moralne vrednosti, koje obe uspostavljaju kriterijume za procenjivanje prihvatljivosti ili etičnosti određenih praksi. Moralne vrednosti su specifične za kulturni kontekst kojem pripadaju te ih treba tretirati kao kontekstualne dimenzije novinarske kulture. Veruje se da su neki od ovih faktora prototipne vrednosti „univerzalnog“ etičkog kodeksa u novinarstvu, iako je većina ovih principa evoluirala u zapadnom kulturnom kontekstu (Hanitzsch, 2007: 378). Hanič umesto fokusiranja na prepoznavanje poštovanja etičkih vrednosti u novinarstvu, predlaže pristup koji pažnju usmerava na to kako novinari odgovaraju na etičke dileme. On nudi klasifikaciju četiri etičke ideologije: situacionisti su idealisti, ali su i relativisti, jer imaju tendenciju odbacivanja moralnih pravila i zagovaranja individualističke analize svakog čina u svakoj situaciji. Apsolutisti su takođe idealisti i smatraju da se najbolji mogući ishod uvek može postići praćenjem univerzalnih moralnih pravila (Hanitzsch, 2007: 379).

5. Klasifikacije novinarskih uloga

Novinarske uloge bile su predmet širokog spektra studija zasnovanih na različitim konceptualnim i metodološkim okvirima. U jednoj od najčešće korišćenih normativnih klasifikacija, Denis Makvejl identifikuje pet vrsta uloga medija, koje uključuju: informacije, korelaciju, kontinuitet, zabavu i mobilizaciju (McQuail, 2000: 79–80). Analitička tradicija proučavanja novinarskih uloga razvijala se u sličnom pravcu, gde su često citirane studije Vivera i Vilhojta koji razlikuju novinare „diseminatore“, „interpretatore“, „zagovarače“ i „populističke mobilizatore“ (Weaver & Wilhoit, 1986, 1996).

Analitička tradicija je prominentnija u polju studija novinarstva, a njeni počeci vezuju se za Koena (Cohen, 1963) koji je predložio distinkciju između „neutralne“ i „uloge učesnika“. Janovič (Janowitz, 1975) je produbio njegov rad identifikacijom dva slična koncepta: uloge „čuvara kapija“ i „advokata“. Nastavljajući rad Džonstona, Slavskog i Boumana (Johnstone, Slawski &

Bowman, 1972), Viver i Vilhojt (Weaver & Wilhoit, 1986; 1996) kasnije su doneli svoju podelu.

Koristeći njihov izvorni upitnik, urađeno je mnoštvo istraživanja van SAD (Weaver, 1998), a analizirajući podatke dobijene u intervjuima sa novinarima u 22 zemlje Viver i Willnat (Weaver & Willnat, 2012) zaključili su da novinari širom sveta najviše vrednuju uloge diseminatora, analitičara i psa čuvara. Međutim, primetili su i mnogo neslaganja oko relativne važnosti razlikovanja novinarskih uloga, što može govoriti protiv ideje o univerzalnom setu profesionalnih stavova u novinarstvu širom sveta.

Referišući na istraživanja rađena u nezapadnim novinarskim kulturama, autori ističu da je utvrđeno da, recimo, arapski novinari vide svoju misiju kao pokretača političkih i socijalnih reformi koji deluju kao „agenti promena“ u političkoj areni (Pintak, 2014 prema Hanitzsch & Vos, 2017: 117). Uočeno je da se indonežanski i pakistanski novinari identifikuju kao branioci nacionalnog suvereniteta, čuvari nacionalnog jedinstva i agenti društvenog razvoja (Pintak & Nazir, 2013, Romano, 2003 prema Hanitzsch & Vos, 2016: 148). „Međutim, ovo ne znači da su novinarske uloge ograničene unutar nacionalnih granica i da tek uslovno mogu da se dovode u vezu. Naprotiv, novinarske uloge prelaze granice novinskih kuća u različitim vrstama društava“ (Hanitzsch & Vos, 2016: 148).

Ipak, glavnina analitičkih istraživanja proizvela je duge liste novinarskih uloga koje su uglavnom deskriptivne i nedovoljno teorijski istražene. Značajan izuzetak je delo Donsbacha i Patersona koji su podelili novinarske uloge duž dve osnovne dimenzije: pasivni naspram aktivnih i neutralni protiv advokata (Donsbach & Paterson, 2004). Drugi izuzetak je Haničevo ranije istraživanje (Hanitzsch, 2007) koji je predložio da se novinarske uloge klasifikuju po tri dimenzije: intervencionizam, pristup moći i tržišna orijentacija (Hanitzsch & Vos, 2016:148).

Normativna tradicija rasplamsala se posle Drugog svetskog rata kada je uočena moć medija da oblikuju javnu komunikaciju. U okviru ovakvog tumačenja uloge novinarstva i novinara u društvu nastao je izveštaj Komisije za slobodu štampe (*Commission on Freedom of the Press*) u Sjedinjenim Američkim Državama u koje je zaključeno da demokratija suštinski zavisi od slobodnog protoka proverenih informacija i pluralizma mišljenja. Ovu tradiciju duboko uronjenu u zapadnu perspektivu demokratije nastavili su i Sibert i saradnici sa svoje

iznesene četiri teorije štampe. Kristijans sa saradnicima (Christians et al., 2009) sumira da većina autora koja pripada normativnoj tradiciji identifikuje kao ključne zadatke novinara u društvu: posmatranje i informisanje, učešće u javnom dijalogu u formi komentara, savetodavnost i zastupanje i davanje prostora različitim stavovima, odnosno, prema njihovom tumačenju, novinari se javljaju u ulogama onih koji: nadziru, utiču na kreiranje mišljenja, kreiraju agendu, deluju kao „psi čuvari“, prenose poruke i aktivno učestvuju u društvenom životu (Christians et al., 2009). Ova grupa autora u klasifikaciji normativnih pristupa formulišu četiri bazične uloge: nadzorna, facilitativna, kolaborativna i radikalna (Christians et al., 2009: 125). Najčešća zamerka istraživanjima nastalim u okviru ove tradicije je njihova neprimenjivost na nezapadni svet.

Ipak, i normativna i analitička tradicija konceptualizacije novinarskih uloga došle su do tačke razilaženja sa realnošću novinarstva u globalnom svetu. Argumenti koje Hanič i Vos iznose svom radu o novinarskim ulogama (Hanitzsch & Vos, 2016) jesu da su uloge novinara uglavnom diskutovane u okviru (1) zapadnog sveta orijentisanog na (2) doprinos medija demokratizaciji i građanskom društvu, te je zbog toga neophodna (3) nova i inkluzivnija klasifikacija novinarskih uloga, u okviru koje će relevantnost novinarstva u domenu političkog i svakodnevnog života biti bolje artikulisana (Hanitzsch & Vos, 2016: 147).

Pored toga, autori skreću pažnju na činjenicu da je akademska zajednica okupljena oko novinarstva kao predmeta izučavanja decenijama okupirana istraživanjem uloge novinara u političkom kontekstu.

„Drugi oblici novinarstva, kao što su izveštavanje o komunalnim ili vestima iz sveta zabave, bili su marginalizovani u naučnom diskursu i povremeno diskreditovani kao nedostojni. U savremenom svetu, sve više fokusiranom na identitete, očekuje se da se novinari bave i domenom svakodnevnog života ljudi“ (Hanitzsch & Vos, 2016: 147).

Autori navode da još uvek mnogo toga nedostaje u teoriji novinarskih uloga jer analitički i normativni pristup nemaju međusobnih dodira, što kvalifikuju kao propuštenu priliku, a osim toga, mnogo je onih istraživači novinarskih uloga koji nužno podrazumevaju tesnu vezu između novinarstva i demokratije (Hanitzsch & Vos, 2016: 149).

Hanič i Vos tvrde da novinarske uloge ne postoje same po sebi i da one nastaju tek kada mi razgovaramo o njima i to upravo zbog toga. Da bi bile razumljive, one postoje kao deo šireg okvira značenja – diskursa. „Stoga, novinarske

uloge – kao i novinarstvo – konceptualizujemo kao diskurzivno konstituisane. Kao strukture značenja one uspostavljaju parametre onoga što je poželjno u datom institucionalnom kontekstu i podložne su diskurzivnom (ponovnom) stvaranju, (ponovnom) tumačenju, prisvajanju i osporavanju. U srži ovog diskursa je novinarski identitet i njegovo mesto u društvu“ (Hanitzsch & Vos, 2016: 151).

Ova dvojica autora uviđaju da su neke novinarske uloge, kakve su, recimo, one koje se odnose na svakodnevni život čoveka, nedovoljno artikulisane i u analitičkoj i u normativnoj tradiciji.

„Mi nudimo bazu za konceptualizaciju registra registra novinarskih uloga koji će imati veći inkluzivni raspon. Napominjemo da model koji nudimo ne može biti univerzalan i da se naša teorija zasniva na empirijskom svetu koji poznajemo i proučavamo, ali okvir koji nudimo ima za cilj da proširi diskurs o novinarskim ulogama (Hanitzsch & Vos, 2016: 152).

U domenu političkog života, novinarstvo se obraća publici kao građanima, a svrha novinarstva stoga je da građanima pruži informacije koje su im potrebne za učestvovanje u političkom životu. Hanič i Vos razlikuju 18 uloga u univerzumu politički orijentisanih uloga novinara u zapadnim, ali i ostalim društvima u svetu. Ovih 18 uloga oni mapiraju na temelju šest osnovnih funkcija novinarstva koje se bave suštinskim potrebama političkog života: informativno-instruktivne, analitičko-savetodavne, kritičko-nadzorne, zagovaračko-radikalne, razvojno-edukativne i saradničko-facilitativne. Svaka od ovih funkcija nosi tri specifične uloge (Hanitzsch & Vos, 2016: 152)

Informativno-instruktivna funkcija najdirektnije se odnosi na ideju da građani moraju imati relevantne informacije na raspolaganju da bi delovali i učestvovali u političkom životu. Centralno za ovu funkciju je razumevanje novinarstva kao prakse prenošenja informacija, pakovanja i prepakivanja informacija i storitelinga. U informativnim medijima informativno-instruktivna funkcija javlja se u tri forme, dva „klasične“ i jednom skorijom (Hanitzsch & Vos, 2016: 152):

- Uloga DISEMINATORA usko je povezana sa idejom distribucije informacija (Weaver & Wilhoit, 1986). Na temelju ideje da novinari treba da izveštavaju o stvarima onakvima kakve one jesu, oni sebe vide kao distanciranje posmatrača, pridržavajući se stroge neutralnosti. Ovakvi novinari često zavise od zvaničnih izvora, služeći društvu u svojstvu prenošenja

zvaničnih izveštaja kao svojevrzni „zapisničari“ (Hanitzsch & Vos, 2016: 153).

- KURATOR je relativno nova uloga koja je postala relevantna u vremenu kada su informacije dostupne u obilju i mogu se deliti putem društvenih medija. Kurativni novinar pronalazi, organizuje, kontekstualizuje i deli najrelevantniji sadržaj o datoj temi. Drugim rečima, kuratori identifikuju, organizuju i pakuju informacije u poznate forme i stavljaju ih na raspolaganje svojim korisnicima (Hanitzsch & Vos, 2016: 153).
- STORITELER ili PRIPOVEDAČ stavlja aktuelnosti u perspektivu pružajući objašnjenje, pozadinu i kontekst – nešto što se često gubi u neprestanom ciklusu informacija 24/7. Ovi novinari smeštaju vesti dana u šire narative (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).

Analitičko-savetodavna funkcija, prema Haniču i Vosu, odnosi se na politički aktivnije novinarske uloge direktnog intervenisanja u politički diskurs (recimo, u formi komentara), uključivanja publike u javne diskusije, osnaživanja građana i omogućavanja njihovog političkog učešća (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).

- Uloga ANALITIČARA prvenstveno je fokusirana na pružanje analiza događaja u medijima. Ova vrsta novinara oslanja se na subjektivnost i sopstveno mišljenje uz utvrđivanje uzroka i predviđanje posledica, na mnogo izraženiji način nego novinar pripovedača (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).
- Uloga OMOGUĆIVAČA PRISTUPA podrazumeva omogućavanje participativnosti publici kojoj se pruža platforma i forum za izražavanje stavova (Weaver & Wilhoit, 1996). Na taj način, omogućivač pristupa ima za cilj angažovanje građana u javnim diskusijama dajući različitim zainteresovanim stranama u društvu priliku da artikulišu svoje interese i na taj način doprinesu javnoj raspravi (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).
- Uloga MOBILIZATORA – prihvatanje ove uloge znači delovanje u funkciji osnaživanja i pozivanja publike na građanski aktivizam u političkom životu (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).

Kritičko-nadzorna funkcija nalazi se u srcu svih normativnih tipologija novinara u većini zapadnih zemalja. Ova dimenzija zasnovana je na ideji novinarstva kao „četvrtog staleža“ pri čemu novinari kritikuju i pozivaju na odgovornost

nosioce javnih funkcija stvarajući u publici kritički orijentisane građane (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).

- MONITOR je najpasivnija od tri kritičko-nadzorne uloge. Ova uloga odgovara razumevanju novinara kao kritičnog posmatrača političkog ponašanja. Uloga monitora nije aktivna, oni samo obaveštavaju o postojanju prekršaja nosilaca javnih funkcija (Hanitzsch & Vos, 2016: 154).
- Uloga DETEKTIVA definisana je kroz istraživačke prakse koje se koriste za proveravanje istinitosti tvrdnji i izjava predstavnika vladajućih struktura. Detektivi su prototip istraživačkog novinara, za kojeg je istraživački postupak u srcu njihovog profesionalnog identiteta (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).
- Uloga PSA ČUVARA još je aktivnija i asertivnija od detektivske. Novinari koji prihvataju ovu ulogu proaktivno nadgledaju političke i poslovne lidere, a legitimnost delovanja novinara pasa čuvara u političkoj areni snažno je utemeljena u institucionalnom položaju novinara kao kontrolora nosilaca vlasti (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).

Suštinska karakteristika *zagovaračko-radikalne funkcije* u klasifikaciji Haniča i Vosa jeste odnos novinara prema lokusu moći u društvu – drugim rečima, njihov pristup moći (engl. *power distance*) (Hanitzsch, 2007: 373). Uloge koje pripadaju ovom domenu dopuštaju novinarima da o sebi misle kao o „učesnicima“ u političkom diskursu pri čemu oni u javni govor uključuju i svoja ideološka ubeđenja (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).

- Novinar PROTIVNIK namerno se postavlja nasuprot političkih autoriteta (Weaver & Wilhoit, 1986). U toj tradiciji, novinari se često pozicioniraju kao oni koji daju glas građanima, a ovako radikalna pozicija podrazumeva i elemente neprijateljstva u pozicioniranju novinara prema nosiocima pozicija moći vladi (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).
- Novinar ADVOKAT smatra sebe portparolom određenih društvenih grupa i njihovih ciljeva, ili uopšteno – svih socijalno ugroženih u društvu. Ovde je ključna karakteristika identifikacija sa određenom grupom (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).
- MISIONARSKA uloga, koju je prvi opisao Koher (Köcher, 1986), prvenstveno služi promovisanju određenih ideala, vrednosti i ideologija.

Drugačiji je od advokata, jer misionar ne deluje u ime drugih, već se angažuju u kampanjama iz lične motivacije. Novinari koji prihvataju ovu ulogu mogu propagirati određenu političku ideologiju ili kulturne, duhovne i moralne vrednosti (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).

Razvojno-edukativna funkcija slična je zagovaračko-radikalnoj jer je duboko intervencionistička. Novinari ne ostaju distancirani, već učestvuju, intervišu i promovišu društvene promene (Hanitzsch, 2007). Razvojno-edukativna dimenzija podrazumeva da se intervišu i van domena novinarskog diskursa promovišući duboke društvene promene (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).

- AGENT PROMENE uloga je koja je posebno relevantna u tranzicionim društvima i onima koja prolaze kroz razvojne promene – ovde novinar zagovara društvene promene i pokreće političku i socijalnu reformu (Hanitzsch & Vos, 2016: 155).
- Uloga EDUKATORA najizraženija obuhvata pedagošku funkciju novinarstva, a novinari djeluju kao svojevrsni edukatori (Statham, 2007) koji podižu svest javnosti i promovišu znanje i njegovu primenu u percepciji problema (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).
- Uloga POSREDNIKA prvenstveno se bavi društvenom integracijom i smanjenjem socijalnih tenzija (McQuail, 2000). Posrednik se angažuje na kreiranju društvene harmonije i zajedničkih vrednosti. Popularna primena ove uloge je u formi „mirovnog novinarstva“ (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).

Kolaborativno-facilitativna funkcija stavlja novinare u poziciju partnera nosilaca moći. Novinari koji prihvataju ovu ulogu često zauzimaju odbrambeni stav, skloni su samocenzuri, a publici se obraćaju paternalistički. Kolaborativno-facilitativni stav može novinarima biti nametnut putem sredstava prinude, ali se može i zasnivati na zajedničkoj posvećenosti uzajamno prihvatljivim sredstvima i ciljevima (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).

- Kao FACILITATORI novinari smatraju da je njihova društvena odgovornost da pomognu vladi u naporima da unapredi društveni i ekonomski razvoj zemlje (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).

- Novinar SARADNIK ide mnogo dalje, posvećujući se ideji da su, kao javni komunikatori, novinari deo „državnog aparata“. U tom svojstvu očekuje se od njih da brane vladu i njenu politiku kao propagandisti ili kao „agitatori“ (Wu, Weaver & Johnson, 1996: 544). Ovi novinari ne suprotstavljaju se ideji da slobodu štampe treba ograničiti u skladu sa ekonomskim prioritetima i razvojnim potrebama nacije (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).
- Uloga GLASNIKA slična je diseminatoru. Novinari praktično prenose publici zvanične informacije. Posao novinara je da obezbedi legitimitet vladi objašnjavajući njene političke ideje (Hanitzsch & Vos, 2016: 156).

Jedna od najznačajnijih transformacija našeg vremena bio je pomak medijskog fokusa sa javnih događaja na domen svakodnevnog života. Prodor sadržaja iz oblasti lajfstajla, sveta poznatih i, načelno, prodor „mekih“ vesti u medijima novinarski je odgovor na poziv modernosti, nastao kao rezultat opšte individualizacije i promene emancipatorskih vrednosti (Hanusch & Hanitzsch, 2013: 952). Proces individualizacije podstakao je temeljnu transformaciju društva, a sociolozi i politikolozi istražuju ono što Inglehart i Welzel (Ronald Inglehart & Christian Welzel) nazivaju „promenom emancipativnih vrednosti“ (Inglehart & Welzel, 2005). Emancipativne vrednosti očiglednije su u postindustrijskim društvima, gde su ekonomski resursi za preživljavanje uglavnom osigurani (Hanitzsch & Vos, 2016: 157).

Zato i novinarstvo ima niz važnih uloga u domenu svakodnevnog života. Područje potrošnje postalo je interesantno za novinarstvo jer se mediji sve više obraćaju publici u svojstvu potrošača uključujući različite vrste proizvoda i obrasce aktivnosti za slobodno vreme, čime doprinose izgradnji potrošačkog načina života (Chaney, 2001: 80). Područje identiteta postaje relevantnije za medije jer je kreiranje identiteta u modernim društvima više nego ikada individualna praksa. Pojedinci se više ne rađaju u svoje identitete, identitet se transformisao iz „datosti“ u „zadatak“, a pojedinci snose odgovornost za obavljanje tog zadatka i za njegove posledice (Hanitzsch & Vos, 2016: 158)

Stoga Hanič i Vos predlažu klasifikaciju sedam idealno-tipičnih uloga novinara u domenu svakodnevnog života. Neke od ovih uloga su „čistije“ u smislu da više generički zadovoljavaju potrebe u jednoj od tri specifična područja –

potrošnja, identitet i emocije – dok druge uloge istovremeno obrađuju dve ili sve oblasti.

- **PRODAVAC** je najbliže vezan za sferu potrošnje. Novinari koji prihvataju ovu ulogu promovišu stil života i različite vrste proizvoda, čime potencijalno služe svojim oglašivačima.
- **PROVAJDER USLUGA** poseduje hibridni društveni identitet – delimično građanin, delimično potrošač i delimično klijent. Provajder usluga nudi praktične informacije i savete o uslugama i proizvodima. Različiti od novinara prodavaca, oni su nezavisniji i deluju u ime svojih „klijenata“, odnosno članova njihove publike.
- **PRIJATELJ** je uloga koja najčešće obrađuje potrebe publike u oblasti identiteta. Kao saputnik, a ponekad čak i terapeut, prijatelj pomaže članovima publike da prelaze težak zadatak identitetskog rada i složenog sveta društvenih odnosa.
- **KONEKTOR** na preseku identiteta i emocija, povezuje članove publike sa njihovim zajednicama i društvom u najširem smislu, pružajući osećaj pripadnosti i doprinoseći zajedničkoj svesti i identitetu.
- **MENADŽER RASPOLOŽENJA** smešten u oblast emocija, prvenstveno doprinosi upravljanju i regulisanju emocionalnog blagostanja.
- **INSPIRATOR** se bavi potrebama publike u oblasti potrošnje i emocija. U toj ulozi novinari pružaju inspiraciju za nove životne stilove i proizvode koje povezuju sa pozitivnim stavom prema životu.
- **VODIČ** odgovara na potrebe u sva tri područja i stoga je najopštija uloga novinara u domenu svakodnevnog života. Vodiči ili navigatori pružaju orijentaciju u svetu mnoštva mogućnosti u svakodnevnom životu, na primer, prezentujući primere poželjnih stilova života putem vesti o poznatim ličnostima (Hanitzsch & Vos, 201: 158–159).

6. Zaključak

Pregled istraživanja iz oblasti medijskih sistema i konceptualizacije novinarskih kultura pokazuje da interesovanje za društvenu ulogu i funkciju novinarstva i novinara u savremenim društvima odavno postoji, ali su ona tek poslednjih godina rezultirala sveobuhvatnijim konceptima u okviru kojih se

ne isključuju uvidi iz ove oblasti stečeni u nezapadnom i nedemokratskom ili nedovoljno demokratizovanom okruženju, kao ni vrste novinarstva koje se ne bave isključivo informisanjem i analizom u oblasti politike.

Istraživanja različitih tipova medijskih sistema započeta u periodu posle Drugog svetskog rata i u njima su na temelju različitih indikatora, kakvi su, recimo, politički paralelizam, novinarski profesionalizam, državni intervencionizam i sloboda medija, klasifikovani medijski sistemi (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956; Hallin & Mancini, 2004; 2012; Peruško, Vozab, & Čuvalo, 2015; Brüggemann et al., 2014; Dobek-Ostrowska, 2015). Ova istraživanja poslužila su kao širi okvir iz kojih su proizašli pokušaji da se opišu uloge i pozicije novinara u društvu pa su i neki zajednički indikatori kasnije uključeni u oblast istraživanja novinarskih kultura.

Novinarska kultura definiše se kao skup ideja i praksi pomoću kojih novinari, svesno i nesvesno, legitimizuju svoju ulogu u društvu i osmišljavaju svoj rad (Hanitzsch, 2007: 369). Ona se artikuliše na tri osnovna nivoa analize: kognitivnom, evaluacionom i performativnom. Kognitivne i evaluacione strukture oblikuju novinarske prakse, a novinari – uglavnom nesvesno – ovaploćuju ove duboke strukture kroz svoje profesionalne performanse. Profesionalne ideologije u novinarstvu se u ovoj konceptualizaciji shvataju kao kristalizacije karakterističnih nizova novinarskih vrednosti, orijentacija i predispozicija koje se artikulišu kao dominantne profesionalne kulture, ali se novinarska kultura tumači kao više od ideologije (Hanitzsch, 2007: 370). Na osnovu postojećih i dostupnih ranijih istraživanja, u okviru projekta *The Worlds of Journalism Study* nastala je konceptualizacija novinarske kulture koja ima tri suštinska konstitutivna elementa: institucionalne uloge, epistemologije i etičke ideologije. Ova tri konstitutivna elementa dalje se dele u sedam glavnih dimenzija: intervencionizam, pristup moći, tržišna orijentacija, objektivizam, empiricizam, relativizam i idealizam. Svaka od sedam dimenzija obuhvata dva ekstremna pola koja se retko manifestuju u stvarnom svetu novinarske prakse (Hanitzsch, 2007: 371).

Novinarske uloge takođe su bile predmet širokog spektra studija zasnovanih na različitim konceptualnim i metodološkim okvirima. U jednoj od najčešće korišćenih normativnih klasifikacija, Denis Makvejl (McQuail, 2000: 79–80) identifikuje pet vrsta uloga medija, koje uključuju: informacije, korelaciju, kontinuitet, zabavu i mobilizaciju. Kristijans sa saradnicima klasifikovali su normativne pristupe formulišući četiri bazične uloge: nadzorna, facilitativna,

kolaborativna i radikalna (Christians et al., 2009: 125). Najčešća zamerka istraživanjima nastalim u okviru ove tradicije je njihova neprimenjivost na zapadni svet. Analitička tradicija prominentnija je u polju studija novinarstva, a njeni počeci vezuju se za Koena (Cohen, 1963) i njegovu distinkciju između „neutralne“ i „uloge učesnika“, potom Janoviča (Janowitz, 1975) koji je pro-dubio njegov rad identifikacijom dva slična koncepta: uloge, „čuvara kapija“ i „advokata“. Naslanjajući se na rezultat rada Džonstona i drugih (Johnstone, Slawski, & Bowman, 1972), Viver i Vilhojt (Weaver & Wilhoit, 1986, 1996) kasnije su doneli svoju podelu na novinare „diseminatore“, „interpretatore“, „zagovarače“ i „populističke mobilizatore“. Ipak, većina analitičkih istraživanja rezultirala je deskriptivnim listama novinarskih ulog uz izuzetak Donsbaha i Patersona, koji su podelili novinarske uloge duž dve osnovne dimenzije: pasivni naspram aktivnih i neutralni protiv advokata (Donsbach & Paterson, 2004). Drugi izuzetak je Haničevo istraživanje (Hanitzsch, 2007) koji je predložio da se novinarske uloge klasifikuju po tri dimenzije: intervencionizam, pristup moći i tržišna orijentacija (Hanitzsch & Vos, 2016:148).

Hanič i Vos ustanovili su podelu na 18 uloga u univerzumu politički orijentisanih uloga novinara u zapadnim, ali i ostalim društvima u svetu. Oni ih mapiraju na temelju šest osnovnih funkcija novinarstva koje se bave suštinskim potrebama političkog života: informativno-instruktivne, analitičko-savetodavne, kritičko-nadzorne, zagovaračko-radikalne, razvojno-edukativne i saradničko-facilitativne. Svaka od ovih funkcija nosi tri specifične uloge (Hanitzsch & Vos, 2016: 152)

Novinarstvo danas pored uloge u informisanju u polju javnog značaja ima i niz važnih uloga u domenu svakodnevnog života. Područje potrošnje postalo je interesantno za novinarstvo jer se mediji sve više obraćaju publici u svojstvu potrošača (Chaney, 2001: 80). Takođe, područje identiteta postaje relevantnije za medije jer je kreiranje identiteta u modernim društvima više nego ikada individualna praksa. Pojedinci se više ne rađaju u svoje identitete, identitet se transformisao iz „datosti“ u „zadatak“, a pojedinci snose odgovornost za obavljanje tog zadatka i za njegove posledice (Hanitzsch & Vos, 2016: 158). Stoga Hanič i Vos predlažu klasifikaciju sedam idealno-tipičnih uloga novinara u domenu svakodnevnog života. Neke od ovih uloga su „čistije“ u smislu da više generički zadovoljavaju potrebe u jednoj od tri specifična područja – potrošnja, identitet i emocije – dok druge uloge istovremeno obrađuju dve ili sve oblasti.

Društveni poredak koji je iznedrio tradicionalne novinarske uloge u vremenu globalnih društvenih i političkih promena trenutno je u krizi koja se preklapa sa tektonskim poremećajima u svetu novinarstva koje su sobom donеле najnovije tehnološke inovacije. Buduća istraživanja stoga će biti potrebno usmeriti upravo na percepciju i očekivanja samih novinara, ali i publike, da bi se uočeni raskorak između onoga što je novinarstvo spremno da ponudi i onoga što publika očekuje što efikasnije prevazišao.

Literatura

- Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprechtand, E., Castro, L. (2014). Hallin and Mancini Revisited. Four Empirical Types of Western Media System. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065.
- Carey, J. (1997). The Problem of Journalism History. In E. Stryker Munson & C. A. Warren, C. A. (ed.), *James Carey: A Critical Reader* (pp. 86–95). Minneapolis, London: University of Minesota Press.
- Carey, J. W. (1997a). Afterword: The Culture in Question. In E. Stryker Munson & C. A. Warren (ed.), *James Carey: A Critical Reader* (pp. 308–341). Mineapolis, London: University of Minesota Press.
- Chaney, D. (2001). From Ways of Life to Lifestyle: Rethinking Culture as Ideology and Sensibility. In J. Lull (ed.), *Culture in the Communication Age* (pp. 75–88). London: Routledge.
- Christians C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & Whiteet, R. A. (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Deuze, M. (2004). Journalism Studies Beyond Media: On Ideology and Identity. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 25(2), 275–293.
- Dobek-Ostrowska, B. (2008). 25 Years after Communism: Four Models of Media and Politics in Central and Eastern Europe In B. Dobek-Ostrowska & M. Głowacki, M. (eds.), *Comparing Media Systems in Central Europe. Between Commercialization and Politicization* (pp. 11–36). Wrocław: University of Wrocław Press.
- Donsbach, W., & Patterson, T. E. (2004) Political News Journalists: Partisanship, Professionalism, and Political Roles in Five Countries. In F. Esser & B.

- Pfetsch (eds), *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges* (pp. 251–270). New York: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (eds). (2012). *Comparing Media Systems beyond the Western World*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Towards a Universal Theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (eds.) (2019). *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe*. New York: Columbia University Press.
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2016). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. In: *Journalism*, Vol 19, Issue 2: 146–164. doi.org/10.1177/1464884916673386.
- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135.
- Hanusch, F., & Hanitzsch, T. (2013) Mediating Orientation and Self-expression in the World of Consumption: Australian and German Lifestyle Journalists' Professional Views. *Media, Culture & Society*, 35(8), 943–959.
- Himmelboim, I., & Limor, Y. (2005). The Journalistic Societal Role: An International Comparative Study of 242 Codes of Ethics. 55th Annual Conference of the International Communication Association, New York.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jakubowicz, K. (2001). Rude Awakening Social and Media Change in Central and Eastern Europe, *Javnost – The Public*, 8(4), 59–80.
- Janowitz, M. (1975) Professional Models in Journalism: The Gate Keeper and the Advocate. *Journalism Quarterly*, 52(4), 618–626.

- Johnstone, J., Slawski, E., & Bowman, W. (1972). The Professional Values of American Newsmen. *Public Opinion Quarterly*, 36(4): 522–540.
- Köcher, R. (1986). Blood Hounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists. *European Journal of Communication*, 1, 43–64.
- Nerone, J. (1995) Revisiting Four Theories of the Press. In J. Nerone (ed.), *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press* (pp. 1–30). Urbana: University of Illinois Press.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE.
- Pasti, S. (2005). Two Generations of Contemporary Russian Journalists. *European Journal of Communication*, 20(1), 89–115.
- Peruško, Z., Vozab, D., & Čuvalo, A. (2015). Digital Mediascapes, Institutional Frameworks, and Audience Practices Across Europe. *International Journal of Communication*, 9(2015), 342–364.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York, London: W. W. Norton & Company.
- Schudson, M. (2008). News and Democratic Society: Past, Present, and Future. *The Hedgehog Review*, 10(2), 34–69. Posećeno 20. 8. 2017. URL: <https://hedgehogreview.com/issues/politics-and-the-media/articles/news-and-democratic-society-past-present-and-future>.
- Schudson, M. (2008a). Public Spheres, Imagined Communities, and the Underdeveloped Historical Understanding of Journalism. In B. Zelizer (ed.), *Explorations in Communication and History* (pp. 181–189). New York: Routledge.
- Splichal, S. (1994). *Media Beyond Socialism: Theory and Practice in East-Central Europe*. Boulder: Westview Press.
- Splichal, S. (2001). Imitative Revolutions: Changes in the Media and Journalism in East-Central Europe. *Javnost-The Public*, 8(4), 31–58.

- Statham, P. (2007). Journalists as Commentators on European Politics: Educators, Partisans or Ideologues? *European Journal of Communication*, 22: 461–477.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (1986) *The American Journalist*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (1996) *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era*. Mahwah: Erlbaum.
- Weaver, D. H. (1998) *The Global Journalist: News People around the World*. Cresshill: Routledge.
- Weaver, D. H., & Wilhoit, G. C. (2012) *The Global Journalist in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Wu, W., Weaver, D., & Johnson, O. V. (1996). Professional Roles of Russian and U. S. Journalists: A Comparative Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(3), 534–548.
- Zelizer, B. (1993). Has Communication Explained Journalism? *Journal of Communication*, 43(4), 80–88.
- Zelizer B. (1993a). Journalists as Interpretive Communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10(3), 219–237.

Dragana Prodanović
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

CONCEPTUALIZATION OF THE JOURNALISM CULTURE AND JOURNALISTS ROLLS IN COMPARATIVE PERSPECTIVE

***Abstract:** Within the rapidly evolving field of comparative communication studies, the social functions of journalism and the role of journalists in contemporary societies are also studied. The paper offers an overview of initial research that described only media systems without including the position and role of the actors of these systems. This broader framework later served as a starting point for a new kind of presentation of a set of ideas and practices by which journalists, consciously and unconsciously, legitimize their role in society and conceive of their work in the form of the concept of journalistic culture (Hanitzsch, 2007: 369). Empirical research on journalistic culture is focused on the actors of the journalistic process and has resulted in the insights into how the journalists perceive their own and social roles of their colleagues and how they value them. In recent years a new type of research has emerged – parallel research on the perception of journalistic roles of journalists and of the audience. Particular attention in this paper is paid to the interpretation of journalistic roles as discursively constituted structures of meaning that establish the parameters of what is desirable in a given institutional context. The aim of such research is to conceptualize the journalistic identity and its place in society.*

***Keywords:** media systems, journalistic culture, journalistic roles, professional ideologies, social functions of journalism.*