

Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka

Milica B. Jevtić

Građansko i profesionalno novinarstvo u
medijima u Republici Srbiji

doktorska disertacija

Beograd, 2016.

University in Belgrade
Faculty of Political Sciences

Milica B. Jevtić

Citizen and Professional Journalism in the Media
of The Republic of Serbia

Doctoral Dissertation

Belgrade, 2016.

Mentor:

Prof.dr Rade Veljanovski, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Članovi komisije:

Prof. dr Neda Todorović, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Prof. dr Vladimir Barović, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

Datum odbrane:

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Rezime

Predmet ovog rada je uticaj građanskog novinarstva na profesionalno izveštavanje u medijima u Srbiji, sa težnjom da se odgovori na koji način informacije plasirane na društvenoj mreži Tviter utiču na rad profesionalnih novinara. Istraživanje nastoji da ustanovi koji to obrasci ponašanja važe za novinare u situacijama pojačane participacije građana i zbog čega do te participacije dolazi. Aktivizam građana i odgovor profesionalaca u ovom radu koreliraju u kontekstu novinarskih sloboda, budući da je osnovna pretpostavka da pojačani pritisci na novinare i sužavanje njihove profesionalne slobode jesu situacije u kojima jača participacija na društvenim mrežama, a samim tim i uticaj participiranja na profesionalno izveštavanje. Međutim, teza je da je domet ovakvog aktivizma krajnje ograničen.

Analiza, koja dolazi u jeku velikih teorijskih rasprava, naslanja se na stanovište socijalnog konstruktivizma, u posmatranju krize poverenja publike u medije, dok će po pitanju uticaja tehnologije na participaciju građana, teorijski koncept ovog istraživanja balansirati između tehnootimista i tehnopesimista. Posmatranje aktivizma fokusirano je na Tviter, a uzorak obuhvata novinare iz 44 redakcije u Srbiji koji su pristupili izradi upitnika. U okviru ankete nalaze se i mini studije slučaja, dok se poslednji eksploratorni deo istraživanja bazira na intervjuima sa urednicima kredibilnih medija u Srbiji.

Rezultati istraživanja potvrđuju da novinari vrlo nisko ocenjuju novinarske slobode – 80 odsto njih vrednovalo je slobodu ocenama do 5 (na skali do 10). Istovremeno, gotovo svaki drugi ispitanik (55,4%) vidi direktnu korelaciju Tvitera i novinarskih sloboda. Situacije u kojima je Tviter doživeo ekspanziju, a koje su navodili novinari, govore o njihovoj neretko nepovoljnoj poziciji. Novinari su, ipak, svesni nepouzdanosti informacija plasiranih putem društvenih mreža i mogućnosti manipulacije u virtuelnoj zajednici, zbog čega su vrlo skeptični prema njihovoj upotrebi. Urednici, prema rezultatima ove analize,

demistifikuju slobodarski karakter društvenih mreža, smatrajući ih korisnom i brzom novom platformom, ali i izumom koji je već podlegao različitim uticajima interesnih grupa.

Ključne reči: građansko novinarstvo, profesionalno novinarstvo, Tviter, participacija, medijske slobode, profesionalna rutina, Srbija

Naučna oblast: Kulturološke nauke i komunikologija

Uža naučna oblast: Medijske studije i novinarstvo

UDK broj 316.774

Citizen and Professional Journalism in the Media of Republic of Serbia

Summary

The subject of this dissertation is the impact of citizen's journalism on professional reporting in Serbian media, more specifically it aims to assess the impact of the use of social network Twitter on professional journalism. The research aspires to address the ways enhanced civic activism affects the journalist behavior, and to find out the cause which aspire participation. Considering the major hypothesis/assumption that instances of pressure on journalists and narrowing of media freedom influence enhanced civic participation on Twitter, and subsequently affect professional reporting, the author finds that civic activism and journalist's response correlate to each other in the context of media freedom. However, author further claims that the reach of this kind of activism is fairly limited.

The analysis of active audience and its participation in professional reporting, as a subject of important theoretical debates, has widely relied on social constructivism observing such a phenomena of mistrust between public and the media. On the other hand, the role of technology in the citizen's participation and its influence on professionals has been assessed through two theoretical concepts "techno-optimism". Authors observation of citizen's activism has been focused on social media, more specifically Twitter. In order to conduct this research, author has used a mixed method, within the representative sample, 44 editorial boards of Serbian media have been surveyed, and analysis indicated specific media practice. As part of the exploratory part of the research, a survey was supplemented by the key informant interviews with editorial staff of the most prominent media in Serbia.

The results confirm journalist's perception of a lack of freedom – 80% of journalists values freedom by the value of 5 (scale 1–10). At the same time 55,4% of respondents believes that there is a direct link between Twitter and media freedoms. Since the expansion of Twitter, journalists explained that they have often found themselves in specific, unfavorable position which affects professional reporting, but they are aware of the enhanced possibilities for manipulation in a virtual community, which force their skepticism towards using information from social networks. Further more, editors of leading

newspapers and TV stations in Serbia, have tried to demystify “libertarian” character of the new media, describing them as useful, speedy platform, however not resistant to different special interests.

Key words: citizen journalism, professional journalism, participation, Twitter, freedom of media, professional routine, Serbia

Scientific field: Cultural sciences and communication studies

Specific scientific field: Media studies and journalism

UDC 316.774

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Aktuelnost problema i istraživački pristup	1
1.1.1. Faktor tehnološkog uticaja	6
1.1.2. Uticaj aktivnih participanata	12
1.1.3. Kontekst specifičnog društveno-istorijskog momenta.....	16
1.2. Predmet i cilj istraživanja	21
1.3. Opravdanost istraživanja i postojeći istraživački koncepti.....	25
2. Istraživački pristup, metodologija i hipoteze	36
2.1. Istraživačko pitanje i hipoteze.....	37
2.2. Metodologija istraživanja.....	44
3. Operacionalizacija osnovnih pojmova	46
3.1. Profesionalno novinarstvo.....	46
3.2. Kontekstualizacija građanskog novinarstva	52
3.3. Građansko novinarstvo.....	56
3.4. Građansko <i>versus</i> profesionalno novinarstvo.....	62
3.5. Konceptualizacija društvenih mreža i definisanje Tvitera.....	65
4. Teorijski okvir	68
4.1. Teorije umrežavanja i teorije labavih veza	70
4.2. Teorije sociologije novinarstva.....	75
4.3. Teorije socijalnog konstruktivizma	77

4.4. Tehnološke teorije i tehnološka determinanta.....	81
4.4.1. Tehnooptimistički pristup.....	81
4.4.2. Pristup tehnološkog pesimizma.....	86
4.4.3. Participacija UGS u profesionalnoj rutini.....	90
5. Analiza	97
5.1. Upitnik - Profesionalne navike i odnos prema društvenim mrežama.....	97
5.1.1. Struktura uzorka	97
5.1.2. Struktura ispitanika	104
5.1.3. Profesionalno okruženje – percepcija medijskih sloboda.....	107
5.1.4. Stav ispitanika prema društvenim mrežama	114
5.1.5. Odnos prema informacijama dobijenim sa društvenoj mreži Tviter	133
5.1.6. Upitnik – pregled rezultata	142
5.2. Upotrebna funkcija Tvitera – analiza kroz primere	147
5.2.1. Funkcije građanskog novinarstva	147
5.2.2. Uloga participanta: od očevidca do korektiva	150
5.2.3. Simbolički i asocijativni kontekst društvenih mreža	164
5.2.4. Percepcija Tvitera – lični stav i/ili stav medijske kuće	166
5.2.5. Aktivizam na Tviteru kao determinanta specifične novinarske prakse	171
5.2.5.1. Nepredvidive situacije	172
5.2.5.2. Aktivizam građana i korektivna funkcija Tvitera	173
5.3. Realni i percipirani uticaj građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo (metod intervjuja)	181

5.3.1. Stav prema društvenim mrežama	183
5.3.2. Stav prema sadržaju informacija	187
5.3.3. Svršishodnost društvenih mreža – od upotrebe do zloupotrebe	192
6. Zaključak	201
Literatura	213
Prilog 1	224
Prilog 2	226
Biografija	232

1.UVOD

1.1. Aktuelnost problema i istraživački pristup

Ako se za neku oblast može reći da se menja brzinom protoka dnevnih vesti, to je oblast u kojoj su te vesti nastale i u kojoj su plasirane. U meri u kojoj su mediji inkorporirani u svakodnevni život građana, njihova promena postala je očigledna, ili kako teoretičari preciziraju: “izvesno je da su promene do kojih je u novinarstvu došlo u poslednjih sto godina isto toliko vrtoglave koliko i promene nastale u drugim sferama života“ (Krejg, 2010, str.19). Iako su tehnološke promene najočitije *prima facie*, one nisu jedine koje opredeljuju način na koji će se građani informisati, iako tehnologija u velikoj meri određuje kako vrstu izražavanja u medijima, tako i novinarsko delovanje i, kao krunu, ulogu publike u tome procesu. Publika pred novinare stavlja sve više kriterijuma koje moraju da zadovolje, od brzine informisanja koju u realnom vremenu omogućava nova tehnologija, zatim sadržaja, u smislu video prezentacije praktično svega izrečenog ili napisanog, ali i u smislu sveobuhvatnosti informacije i željenih visokih standarda koje propisuje profesionalno novinarstvo. Novinari, sa druge strane, prate diktat vremena, ali i potrebe publike, koje svesno i nesvesno proizvode. Ipak, čitav medijski sistem i način informisanja građana kao specifičan deo tog sistema, iako na prvi pogled dominantno obeležen najnovijom tehnologijom i njenom primenom, neodvojiv je deo ukupne političke klime i političke kulture jednog društva.

Brze tehnološke promene koje svakodnevno menjaju medijsku sferu u središtu su aktuelnih, teorijskih debata. Iako je konvergencija medija često korišćen, aktuelan pojam, ne može se reći i da je u potpunosti nov. Kako podseća Rič Gordon u zborniku kojeg je, sumirajući ono što zovemo ‘digitalno novinarstvo’, priredio Kevin Kawamoto (Kawamoto, 2003), termin konvergencija potiče iz prirodnih nauka, odnosno iz matematike. “U Oksfordskom rečniku pripisuje se Vilijamu Dermu, engleskom naučniku iz 17. i 18. veka koji je izučavao brzinu zvuka i odnos sa slikom (...) Sredinom 20. veka reč je počela da se koristi i u političkim naukama (konvergencija američkog i sovjetskog sistema) i ekonomiji

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

(konvergencija nacionalne i globalne ekonomije)” (Gordon, 2003, p.57). Imajući u vidu tehnološke izmene koje su se lako očitavale u medijima, termin konvergencija lako je našao svoje mesto u ovoj disciplini prevashodno se odnoseći se na sjedinjavanje tipova medija i načina na koji se konzumira sadržaj koji plasiraju mediji, kao i na približavanje uloge proizvođača sadržaja (*producer*) i korisnika (*consumer*) kroz termin *prosumer* (Toffler, 1980). Međutim, kako je medijska sfera najbolji odraz stvarnosti jednog društva, pojedini autori (Jenkis, 2006) shvatili su da bi isključivo tehnološko posmatranje promena u medijima suzilo gledanje na ovu pojavu, ističući da je mnogo ispravnije govoriti o “konvergentnoj kulturi” novih i starih medija. “Konvergencija predstavlja kulturne izmene u okviru kojih su konzumenti ohrabreni da tragaju za informacijama i povezuju disperzovani medijski sadržaj” (Jenkis, 2006, p. 4). Dakle, ako izraz konvergencija danas sve češće, s razlogom, koristimo da bismo definisali stanje medija, stanje u medijima i “ulogu konzumenata u medijskom sistemu” (Jenkis, 2006) logično je što se istraživačima nameće pitanje da li je tehnologija jedini pokretač medijskih promena, da li su mediji tehnološki determinisani i jesu li podložni tehnološkom determinizmu? Ako se tehnološkim izmenama doda i aktivna uloga publike, pitanje koje sledi jeste na koji način građani učestvuju u kreiranju medijskog sadržaja zahvaljujući mediju koji im je to omogućio i kako na to reaguju profesionalni novinari?

Redefinisanje pitanja profesionalne rutine u korelaciji sa pojavom novih medija nije nova pojava: gledajući protekli XX vek, iako se činilo da će sa pojavom svakog novog medija stari mediji iščeznuti, gotovo po pravilu dešavalo se da su stari mediji, kako bi opstali, isticali svoje komparativne prednosti (Todorović, 2002). Potrebno je samo osvrnuti se na činjenicu da se kao odgovor na pojavu radija dvadesetih godina XX veka, već tridesetih u Sjedinjenim Američkim Državama pojavljuju “njuzmagazini”, a kao odgovor na pojavu televizije pedesetih godina XX veka, u štampi se javlja drugi talas istraživačkog žurnalizma, dubinsko istraživačko novinarstvo, koje je u SAD-u rezultiralo ‘impichmentom’, ostavkom Ričarda Niksona, što je posledica afere Votergejt (Todorović, 2002). Prateći ovu istorijsku nit, može se uočiti da nijedan novi medij nije u potpunosti ukinuo stari, nego je, u manjoj ili u većoj meri, menjao ponašanje novinara i njihovu

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

profesionalnu rutinu. U najnovijem slučaju, sa pojavom Interneta, promenjeno je i ponašanje publike – ona je “postala živa” (Krejg, 2010, str. 27). Kako je “živa” publika uticala na profesionalne novinare tema je ovog rada, a faktori koji su doveli do razvoja aktivnih građana participanata, ali i do specifičnog odgovora profesionalnih novinara biće detaljno analizirani – koristeći globalna medijska istraživanja i savremenu, mahom inostranu, teorijsku potku, ali bazirajući se na medijskom tlu Srbije. Istraživanje će pokušati da odgovori na pitanje na koji način aktivna participacija, ili ono što danas zovemo terminom “građansko novinarstvo” na društvenoj mreži Tviter utiče na rad profesionalnih novinara u Srbiji, odnosno na koji način profesionalni novinari reaguju na informacije koje su plasirane na Tviteru. Takvo istraživanje imaće utemeljenje u brojnim istraživanjima koja su rađena mahom na zapadnim univerzitetima, budući da je reč o društveno akutnoj, profesionalno kontroverznoj, a akademski popularnoj temi. Svedoci smo da je pojava aktivnih građana na društvenim mrežama koji, praktično dopunjuju ili teže da preuzimaju ulogu reportera očigledna u svim vanrednim, kriznim situacijama, a one su sve češće – treba podsetiti samo na skorašnje terorističke napade u Briselu i Parizu, napade na londonski metro i moskovski aerodrom, proteste tokom Arapskog proleća, elementarne nepogode i slično. Svaka od ovih situacija inicirala je specifičan aktivizam građana na društvenim mrežama bilo kao suplement ili težnju da budu supstitut profesionalnom izveštavanju, a svaka od njih ima svoje osobenosti o kojima će biti reči u daljem tekstu. Međutim, ovaj rad se neće isključivo baviti građanskim novinarstvom u vanrednim situacijama, nego i specifičnom vrstom participacije, koja je možda na prvi pogled suptilnija, ali svakako naročito influentna, a to je aktivizam u situacijama kada profesionalno novinarstvo iz perspektive publike, na specifične načine nije ispunilo očekivanja građana. Ova dva tipa situacija razmatraće se među novinarima u 44 medijske redakcije u Srbiji, dok će se ta specifičnost aktivizma i odgovora profesionalnih novinara, razmatrati u korelaciji sa percepcijom novinarskih sloboda. Međutim, da bi se pristupilo analizi ove pojave, koja je aktuelna, ali nije sasvim nova, već ima nužni tehnološki i istorijski sled, potrebno je sagledati kontekst pojava i uticaja koji su doveli do toga da danas razmatramo temu korelacije građanskog i profesionalnog novinarstva.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Bilo da pripadaju teorijama “tehnološkog optimizma” (Pavlik, 2001; Gillmore, 2004; Allan & Thorsen, 2009) prema kojima je tehnološki uticaj na medijsku sferu isključivo pozitivan, ili teorijama “tehnološkog pesimizma” (Fenton, 2010; Morozov, 2011) čiji zagovornici vide “drugu stranu novčića” sveprožimajuće tehnološke ekspanzije, upozoravajući na opasnosti, zloupotrebe i na privid slobode u medijskoj sferi, niko od teoretičara koji analiziraju uticaj tehnologije na medijsku sferu, ne isključuje društvene aspekte u kojima ta tehnologija nalazi ili ne nalazi pogodno tle za razvoj. Sve češće se govori i o krizi u sferi masovnog komuniciranja, kao i o “demokratskom deficitu” koji podrazumeva ograničeno učešće građana u procesu odlučivanja, kao i ograničen upliv građana u medije i medijsko izveštavanje, uprkos činjenici da su im novi mediji omogućili direktniju participaciju koja se nikada nije u potpunosti ostvarila. Tumačeći ovu pojavu na anglo-američkom medijskom području, autori Hacket i Kerol (Hacket & Carroll, 2006) istakli su da se taj deficit manifestuje “od medijskog monopola, preko erozije privatnosti do nemogućnosti slobodnog izražavanja” (Hacket & Carroll, 2006, p.10), kao i da se aktivizam građana može čitati kao “kritički odgovor na hroničan demokratski deficit” (ibid, 35). “Taj deficit je višeslojan, on ne proizilazi samo iz toga što su mediji propustili da formiraju demokratsku javnu sferu baziranu na zdravoj komunikaciji, političkoj kulturi i raznolikosti u političkoj komunikaciji, nego i zbog saučesništva medija u smanjenju nejednakosti, umanjujući pravo javnosti da zna i isključujući javnost iz svakog oblikovanja kulturne industrije “ (ibid, 199).

Demokratski deficit i tehnološka ekspanzija s pojavom Interneta dva su aspekta koji će, uz “krizu poverenja u medije” (Coleman, Anthony, Morrison, 2009), otvoriti vrata aktivnijoj participaciji građana, toliko da će, u ekstremnim situacijama, “obični ljudi biti primorani da preuzmu ulogu reportera i očevidaca u kriznim momentima koji ih okružuju“ (Allen & Thorsen, 2009, p. X). Iako na prvi pogled pojava građanskog medijskog aktivizma deluje razumljivo u smislu da u kriznim, vanrednim takozvanim “breaking news” situacijama onaj ko preuzima ulogu reportera biva samo jedan od klasičnih izvora informacija, ekvivalent očevidcu u tradicionalnom informisanju, dvojica navedenih autora (Allen & Thorsen, 2009) nalaze jasnu vezu između participacije građana i političkog i

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

društvenog konteksta u kojima se ta participacija razvija ističući da “pokrenuto različitim konceptima u različitim političkim režimima širom sveta, građansko novinarstvo pokazuje svoje prisustvo izvan, unutar i naspram mejnstrim medija” (ibid, XI).

Ako je tačna pretpostavka da se dejstvo “građanskog novinarstva” pojačava u situacijama posebnih, kriznih društvenih i političkih prilika, koristeći sve prednosti medija (ili platforme, izuma, o distinkciji će se govoriti kasnije) koji je takav aktivizam omogućio (Interneta), onda je potrebno razmotriti koje su to situacije koje provociraju ovakav aktivizam i kakva je, u tom slučaju, uloga profesionalnog novinarstva. Da bi se ova kompleksna pojava sagledala, merila i analizirala, potrebno je raščlaniti i posebno definisati nekoliko pojmova o kojima ovde govorimo: uticaj tehnologije na medije, krizu komuniciranja i aktivnu publiku, odnosno “građane–novinare”. U narednoj analizi, biće analizirana ova tri inputa, jer je važno da se relativno nova pojava kontekstualizuje, kako bi se adekvatno analizirala. Tri faktora, koja su predmet analize, međutim, ne mogu se posmatrati odvojeno, već su u međusobnoj, sveprožimajućoj vezi, pa njihovo istovremeno, iako ne uvek koherentno delovanje, bitno utiče na oblikovanje profesionalne novinarske prakse (kao i ulogu i poziciju profesionalnih novinara u Srbiji koja je predmet analize). Svi ti faktori oblikuju glavno pitanje – koje su to promene nastale u sferi novinarstva, odnosno, kako građani, a kako profesionalni novinari reaguju na varijetete mogućnosti koje im je nova tehnologija podarila. U tom smislu, neophodno je analizirati da li su građani ostvarili mogućnosti za aktivnom participacijom u procesu novinarskog izražavanja, da li je taj kanal komunikacije “prohodniji” imajući u vidu da su novi mediji omogućili da se glas građana “čuje” i, na kraju, da li je novinarska profesija postala slobodnija i otvorenija za aktivniju ulogu građana, ili su se, kao i kod velikog broja velikih izuma, oni ubrzo pretvorili u sopstvenu suprotnost.

1.1.2. Faktor tehnološkog uticaja

Ako se prihvati činjenica da tehnologija određenog medija predstavlja konstitutivni deo novinarskog delanja, njen uticaj na profesiju za pojedine teoretičare značio je krčenje puta ka napretku u informisanju, postajući simbol novinarskih sloboda, dok je za druge teoretičare Internet postao simbol “kraja profesije”. Dva autora, Piter Anderson i Džof Vard u studiji “Budućnost novinarstva u naprednim demokratijama” podsećaju na istraživanje Barbi Zelizer koja ističe da su se u “bliskoj prošlosti pojavile četiri relevantne studije koje u naslovu imaju sintagmu ‘kraj novinarstva’”(Anderson & Ward, 2007, p. 17). Naslanjajući se na tu tezu, dvojica autora podsećaju da su, tokom dve dekade, socio–ekonomske i socio–kulturene promene, uz tehnološki razvoj, doprinele da se profesija ubrzano menja, a te promene uzrokovala su dva faktora (ibid, 17):

1. informatička eksplozija, odnosno Internet,

2. razlozi ukorenjeni u socio–ekonomskom razvoju prema kojima su potrebe društva napredovale do tačke u kojoj tradicionalna interpretativna funkcija novinarstva više nije potrebna.

Najmanje dva su stanovišta, odnosno pozicije iz kojih se mogu posmatrati efekti tehnološkog uticaja. Za teoretičare takozvanog “tehnooptimizma” (Gillmor, 2004; Pavlik, 2001) tehnološka ekspanzija donela je prosperitet novinarskoj profesiji. U aktivnosti voljnih i donekle osvešćenih, tehnološki opismenjenih građana, ovi teoretičari videli su oslobođenje zajednice, kraj kontrole i selektivne propustljivosti informacija (*gatekeeping*) i spas za novinarsku profesiju omeđenu ekonomsko–političkim pritiscima. “Sajbersloboda, videli smo, proširiće kulturu i informisanost na moćne načine, bez presedana. Internet, prvi ‘mnogi ka mnogima medijum’ oslobodio nas je tiranije centralizovanih medija i užeglog konzumerizma koji kaže da smo mi samo primaoci onoga što veliki biznis, preko velikih medija, želi da mi kupimo. Svet koji funkcioniše po principu ‘uzmi ili ostavi’ preokrenućemo u neformalnu globalnu konverzaciju. Konzumenti će postati pravi konzumenti, a vlada će postati ‘mi–participant’ u globalnom političkom procesu“ (Gillmor,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

2004, p. 209). Teoretičari ove orijentacije s pravom ističu da su se “građani participanti” pojavili u specifičnom kontekstu razvoja medija, a plodno tle su našli u krizi poverenja i krizi profesionalnog novinarstva. Ipak, oni ne isključuju profesionalno novinarstvo iz procesa plasiranja informacija, nego u tome vide mogućnost. Na početku ovog milenijuma, Pavlik je uvideo da novi mediji transformišu novinarstvo na četiri načina, odnosno da novi mediji na četiri kraka pozitivno utiču na novinarstvo, a te njegove teze sumirane su u navedenoj klasifikaciji (Pavlik, 2001):

1. nove tehnologije uvek nude novinarima i drugim profesionalcima nove i korisnije načine za rad;
2. novi mediji mogu da transformišu prirodu naracije i plasiranja medijskog sadržaja na pozitivan i angažujući način, naročito za mladu publiku;
3. nove tehnologije imaju ogroman uticaj na menadžment, strukturu i kulturu medijske organizacije;
4. novi mediji transformišu odnos između medija i publike, izvora, osnivača, regulatora i konkurencije.

Jačanje aktivne medijske publike povezane sa temama koje ona smatra značajnim i aktuelnim, centralna je teza i Pavlikovog promišljanja. Međutim, kako će na novu formu reagovati profesionalci, ovaj autor, na početku ovog milenijuma, nije mogao da precizira. “Da li će 21. vek biti vek potpunog ispunjena ove mogućnosti to ostaje da se vidi. Tenzije postoje na obe strane medijske ograde, gurajući medije da se nađu na klizavom terenu profita iznad principa. U svakom slučaju, građani svih godina i statusa su u jedinstvenoj poziciji da oblikuju, inoviraju, učestvuju u medijima u digitalnom dobu“ (Pavlik, 2001, p. 7). Potvrdu teze da se sistem strukturalno menja daje i misao Manuela Kastelsa da “subjekti komunikacije nisu izolovani entiteti“, pa se na taj način komuniciranje suprotstavlja tradicionalnom, jednosmernom obrascu. Time, smatra ovaj teoretičar, dolazi do “interaktivne proizvodnje sadržaja“ koja se bazira na “kreativnoj publici“, a to je ona vrsta kulture koju karakteriše “mass–self–communication“ (Castells, 2009, p. 132).

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Mogućnosti za građane u tehnološkom smislu su ogromne, a komunikacijski model modifikovan je na način da se u pitanje dovode i tradicionalni, ustaljeni pojmovi masovnog komuniciranja. Tako Kastels neće previše pogrešiti ako kaže da se “*prime time* menja u *my time*” (Castells, 2009, p. 134), ali se ipak insistira na tome da “društveni aspekt istorije tehnologije nije omeđen isključivo tehnologijom, nego njenim prisvajanjem od strane pojedinaca i grupa u skladu sa njihovim potrebama i kulturom” (Castells, 2009, p. 362).

Gotovo kao neupitna mogla bi se prihvatiti teza da je pojava Interneta omogućila građanima da postanu svojstveni participanti, odnosno da aktivnije, brže i lakše učestvuju u kreiranju vesti i u njihovom plasmanu. Omogućivši da lako i jednostavno prime i saopšte vest, ali i da komentarišu njene efekte, građani participanti bitno su uticali na percepciju tradicionalnog novinarstva kao profesije. Prvi put kada su praksa, a kasnije i teorija, alarmirale da komunikacija tokom profesionalnog izveštavanja ide obrnutim tokom, jeste situacija elementarne kataklizme tokom cunamija u Južnoj Aziji 2004. godine, kada su informacije do novinarskih redakcija, a kasnije i do javnosti, stizale direktno od građana, odnosno samo od građana, očevidaca, a ujedno i građana reportera, jedinih i bazičnih punktova u novinarskom lancu izveštavanja. ”Redakcije, i to su priznale, bile su u nezavidnoj poziciji u kojoj su praktično zavisile od materijala koji su slali ‘amateri’, kako bi preneli priču koja se zaista dešava. Nikada se, do tada, nije desila tako velika međunarodna priča u kojoj su televizijske ekipe bile tako potučene od strane amatera i njihovih kamera, primetio je jedan britanski list” (Allan & Thorsan, 2009, p. 18).

Tehnologija je, kao mnogo puta do sada, izmenila koncept novinarskog rada i bitno uticala na profesionalnu rutinu, a u poslednjem talasu tehnoloških promena u korelaciji sa profesionalnim novinarstvom, dovela je do toga da informaciju može plasirati, praktično, bilo ko. Međutim, promišljanja sa početka milenijuma, od početka dvehiljaditih godina, koja su na nove medije i njihove nesagledive pozitivne domete gledala gotovo bespogovorno, brže su se menjala nego što je prolazilo vreme, pa su naredne godine i novi društveni događaji stavljali upitnik na gotovo svaku od navedenih tvrdnji. Uprkos brojnim mogućnostima, čini se da čitav proces funkcionisanja medija nije postao onoliko javan koliko se očekivalo, kao i da je sveopšta participacija privid, jer su dometi participativnog

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

novinarstva ograničeni. “Ključna reč devedesetih bila je interakcija. Sada je to participativno novinarstvo. Ali zajednička linija im je ista: mnogi profesionalci i studenti teže da oforme idealan model onoga što bi onlajn novinarstvo moglo da bude, uzimajući to kao konačan put kojim novinarstvo mora da se kreće“ (Domingo, 2008, p. 680).

Konačan put kojim novinarstvo danas i sutra mora da se kreće ne može se gledati odvojeno, nego uporedo sa paralelnim redefinisanjem medijskog tržišta, ali i sa procesom oživljavanja publike – ne samo u smislu njene aktivne participacije, nego i njenih strukturalnih promena. Italijanski teoretičar Paolo Mancini, autor teorije komparativnih medijskih sistema (Hallin & Mancini, 2004), primećuje dva paralelna procesa tih promena: digitalizaciju i fragmentaciju, a podseća i na redefinisanje postojanja koncepta koji je obeležio XX vek – masovni mediji (Mancini, 2015). Univerzalizam medija zamenjen je segmentacijom (Mancini, 2015; Katz, 1996), a masovnu publiku zamenila je takozvana *niche audience* (Mancini, 2015; Stroud, 2011). *Niche audience* odnosi se na “visoko fragmentisanu publiku podeljenu prema različitim sferama interesovanja, osobenim ponašanjem i sa jasno određenim karakteristikama noseći identitetske karakteristike grupe kojoj pripadaju” (Mancini, 2015). Paolo Mancini takođe primećuje dva procesa, odnosno dve glavne tendencije – rastuću atomizaciju ka individualnim korisnicima i, paralelno sa njom, proces globalizacije u kojoj “svi mogu biti na istom mestu u isto vreme” (Mancini, 2015).

Autorka ovog rada neće se detaljnije baviti redefinisanjem koncepta masovne publike i njegovom metamorfozom u takozvanu *niche audience*, ali će ova pojava biti sastavni deo segmenta teze u kome se razmatra koncept krize javnog komuniciranja koji je sve češće deo debate među teoretičarima, posebno kada se analizira u korelaciji sa ekstremnim razvojem tehnologije. Autori Nel, Vard i Rovlinson nude “organicističko stanovište” u eksplikaciji stanja novinarske profesije i u tom gledištu nisu usamljeni. U prilog toj tezi nude istraživanje Bjanka i grupe autora koji navode: “Orvil Šel, dekan Univerziteta Kalifornija, veruje da se ‘Rimsko carstvo koje su predstavljali masovni mediji raspada i da sada ulazimo u jedan gotovo feudalni period, gde će biti mnogo centara moći i

uticaja. Ovo je kao razbijanje molekularne strukture medija” (Nel, Ward & Rawlinson, 2007, p. 122).

Istovremeno, Paolo Mancini primećuje da kada se govori o novinarstvu i tehnologiji tri reči prate ovaj odnos (Mancini, 2015):

1. kriza
2. budućnost
3. promena

Uticaj tehnologije na novinarsku praksu je stoga, očit i neizostavan, međutim, ovaj teoretičar sa skepsom gleda samo na deo novinarske prakse, fokusirajući se na krizu zapadnog, anglo–američkog novinarskog poretka u kojem, kako ističe, postoje izvesni problemi u načinu na koji bi se moglo definisati novinarstvo. Osnovni problem za ovog teoretičara očitava se u pojmu “zamagljen”, “zamućen”, “neoštar”, “nejasan” (blurred), a ta zamagljenost reflektuje se na tri pojma: identitet, slika, vesti (Mancini, 2015). Na sličnom tragu, autor Slavko Splihal, govoreći o “internetizaciji publiciteta i privatnosti” (Splihal, 2015) nalazi nekoliko jasnih posledica ovakvog stanja: polarizaciju, šansu za političku participaciju, pojačani rizik od manipulacije. Sve tri stavke jasno utiču na formiranje aktivnog građanina participanta, ali i na metamofrozu profesionalnog novinara, kako pod uticajem tehnoloških inovacija, tako i u celokupnom društvenom kontekstu. Svi ovi inputi uticali su na poziciju novinara i korelaciju sa publikom, što naročito podvlači ovaj autor, tvrdeći da je uloga novinara kao psa čuvara društva i javnosti značajno oslabila jer je javnost postala difuzna. “Njujork Tajms je bio snažan pas čuvar, a sada kada masovna publika ne postoji i kada je zamenjena sa *niche audience*, ne postoji tako snažna nadzorna uloga, već samo mnoštvo mogućnosti” (Splihal, 2015). Mediji su stoga prestali da budu “porota nacije“, kako ih je definisao novinar i izdavač Džejms Gordon Benet u 19. veku (Todorović, 2002). Umesto navedene *watchdog* uloge (uloge psa čuvara, kontrolora od samovolje vlasti), mediju su preuzeli *lapdog* funkciju (ulogu ljubimca vlasti), (Romano & Bromley, 2012). Ili, kako domaći teoretičari navode, krajem XX i početkom XXI veka, taj

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

pas čuvar se “otrgao kontroli gazde i suprotno očekivanjima, podrio konsenzus za funkcionisanje demokratskog društva“ (Todorović, 2002, str. 13).

U situaciji prisutne krize komuniciranja i u situaciji u kojoj profesionalni novinari, iz perspektive građana, “nisu u svakom smislu uspjeli da ispune očekivanja publike” (Coleman, Anthony & Morrison, 2009), “građansko novinarstvo” ili “javno novinarstvo” postaje realnost. “Javno ili građansko novinarstvo je pokret koji se javlja u Americi osamdesetih godina kao odgovor baš na percipiranu krizu javnog komuniciranja. Takvo ‘novinarstvo’ novinarima preporučuje da iskorače iz svojih konvencionalnih okvira i postanu aktivni činioци u revitalizaciji javne sfere koja propada zbog loše medijske prakse i kalkulantskih aktivnosti političara i konzumenata medijskog sadržaja. Istovremeno, za razliku od konvencionalnog novinarstva čiji je zadatak da informiše javnost, javno ili građansko novinarstvo ima zadatak da ‘formira javnost’” (Grbeša, 2005, str. 184). Ipak, osnovi za ovako optimistično stanovište biće podvrgnuti analizi u narednim delovima teksta, budući da autori optimističkog kraka gotovo isključuju mogućnost da sami građani budu izmanipulisani ili da namerno manipulišu činjenicama i time, svesno ili nesvesno, utiču na formiranje izmanipulisane javnosti.

Promene u poziciji publike, u poziciji profesionalnih novinara i u njihovoj međusobnoj korelaciji ne bi trebalo posmatrati sasvim izolovano, naprotiv. Promene u novinarstvu su očigledne, one su vidljive na nekoliko koloseka, u zavisnosti od dominacije tehnoloških, društvenih, kulturnih, političkih i globalnih uticaja. Posmatrajući relativno blisku prošlost (period od 1965. do 2005. godine), teoretičari Hacket i Kerol su, u studiji posvećenoj analizi težnje za većom inkluzijom građana u javnoj komunikaciji, ustanovili nekoliko talasa demokratizacije koji su obeležili noviju istoriju žurnalizma. Oni ističu da je prva medijska reforma u Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadi nastala tridesetih godina sa pojavom prvog elektronskog medija, zatim su usledili kulturni pokreti šezdesetih i sedamdesetih godina, dok se osamdesetih težilo novom svetskom i komunikacijskom poretku i postkomunističkim medijskim reformama, koje su se ispoljile posle 1989. godine u procesu demokratizacije medija kao kolektivnom projektu (Hacket & Carrol, 2006). “Trenutni talas je dosta raznovrsniji jer se zasniva na kompleksnom sistemu

komunikacionih tehnologija koji je ugrađen u političku ekonomiju sverastućeg kapitalizma, i u demokratski deficit koji se poslednjih dekada pojačava sa neoliberalnom politikom, rastućom koncentracijom i globalnim dometom kapitala i sveopštom korporacijskom kolonijalizacijom” (Hackett & Carroll, 2006, p. 200). Oni koji su naročito skeptični po pitanju novog vida aktivizma (Fenton, 2009; Morozov, 2011) snažnog su stanovišta da je, moguće, reč o prividu, a njihovu tezu u pojedinim segmentima potvrđiće i izjave date u ovom doktoratu. Skepticizam prema novom vidu aktivizma građana nije nastao sasvim slučajno, nije nastao iz predubedenja ili straha od novih tehnologija, već zato što je taj aktivizam vrlo brzo pokazao svoje manjkavosti i prostor koji je otvoren za manipulaciju i delovanje interesnih grupa, kroz, navodno, aktivno prisustvo osvešćenog, a opet anonimnog građanina. To su primetili tehnopesimisti, ali svoje teorije nisu zasnovali na pukom predviđanju, već na praktičnim primerima. Stoga će se medijsko pitanje, ponovo, svesti na uređivački koncept, na ono što jeste filter, kontrolor ili selektor informacija, a novinar neće gubiti svoju poziciju u procesu komuniciranja, iako su i taj proces, i dometi profesionalnog novinarstva u društvu kakvo jeste, podložni žestokim kritikama.

1.1.3. Uticaj aktivnih participanata

Kriza komuniciranja na relaciji mediji – primaoci informacija, jedan je od faktora koji su usloveli pojavu građanskog novinarstva, naravno, uz tehnološki razvojni talas koji je omogućio ovakvu vrstu učešća publike i, u jednom segmentu, potisnuo profesionalne komunikatore. Međutim, da bi se razumela pojava sve aktivnije participacije građana u procesu informisanja, neophodno je vratiti se nekoliko koraka unazad i sagledati potrebu novinara i medijskih kuća da stupe u kontakt sa sopstvenom publikom, konzumentima svojih sadržaja. Den Gilmore, čiju knjigu ugledni Fajnenšl Tajms opisuje kao Bibliju za one koji veruju da će novi mediji promeniti novinarstvo na bolje, smatra da je uloga publike revolucionarna, jer ona nužno zna više od novinara. Gilmore ističe da su mediji otvorili forume kako bi njihovi čitaoci mogli da diskutuju o pojavama i temama, ali se pita i da li te

debate i postavljena pitanja zaista stižu do novinara, da li ima odgovora na njih? “Forumi Njujork Tajmsa (www.nytimes.com–pages–readersopinion) često sadrže korisne informacije, ali sumnjam da bilo koja od njih dođe do novinara u Tajmsovoj redakciji. Ako novinari nisu deo diskusije, i ako će čitaoci razgovarati isključivo između sebe, za to im nije potreban Tajms” (Gillmore, 2004, p. 112). Ovaj autor se osvrće i na čuveni portal Slejt (fray.slate.msn.com) čiji je forum zapravo kompilacija onoga što su urednici izdvojili kao najzanimljivije komentare koje su plasirali čitaoci, kao i na Vašington post koji, težeći prilagođavanju novom dobu i novim potrebama čitalaca, otvara onlajn sektor “Q & A” (questions and answers). Ipak, ovaj nivo i ovaj stadijum interakcije, za Glimora je nedovoljan, jer ga smatra nesrazmernim u poređenju sa onim što zahteva savremeno društvo i u poređenju sa novim potrebama čitalaca. Gledajući američko područje, ekspanzija različitih vidova aktivizma građana beleži se posebno za vreme predsedničkih izbora, uoči kojih su građani samostalno pisali blogove, ali i aktivno participirali komentarima na blogovima etabliranih novinara i njihovih medijskih kuća.

Tako, na primer, Fajnenšl Tajms nije otvoren za komentare o temama koje su se već pokazale kao plodno tle za neargumentovanu raspravu (poput tekstova o sukobima između Izraela i Palestine), dok je za određene teme komentarisanje dozvoljeno samo ako se i novinar, autor teksta, uključi u raspravu¹. Istovremeno, prestižni Njujork Tajms, dajući svojim čitaocima precizne informacije o načinu na koji mogu i smeju da komentarišu tekstove, uvodi i kategoriju “verifikovanog komentatora“, praveći samim tim selekciju među čitaocima koji mogu da komentarišu tekstove.² Iskustvo medija koji se trude da održe novinarski kredibilitet, istovremeno koliko i da održe visok nivo tehnološke opremljenosti prateći i potrebe građana da participiraju, pokazuje i da je iskustveno utvrđeno da sve češće dolazi do zloupotreba, i potreba da se one spreče, odnosno da su i informacije i gledišta vrlo često instruisani.

¹ Rob Minto, Digital Editor for Audience Engagement, Financial Times, London 2016. godine. Podaci dobijeni iz intervjua rađenih u okviru studijske posete Briselu i Londonu, pod pokroviteljstvom Delegacije EU u Srbiji. Segmenti su, uz dozvolu autora, korišćeni za ovu doktorsku disertaciju.

² <http://www.nytimes.com/content/help/site/usercontent/verified/verified-commenters.html>
Posećeno 23. aprila 2016. godine.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Međutim, situacija koja bez premca otvara vrata građanskom aktivizmu u procesu medijskog izveštavanja jeste svaka od kriznih situacija u kojima su građani jedini izvori informacija, odnosno u kojima je građanin i očevidac i reporter. Gledajući proces plasiranja informacije u takvom komunikacijskom nizu, a posmatrajući je iz perspektive novinara, prvi grupni blog na stranice novinarske istorije upisuje list Šarlot Obzerver, fokusirajući se na uragan Izabelu 1998. godine (Gillmore, 2004), dok je prva situacija u kojoj su građani preuzeli ulogu reportera cunami u Južnoj Aziji (Allan & Thorsen, 2009). Da ni novinari ni medijske kuće koje se vode razvojnom komponentom i prate tehnološki proces nisu imune na sve aktivniju potrebu građana koji žele da na samosvojan način učestvuju u procesu izveštavanja svedoči i Bi–Bi–Si. “Nijedna organizacija nije uradila više da uključi svoju publiku od Bi–Bi–Sija. Oni su novembra 2003. godine plasirali novi pokušaj da se orijentišu ka novinarstvu budućnosti kroz ICAN (www.bbc.co.uk/ican). Novinari Bi–Bi–Sija provodili su mesec dana skupljajući informacije koje su stizale od građana. Zatim su napravili vodič i instrukcije o tome kako započeti kampanju do toga kako rešiti probleme sa susedima” (Gillmore, 2004, p. 124). Međutim, prateći Gimorov optimizam, očito je da su novinari svetskog medijskog servisa sa sedištem u Londonu imali presudnu ulogu u selekciji informacija, što samim tim znači da je nova platforma postala nešto participativnija, u smislu da je participacija olakšana, ali to svakako ne znači da je proces komuniciranja u potpunosti otvoren za građane. Ono što stoji između participanata i Bi–Bi–Sija jeste ogromno poverenje ostatka sveta, gde publika širom sveta pretpostavlja da je novinar medijskog konglomerata proverio svaku informaciju po standardima koji su unapred propisani i poznati. Tu informaciju će uvek pripisati novinaru, pre nego bilo kom participantu iako je informacija, možda, i potekla od običnog građanina. To znači da je, uprkos možda i želji novinara da aktivnije uključe publiku i da direktnije komuniciraju sa njom, bojazan opravdana, jer odakle god informacija da je došla, odgovornost je na novinaru i na njegovoj medijskoj kući.

Bi–Bi–Si je među prvima 2005. godine oformio odeljak “Have You Say” kreiran za izveštaje građana koji se šalju elektronski (Ireport). Međutim, kao što se u zapadnim medijima izveštači razdvajaju od kolumnista, po maksimi rodonačelnika lista “Gardijan” Čarlsa Prestviča Skota da su “činjenice svete, a komentari slobodni”, tako pojedini autori,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

poput Dominga, Džonsona i Ornebringa primećuju da mediji teže “jasno da odvoje profesionalni sadržaj od sadržaja koje kreiraju građani, nazivajući ga ‘igralištem’ ili ‘UGC getom’” (Wall, 2015, p. 2).

Proces vidljivog pokušaja participacije i novinarskog odgovora na tu pojavu počeo je sa komentarima i blogovima, da bi prerastao u planetarnu pojavu, simbolično oličenu kroz južnokorejski sajt OhmyNews (ohmynews.com), koji je lansiran u februaru 2000. godine. Građani su prvi put, tako masovno, dobili primat u izveštavanju, i to pod sloganom da je “svaki građanin reporter” tvrdeći tako da reporter ima i pravo i veštinu da plasira informaciju koju percipira kao značajnu. Dodatnu potvrdu i objašnjenje ovakvog stava daje osnivač spomenutog portala Oh Yeoh–Ho, koji praktično negira odvajanje profesionalaca i građana u procesu izveštavanja ističući da “novinari nisu neka egzotična vrsta”, kao i da novinar može biti “svako ko teži razvoju i pretočio je to u pisanje koje deli sa drugima” (Gillmor, 2004, p. 110). Kada je formiran, ovaj sajt je brojao 4 specijalna reportera i 727 građana–reportera, a za godinu dana OhmyNews je angažovao 30.000 “reportera” koji su plasirali 160 do 200 tekstova dnevno (ibid, 146).

Ako se posmatra ova vrsta aktivizma, a govori o demokratskom deficitu, postavlja se pitanje da li je reč o jazu u percepciji ili o stvarnom postojanju privida aktivne participacije i minimalnog učešća građana u procesu izveštavanja, odnosno informisanja i kreiranja medijskog sadržaja. Posmatrajući tri navedena faktora, ne bi bilo pogrešno reći da tehnologija otvara prostor da se novinarstvo demokratizuje, ali demokratizacija, međutim, nije samo tehnološki proces. Oblikovanje profesionalne rutine zavisi od varijeteta faktora, koji će u daljem tekstu biti analizirani, međutim, neophodno je istaći međuzavisnost i njene domete u trouglu profesionalno novinarstvo–tehnologija–aktivna publika. To što aktivizam publike nije dosegao razmere koje su mu prognozirali tehnoptimisti, nije isključivo stvar esnafske zatvorenosti, već kompletnog društveno–političkog konteksta, ali i zanemarenog stanovišta koje pod upitnik stavlja dobronamernost, obučenost i celishodnost aktivnog participiranja publike. Demokratski deficit se, tako, oličen u društveno–političkoj areni, preslikava na medijsku arenu i postaje medijski demokratski deficit.

1.1.4. Kontekst specifičnog društveno–istorijskog momenta

Očigledna kriza komuniciranja, u poretku koji je prividno demokratski, a u stvarnosti vrlo ekskluzivan i opredeljen za medijske konglomerate pod uticajem nacionalnih politika i ekonomskih centara moći, pogodovali su da se ovaj vid participacije, barem deklarativno raširi. Imajući u vidu postojanje tehnoloških mogućnosti koje su ovaj proces samo ubrzavale, može se konstatovati da se građansko novinarstvo, prema gruboj podeli, javlja u dve situacije, odnosno u dva vida:

1. Krizne, vanredne, tzv. “breaking news“ situacije (kada ne postoji nijedan drugi izvor informisanja osim građanina očevidca);
2. U situacijama kada tradicionalno novinarstvo nije ispunilo očekivanja publike.

Na prvi pogled, obe situacije su jasne. Međutim, ova podela zatražiće dalju analizu u smislu funkcije “građanina–novinara” u prvom slučaju, odnosno varijeteta uzroka koji su doveli do situacije da profesionalno novinarstvo ne ispuni sopstvenu funkciju, u drugom slučaju. Situacija u kojoj ne postoji nijedan drugi izvor, što građanina–novinara navodi da traga za načinom na koji će se priključiti novinarskom procesu izveštavanja, jeste nova u tehnološkom smislu (budući da je upravo najnovija tehnologija omogućila takav vid participacije, mada je aktivizma publike bilo u svim epohama, od pisama čitalaca do telefonskih uključenja), ali se otvara pitanje da li je ulaskom u medijski prostor velikih medijskih kuća građanin zadržao svoju tradicionalnu ulogu u izveštavanju – samo kao jedan od očevidaca datog događaja, a ne kao reporter. Ovo pitanje naročito je izraženo u situaciji u kojoj postoji mnoštvo građana reportera koji teže istoj funkciji i procesu bez selekcije. U takvoj situaciji, jedina šansa da se iz entropije izvuče pouzdana informacija, korisna za ostatak publike, jeste da takvo “izveštavanje” uđe u javni medijski prostor već prepoznatih i etabliranih medija, odnosno da novinar ili urednik u etabliranim medijima

“izabere” i objavi izveštaj određenog građanina. Stanovište prema kojem je Internet dovoljan za proces demokratizacije u medijima nedovoljno je i nepotpuno – ako obratimo pažnju na “velike događaje” koji su uticali na sliku savremenog sveta možemo konstatovati da su tradicionalni mediji nužno imali ulogu u selekciji, iako je proces izgledao drugačije. Posmatrajući slučaj Wikiliks i njegovog osnivača Džulijana Asanža, objavljivanje poverljivih informacija ne bi bilo ni tako delotvorno ni tako očigledno da se pojavilo samo na blogu, na Internetu. Informacije, iako su potekle “odozdo”, u dogovoru sa Asanžom (u ovom slučaju participantom) objavilo je pet renomiranih svetskih listova u pet država (New York Times, The Guardian, El Pais, Le Monde, Der Spiegel), dajući im tako kredibilitet i globalni značaj.

U haos preobilja informacija koje neće dospeti do najvažnijih nacionalnih listova, društvena mreža Tviter će donekle uvesti red zbog mogućnosti da se selekcija tema obavlja prema ključnom pojmu o kojem se “izveštava”, s tim što ni u tom slučaju ne postoji konsenzus koji je to ključni pojam. “Stefani Busari sa Si–En–Ena (2008) ističe da ako Tviter zaslužuje pohvalu kao efektivno sredstvo za mobilizaciju napora u prikupljanju svedočanstava od očevidaca tokom katastrofa, i dalje postoji sumnja u njihov status i pouzdanost takvog izvora informisanja” (Allan & Thorsen, 2009, p. 31). Sa druge strane, iako je mobilišuća uloga Tvitera očigledna u događajima poput Arapskog proleća (i to njegovog početka), već postoje teoretičari koji govore o prividu te mobilišuće funkcije (Ben Moussa, Owen Jones) što je eksplicitno navedeno u vestminsterskom zborniku posvećenom Arapskom proleću (Taki & Coretti, 2013). Stvarni aktivizam i poziv na delovanje u realnom prostoru ne mora da odgovara internet aktivizmu i deklarativnom prihvatanju delovanja u virtuelnoj zajednici, o čemu će u radu još biti reči.

Novinarka Si–En–Ena otvorila je i ključno pitanje pouzdanosti informacija dobijenih ovim vidom građanskog aktivizma i participacije. Pitanje pouzdanosti izvora aktuelno je pitanje u svakom razmatranju novinarskog izveštavanja, bilo da je reč o građanskom novinarstvu, ili o profesionalnom izveštavanju, međutim, pitanje momenta u kojem građansko novinarstvo doživljava ekspanziju važan je indikator kada je reč o drugom kriterijumu, odnosno nemogućnosti tradicionalnog novinarstva da ispuni očekivanja građana

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

(ako izuzmemo kriterijum nedostupnosti mesta tj. događaja, koji spada u prvi segment navedene sistematizacije). Odgovarajući na pitanje momentuma u kojem građanski aktivizam doživljava ekspanziju, autori koji su se bavili proučavanjem građanskog novinarstva u različitim sredinama i analizom njegovog funkcionisanja, nalaze jasnu korelaciju između političkih pritisaka, ponašanja novinara i građanskog aktivizma ili u drugim slučajevima, određene društvene stigme, zbog koje se tradicionalni novinari iz različitih razloga ne trude da pomere granice sveopšte prihvaćenog, pa zato delaju građani. U prilog tome navodi se analiza dvojice autora Stjuarta Alena i Ejnara Torsena pod nazivom "Građansko novinarstvo" (*Citizen journalism*) u kojoj su sumirane pojedinačne situacije ekspanzije građanskog novinarstva u različitim političkim sistemima i različitim društvenim uređenjima. Ovakve pojave neretko su kriminalizovane, a ekspanzija građanskog novinarstva često nije nailazila na odobravanje političke vrhuške. "U zemljama u kojima država izjednačava neslaganje sa kriminalom, neumorna potreba običnih građana da izgovore istinu je neprocenjiva. Ekspanzija umrežavanja, da koristimo izraz Manuela Kastela (Castells, 2000), služi kao provodnik širom planete na način da proizvodi duboke implikacije na geopolitičko upravljanje informacijama i njihovo kontrolisanje" (Allan & Thoran, 2009, p. 6). U mnogim slučajevima "represivne vlade širom sveta tražile su da se strogo ograniči blogosfera, odbijajući da priznaju prava građana – odnosno građana novinara da se izraze slobodno, bez uzdržavanja ili cenzure" (ibid, 5).

U prilog ovim tezama potrebno je osvrnuti se na nekoliko navedenih primera. U slučaju Indije (analiza Prasun Sonwalker) građanski aktivizam doveo je do pokretanja projekata u kojima su žene slale slike, svedočanstva, iskustva, koje su govorile o seksualnom uznemiravanju i njihovom lošem položaju u Indiji. Palestinci su, u blogovima koji su pokretali građani (analiza Heba Zayyab, Cynthia Carter) osvetlili od medija skriven život u aparthejdu. "Ovde je građansko novinarstvo odigralo ključnu ulogu. Obezbedilo je virtuelni prostor Palestincima koji su načinili napore da se intelektualno otvore i dosegnu do drugih ljudi, iako oivičeni fizičkim restrikcijama" (ibid, 90). Kineski građani participanti (analiza Joyce Nip), osim što su prvi izvestili o snažnom zemljotresu koji je pogodio tu zemlju, postavljali su, umesto profesionalnih novinara, pitanja nadležnima i tražili su odgovornost za

propuste u procesu upozoravanja građana o elementarnoj nepogodi koja predstoji. Tražili su odgovor na pitanje koje je izostalo, koliko se novca troši na biro za upozoravanje na zemljotres, ako takvog upozorenja u kriznoj situaciji nije bilo (Allan & Thoran, 2009), čime je detektovana korektivna uloga građanskog novinarstva u profesionalnom izveštavanju. Rezultati analize autora Golama Kibanua i Anabele Srebreni (Gholam Khiabany, Annabelle Srebreny) jasno, prema njihovim navodima, ukazuju da je “građansko novinarstvo neobučeno, neujedinjeno, visoko politizovano“ (ibid,121), ali nalaze da je u Iranu novinarstvo “bilo prinuđeno da migrira na Internet zbog snažne cenzure koju je država vršila na štampu”. “Ono je razvijeno u različitim oblicima: publikacije na webu, kolektivni blogovi i individualni komentari. Državna represija postaje osnovna snaga političke komunikacije“ (ibid, 130).

Kao dokaz isprepletanosti političkog pritiska, suženih prostora komunikacije, kraha novinarstva i mogućnosti za participaciju građana, najbolje bi mogao da posluži aktivizam tokom Arapskog proleća. Prvi put u istoriji tako veliki događaj bio je “više pokriven” od strane običnih građana nego što je predstavljen u mainstream medijima (Storck, 2011). U prilog masovnoj participaciji govore i podaci studije o ulozi društvenih mreža u političkoj mobilizaciji u Egiptu, autorke Medlin Stork (Madeline Storck). Ta autorka ističe da je u periodu između januara i marta 2011. godine najznačajniji haštag³ bio #egypt sa 1,4 miliona “spominjanja”, zatim #jan25⁴ sa 1,2 miliona, #libya sa 990 hiljada. (Storck, 2011, p. 13). Ovo istraživanje pokazuje da je u Egiptu u tom periodu postojala 131 hiljada Tviter korisnika koji su u proseku generisali 24 hiljade “tvitova” dnevno.

Nove platforme u poslednjih petnaest godina donosile su nove mogućnosti za aktivniju participaciju građana u izveštavanju, ali su svakodnevno tražile i adekvatan odgovor profesionalnih novinara i njihovih medijskih kuća na tu pojavu. Od prihvatanja do potpunog ignorisanja, kretale su se i debate o ulozi građana u profesionalnom izveštavanju. Način i upotreba informacija dobijenih od građana postali su, s jedne strane, predmet etičkih i profesionalnih debata i analiza, dok je sa druge strane od građana sve učestalije stizao

³ Hashtag (oznaka #), na društvenoj mreži Tviter služi da generiše teme o kojima se govori. Stavljajući taj znak i reč koja je nosilac teme o kojoj se govori, ta društvena mreža povezuje stavove različitih korisnika koji su u svoj status upisali tu reč.

⁴ Dan kada je 2011. godine počeo protest u Egiptu.

impuls da tradicionalno novinarstvo nije opravdalo očekivanja, niti je ispunilo svoju ulogu. Takav stav pratila su predviđanja da će građansko novinarstvo, u takvoj situaciji, u potpunosti zameniti profesionalno. Ipak, čak i optimizam Dena Gilmora koji je širom otvorio vrata participaciji građana i njihovom sudelovanju u novinarstvu, ponadavši se potpunoj slobodi ili barem podizanju nivoa učinaka i efekata novinarske profesije, sa ove distance deluje naivno. Njegov stav da građanin sebi “ne može priuštiti da kao društvo ima ograničene izbore” (Gillmore, 2004, p. 24) u biti je tačan, ali do potpunog osobođenja novinarske profesije nikada i nigde u istoriji nije došlo. Dva procesa nastavila su da se kreću paralelno, u sve većoj simbiozi. Nove platforme, poput društvenih mreža, omogućile su već etabliranim sagovornicima tradicionalnih medija da brže, lakše, vidljivije i bez posrednika plasiraju informaciju ili gledište, a neretko su i građani kao očevici, u funkciji tradicionalnih izvora informisanja, ulazili u medijski prostor na način da su profesionalni novinari prenosili i prenose stavove tradicionalnih izvora objavljene na društvenim mrežama (pre svega Tviteru i Fejsbuku). Ako u realnosti postoji takva situacija, onda je nužno i logično da se postavi pitanje na koji način se profesionalni novinari odnose prema informacijama koje su građani, koji nisu prepoznati kao tradicionalni izvori, plasiraju na društvenim mrežama? Pošto je očito da među građanima participantima i profesionalnim novinarima postoji korelacija, postavlja se pitanje po kom kriterijumu, koliko frekventno i na koji način profesionalci prenose ili ne prenose takve informacije? Tragajući za ovim odgovorima, postavljaju se i dodatna pitanja, pre svega da li je informacija koju novinar dobija od građanina participanta isključivo u službi vesti ili pak ta informacija služi kao ram za formiranje novinarskog gledišta o datoj pojavi. Korak dalje, služi li ta informacija kao korektiv u procesu novinarskog izveštavanja i da li se ova tri segmenta uopšte isključuju ili je u poruci koju plasira građanin evidentirano jedinstvo ova tri faktora?

1.2. Predmet i cilj istraživanja

Ovaj rad će pokušati da ustanovi odnos između građanskog i profesionalnog novinarstva težeći da odgovori na pitanje na koji način profesionalni novinari u medijima u Srbiji koriste informacije koje su građani plasirali na društvenoj mreži Tviter. Posmatranje aktivizma suženo je na ovu društvenu mrežu jer ona omogućava najdirektniju participaciju i, zbog svojih osobnosti, direktnu, jednostavnu i neomeđenu vidljivost u težnji građana da na bilo koji način utiču na medijski sadržaj (uprkos tome što je Fejsbuk, kao društvena mreža, po broju korisnika u Srbiji prisutniji). Takvo istraživanje biće putokaz u nastojanju da se uoče navike profesionalnih novinara u Srbiji, njihova radna praksa i pozicija, a sa druge strane, u težnji da se ustanovi reakcija medijskih kuća na novi vid građanskog aktivizma, stepen tog aktivizma i novinarska perspektiva iz ugla prednosti i mana kada je reč o ulozi aktivne publike. Budući da se kao kriterijumi za ekspanziju građanskog aktivizma, a naročito građanskog aktivizma na Tviteru najčešće uzimaju krizne situacije, ovaj rad će pokušati da dijagnostifikuje poziciju novinara u kriznim i svim drugim situacijama, dajući obrise ukupne, složene medijske slike Srbije. Sve raširenija upotreba društvenih mreža, pre svega Tvitera, koji je predmet ovog istraživanja, i njegov uticaj na profesionalno novinarstvo čine ovu pojavu vidljivom, društveno prisutnom, a nedostatak jasnih, merljivih pokazatelja o tome na koji način profesionalna zajednica u Srbiji reaguje na ovu pojavu čini istraživanje i profesionalno i društveno relevantnim. Autorka će u radu pokušati da odgovori na relevantna pitanja, fokusirajući se na relativno skromno medijsko tržište Srbije, koje je u ekstenziranom medijskom tranziciji i koje se suočava sa mnoštvom ekonomskih, političkih i profesionalnih izazova. Autorka očekuje da će se, putem predložene analize ove složene pojave, steći uvid u karakteristike medijske scene u Srbiji putem stavljanja u korelaciju političkih uticaja i kulturnog konteksta sa ponašanjem i međuodnosima participanata na medijskom tržištu – profesionalnih novinara i građana participanata. Posredno, a u nekim situacijama i direktno korelirajući medijske slobode sa rastućom upotrebom društvenih mreža i rastućom potrebom građana da u kriznim

situacijama participiraju – bilo da nude vest ili služe kao korektiv novinarskog izveštavanja – autorka rada će nastojati da da sliku medijskih sloboda u Srbiji viđenih iznutra, iz ugla percepcije profesionalaca. Kada se govori o medijskim slobodama, trenutno najdelikatnijoj temi u medijima u Srbiji, o kojoj centri moći imaju jednu, pozitivnu sliku, dok novinari ne dele taj optimizam, ovo istraživanje će pokušati da detektuje i ukaže na primere u kojima su novinari, prema sopstvenom svedočenju, koristili društvene mreže kako bi proširili opseg svog profesionalnog delovanja. Percepcija novinarske slobode biće svrstana u korelaciju sa društvenim aktivizmom građana, kao i sa aktivizmom koji se razvio među novinarima. To znači da će ovo istraživanje težiti da detektuje situacije u kojima su, u nedostatku ili nemogućnosti očekivane novinarske prakse (na krhkoj medijskoj sceni kakva je Srbija), građani– participanti pojačali aktivizam u težnji da utiču na medijski sadržaj, a posmatraće i odgovor novinara na ovakav suplement u profesionalnoj rutini. Autorka rada će nastojati da ustanovi vezu između percepcije i novinarske slobode sa otvorenošću ili zatvorenošću medija ka građanima na društvenim mrežama, a pokušaće da ustanovi i odnos prema informacijama koje građani plasiraju. Detekcijom vrste i načina kao i stepena novinarskog aktivizma, pokušaće da se ustanovi percepcija odnosa prema građanskoj participaciji.

Percepcija novinarske slobode i percepcija građanskog aktivizma jesu velike, istorijske teme, pa su stavljene u epicentar ovog istraživanja, ali nisu jedini predmeti ovog istraživanja. Autorka ovog rada će pokušati da napravi distinkciju između novinarskih izvora informisanja na Tviteru, u težnji da, uprkos uvreženom stanovištu da su društvene mreže potpuno novi vid novinarske komunikacije, dokaže da su one samo novi vid tradicionalnog načina informisanja. Takvo stanovište autorke biće dokazivano na nekoliko nivoa analizom odnosa prema izvoru informacija sa Tvitera, bilo da je reč o onome ko je prepoznat kao “medijska ličnost” (Todorović, 2002) ili kao običan građanin, svedok, očevidac događaja.

Analiza odnosa prema poruci koju plasira građanin, izvor informacija, prema njenom sadržaju, poslužiće u pokušaju detektovanja da li je reč o informativnoj ili korektivnoj ulozi Tvitera, odnosno da li se radi o kriznim situacijama kada građani plasiraju

informacije, ili je reč o kritici, dopuni izveštavanja ili sličnoj situaciji u kojoj novinari u profesionalnom smislu nisu ispunili očekivanja.

Ovaj rad teži da odgovori koje su to sve situacije koje su primetno uticale na novinarsku praksu, a ponikle su sa društvenih mreža, odnosno sa Tvitera, koje su to situacije kada je Tviter zajednica poslužila kao izvor za pokretanje određene teme i kako se ona, kasnije, percipirala i razvijala u medijskom prostoru, posredstvom profesionalnih novinara i koji su sve vidove reakcije profesionalaca na takvu praksu publike. Istraživanje će težiti da dokaže nekoliko fenomena – da je društvena mreža Tviter neretko kadra da detektuje krhki profesionalizam u situaciji nedovoljnih novinarskih sloboda, da je doprinela uticaju građana na profesionalnu rutinu i medijski sadržaj, ali da je direktno učešće građana u tom procesu vrlo ograničeno, a mimo novinarske membrane – retko.

U posebnom segmentu posvećenom metodologiji ovog istraživanja biće detaljno razjašnjeno na koji način će se praviti razlika među redakcijama, prema načinima na koji koriste ovu društvenu mrežu, imajući u vidu da uzorak obuhvata sve postojeće vrste medija u sredini koja je bila predmet analize. Anketom u kojoj su učestvovali novinari domaćih javnih servisa, dopisništava stranih medijskih servisa, lokalnih medija i Internet platformi, težilo se uvidu u njihovu profesionalnu percepciju upotrebe građanskog aktivizma u profesionalnom izveštavanju. Imajući na umu i brze promene medijske situacije u društvu u tranziciji kakvo je srpsko, redefinisace se i postojeći načini dosadašnje podele medija prema mestu, vremenu izlaženja, vlasništvu i sadržaju. Klasifikacija medija u Srbiji prema datim kriterijumima preduslov je potpunijeg uvida u trenutno stanje u njima i, što je značajnije, u trenutnu medijsku praksu u Srbiji.

Cilj ove doktorske disertacije je da ponudi teorijsku bazu i uputi na najnoviju literaturu iz ove oblasti, da ukaže na savremene, teorijske naučne rasprave koje su aktuelne i sveprisutne u ovoj oblasti, i vrlo dominantne, imajući u vidu aktuelnost ove teme. Rad teži da obuhvati odgovarajući broj savremenih teorija i najnovijih istraživanja u razvijenim zemljama, u nameri da se ukaže na domete medijske teorije i prakse u svetu. Ovakva istraživanja, koja imaju za predmet savremenu teorijsku praksu, nisu korisna samo

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

teoretičarima medija, nego su od najdirektnije koristi za praktičare medija, medijske poslenike različitih specijalizacija, a pre svega za novinare izveštače i istraživače koji rade u “novom okruženju” i stoga su im nova znanja i usmerenja neophodna.

Istraživanjem uticaja građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo u medijima u Srbiji težiće se da se ponudi presek medijske scene u Srbiji i presek postojeće medijske i novinarske prakse. Rad će pokušati da ponudi osobenu vizuru situacija u kojima Tviter jeste bio dominantno sredstvo dolaženja do podataka i gledišta u novinarskom izveštavanju ili dominantan korektiv za situacije u kojima novinari nisu bili u mogućnosti, nisu smeli ili nisu želeli da se rukovode novinarskim standardima. Stoga, ovo istraživanje ima za cilj da osvetli novinarsku praksu i novinarsko ponašanje, ne samo iz ugla teorijskog rakursa koji je često odvojen od profesionalne prakse, često je idealno–tipski i ne prati je u dovoljnoj meri, zbog čega novinari odbijaju da učestvuju u ovakvim istraživanjima smatrajući ih nerealnim i nepotrebnim. Autorka će nastojati da ponudi vizuru na osnovu eklatantnih novinarskih primera (minijaturnih studija slučaja) iz aktuelne prakse sa naglaskom na novinarsko viđenje tih primera, sumirajući ih u jednom poglavlju rada i razmatrajući ih putem rasprave i sučeljavanja različitih gledišta kako novinara, tako i njihovih urednika. Ovo istraživanje nije tek jedno od tehnootimističkih stanovišta koje će isključivo nuditi sliku revolucionarne uloge građana participanata koji su lišeni bilo kakvih interesnih uticaja za razliku od profesionalnih novinara koje percipiramo kao podložne takvim uticajima. Naprotiv, ovo istraživanje ima za cilj da razmotri novinarsku praksu viđenu iz novinarske perspektive, uz jaku teorijsku potku zasnovanu na opsežnim, obimnim, savremenim istraživanjima iz date oblasti.

1.3. Opravdanost istraživanja i postojeći istraživački koncepti

Građansko novinarstvo, i njegov odnos sa profesionalnim žurnalizmom, u osnovi je savremenih debata koje se vode među teoretičarima medija, a sve češće i među praktičarima koji traže adekvatan modalitet kojim će odgovoriti na datu pojavu. Nemoguće je govoriti o tendencijama u oblasti medija, a da se ne uzme u obzir svaki od ovih aspekata (tehnologija, kriza komuniciranja, promene na medijskom tržištu, izmenjena uloga publike). Istovremeno, moguće je da se, u analizi složenosti date pojave, uoči još varijabli koje utiču na funkcinisanje medija, kako bi se iz svih uglova osvetlilo funkcionisanje određenog medijskog sistema. Naizgled tehnološki jednostavnija novinarska praksa i rutina, u smislu tehnološke dostupnosti “ovde i sada”, lakog pronalaženja podataka, plasiranja informacija, tehničke jednostavnosti prikupljanja informacija, stavljena je pred ogromne izazove poverenja, tačnosti i kredibilnosti i, kao takva, postaje dodatni izazov i za praktičare i za medijske teoretičare. Idealni koncept da je “svaki građanin reporter”, kako promoviše OhmyNews (jedan od prvih portala koji mahom angažuje građane–participante, umesto isključivo profesionalnih novinara), nije se pokazao kao održiv na globalnom planu, ali je otvorio pitanje da li je ta praksa skratila put informacije do novinarskog deska, ali zato udvostručila put novinarske provere.

U uvodnom delu predstavljene su društvene, političke i tehnološke okolnosti koje su dovele do toga da ova pojava postane dominantna. Njena masovnost, sa jedne strane, i njen sve veći uticaj, sa druge, daju osnova da se njeni dometi ispituju, razlože, analiziraju i teorijski kontekstualizuju. Izvesno je da će uvidi koji detektuju upotrebu Tvitera u kriznim situacijama pomoći da bolje shvatimo složenu sliku savremenog sveta kao i našu sve očigledniju potrebu da o svakom događaju imamo neko svedočanstvo i neki dokument, neretko u video formatu. Potreba da se o svemu izvesti i, istovremeno, zahtev publike da o svemu imaju dokaz i svedočanstvo, predstavlja ozbiljan izazov za novinare. Uvid u

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

značajne događaje građanima, sa druge strane, ukazuje na demokratizaciju društva u kojem žive ili na privid te demokratizacije, jer dok taj proces teži većoj inkluzivnosti građana participanata, ispostavlja se da je domet medija koji omogućavaju aktivnu participaciju zaista ograničen. Preobilje informacija kojima smo izloženi i izmenjen položaj novinara u situacijama mnoštva mogućnosti, ozbiljan su izazov za profesionalce, čak i da se ne nalaze pred postojećim ekonomskim i političkim izazovima i pritiscima, kakvima današnje društvo obiluje.

Takozvanim ozbiljnim, kvalitetnim medijima, neće biti jednostavno da relaksiraju membranu za propust informacija, pa pojedini teoretičari već nagoveštavaju da je proces o kojem govorimo mnogo složeniji nego što se misli, odnosno da su određeni mediji pre proširili svoj opseg i uticaj na društvenim mrežama infiltrirajući se među građane, nego što su građani uspeali da “oslobode” put za informacije koje plasiraju. Pokazatelj na koji način novinari koriste informacije dobijene sa društvenih mreža u mnogome će detektovati onaj funkcionalni deo medijske slike u Srbiji, tehnološku osposobljenost novinara, strukturu redakcije i poverenje koje mediji imaju među građanima, pa će se osvetliti i način i vrsta pritisaka kojima su izloženi, odnosno koje osećaju ili ne osećaju.

Baš to (ne)poverenje biće jedan od ključnih aspekata ove analize jer će ona imati i ulogu da detektuje odnos između profesionalaca i publike i da proveriti stepen krize javnog komuniciranja koja je, prema teoriji, anticipirala upotrebu Tvitera. Poverenje (kredibilnost) je segment na koje se naslanjaju i konstruktivističke studije mereći domete novih pojava i računajući koji je to input koji produbljuje jaz između profesionalaca i građana.

Deo ove analize koji se odnosi na stepen propustljivosti informacija u različitim medijima, vrednujući informaciju prema onome ko je šalje ili prema njenom sadržaju, takođe je značajan pokazatelj funkcionisanja medijske scene koja godinama pati od nedostatka novinarskih sloboda, boreći se sa nejasnim vlasništvom u medijima, neprincipijelnom primenom zakona i voluntarizmom pojedinaca.

Za medijske profesionalce ova analiza mogla bi da posluži kao snimak stanja u profesiji jer upotreba Tvitera ne ukazuje samo na odnos prema ovoj društvenoj mreži, ona

je i dobar pokazatelj brojnih faktora koji utiču na mogućnosti rada u profesiji. Situacije u kojima Tviter služi kao korektiv u novinarskom izveštavanju pripadaju onom segmentu definicije stanja u kojem se navodi da profesionalno novinarstvo nije ispunilo očekivanja publike, stoga upotreba Tvitera može detektovati i druge manjkavosti u profesionalnom novinarstvu. Slučajevi u kojima je Tviter postao naročito dominantan, a kojima će se ovaj rad takođe baviti, ukazuju, svaki na svoj način, na specifičnost i složenost medijskih pojava u datom momentu. Autorka analizom teži da detektuje odnos novinara prema ličnim i eventualnim redakcijskim kodeksima, a očekuje se da odgovori novinara na grupu pitanja koja se odnose na prisutnost novih medija u profesionalnoj rutini, jasnije ukažu na nivo tehnološke opremljenosti i digitalne pismenosti.

Imajući u vidu društveno-političku sliku kojom će se ovaj rad baviti analizirajući njen vitalni segment, medije, istraživanje bi moglo da da svojevrstan doprinos u oblastima koje se bave izučavanjem komunikološke, kulturne, ali i šire, sociološke prakse.

Kada je reč o naučnom doprinosu, težnja autorke je pokušaj da se otvori novo poglavlje aktivnijeg teorijskog proučavanja novih medija i medijskih platformi u Srbiji. Domaća teorijska praksa ima prostora za unapređene kada je reč o izučavanju savremenih medijskih tokova imajući u vidu brzinu kojom se promene dešavaju, ali i brzinu kojom evropska i američka akademska zajednica prati te pojave, stoga će ovaj rad biti svojevrstan pokušaj doprinosa takvim izučavanjima na našem tlu. U tom smislu autorka će pokušati da prokomentariše određene interdisciplinarne teorije, najšire postavljene u komunikologiji, ali i u međunarodnim odnosima sa njihovim užim izdancima koji se odnose isključivo na oblast medijskog delovanja. Sa druge strane, rad će nastojati da ustanovi korelacije između grupa teorija, ne samo po podeli na tehnioptimiste i njihove antipode među teoretičarima, nego će težiti grupisanju različitih teorijskih viđenja iz ugla njihovog uticaja na postojeću novinarsku praksu.

Istraživački deo ovog rada nastoji da izrazi nova gledišta na domaću medijsku praksu i na stavove građana koji jesu već mereni u pojedinim istraživanjima, ali koji nisu još uvek teorijski komentarisani kao pokazatelji nastanka, razvoja i reperkusija date pojave.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Dok se novi mediji i njihovo dejstvo aktivno proučavaju na zapadnoj hemisferi, Srbija zaostaje u istraživanjima iz ove oblasti, što ne znači da ih nije bilo. Imajući u vidu snažnu teorijsku potku, koja će nastojati da da presek najznačajnijih teorijskih razmatranja u ovoj oblasti, u ovoj etapi medijskog razvoja, istraživanje će se oslanjati na postojeće teorijske prakse, a svoj doprinos autorka će pokušati da ostvari analizirajući pojavu na mikoprostoru Srbije.

Istražujući stavove novinara u 44 redakcije u Srbiji, ali i stavove njihovih urednika pojedinačno, autorka rada će težiti da da doprinos postojećim istraživanjima i osvetli ih iz novog, možda drugačijeg ugla, imajući u vidu specifičnosti medijske sredine koja je predmet analize, kao i praksu delovanja novinara u ekstremno teškoj situaciji, odnosno u maloj, zaostaloj i siromašnoj zemlji koja predugo tavori u tranziciji.

Na zapadnoevropskim i američkim univerzitetima koji se bave komunikologijom i novinarstvom teoretičari se uveliko bave izučavanjem uloge građanskog novinarstva na različite vrste profesionalnog delanja i takva debata je u ovom momentu nezaobilazna na naučnim skupovima i u relevantnim časopisima. Čini se da je nemoguće baviti se savremenim medijima, ukoliko se ova oblast ne dotakne u nekom obliku – bilo da ukazuje na tehnološke domete razvoja savremenih medija ili na socijalnopsihološke obrasce ponašanja pojedinaca i grupa koji se u njima angažuju, uvek sa osvrtom na uslove datog medijskog i političkog poretka. Autorka rada preuzela je zadatak sa ciljem da osvetli pojedine segmente medijske prakse u Srbiji, težeći da se rukovodi kriterijumima važnosti, aktuelnosti, ali i akademske osnovanosti ovakvog istraživanja. Oslanjajući se na brojne, savremene teorijske postavke kao i na učestale debate među teoretičarima medija, ovaj rad će biti pokušaj teorijskog doprinosa relevantnoj temi, a njegov društveni značaj oličavaće se u mogućnosti otvaranja debate utemeljene na najnovijim pokazateljima preseka novinarske prakse i građanskog aktivizma u Srbiji. Autorka je svesna ograničenosti dometa svojih zaključaka jer je u pitanju oblast koja se velikom brzinom menja, zahtevajući nove uvide u stanje i nove teorijske pristupe, ali će nastojati da da presek stanja kada je reč o ovoj pojavi u momentu kada je rad pisan.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Postoji značajan korpus istraživanja o ovoj temi – kao što je navedeno, reč je o akutnoj i aktuelnoj pojavi čije je prisustvo profesionalnim novinarima vrlo očigledno, pa su, samim tim, njeno posmatranje i kontekstualizacija, za istraživače i teoretičare, vrlo inspirativni. Takva istraživanja, od kojih će neka biti navedena u daljem tekstu, od suštinskog su značaja za proučavanje pojave, kako među teoretičarima, tako i među profesionalcima. U narednom tekstu biće navedena neka istraživanja koja su od ključnog značaja za ovu doktorsku disertaciju, jer se na njih ova disertacija naslanja.

Kako se britanski mediji odnose prema “sadržaju koji kreiraju korisnici” (user generated content, UGS) tema je istraživanja autora Alfreda Hermida i Nila Trumana. U studiji koja je objavljena 2007. godine, dvojica autora primećuju progres u adaptaciji ovakvog sadržaja iako ističu da profesionalni mediji odbijaju da se u potpunosti otvore prema građanima. Ono što je još važnije, ni ovi autori se ne vode isključivo tehnološkim momentom koji oblikuje rad novinara, oni ustanovljavaju da “kultura redakcije, koja se očitava u zajedničkom sistemu vrednosti i uverenja, koja oblikuje mišljenje zaposlenih i njihovo ponašanje, oblikuje i odnos prema UGS” (Hermida & Thrumana, 2007, p. 25).

Polusen i Agil (Paullusen & Ugille, 2008) opravdano ukazuju i na social–konstruktivističko gledište Ornebringa (Ornebring, 2008), koji ovu pojavu tumači analizirajući odnos prema UGS u britanskom i švedskom tabloidu poredeći dihotomiju “konzument – proizvođač”. U toj studiji, autor navodi da su građani ohrabreni da kreiraju popularni kulturno–orijentisani sadržaj, kao i personalni, svakodnevni sadržaj koji govori o načinu života, pre nego vesti i suštinske informacije, naglašavajući da “direktni uticaj u prikupljanju, selekciji i produkciji vesti minimalan je ukoliko sadržaj nije kreirao profesionalni novinar”, kao i da je “jedina situacija koja bi mogla biti izuzetak – plasiranje fotografija ili breaking news situacije” (Ornebring, 2008, p. 783).

Kao vrhunac analize isprepletenosti uticaja koji u najeksplicitnijem maniru social–konstruktivizma definišu novinarsko ponašanje pojavljuje se grupa autora okupljena oko Dominga koji su se analizom participativnog novinarstva bavili u osam zemalja Evrope i u Sjedinjenim Američkim Državama (analizirajući praksu u 16 redakcija). U toj

multinacionalnoj studiji, objavljenoj 2008. godine, Domingo i koautori ističu da redakcije u Evropi i SAD interpretiraju sadržaj UGS kao šansu za čitaoce da učestvuju u događajima. Međutim, odnos prema tom sadržaju, ponovo, nije omeđen isključivo tehnologijom. “Pozajmljujući koncept od disciplina koje imaju dugu tradiciju analize tehnoloških inovacija i njihovog uticaja na određeni proces, mi nudimo perspektivu u kojoj je svaki razvoj u onlajn novinarstvu posledica odluka koje su donete u reakcijama, u određenim uslovima, koje oblikuje profesionalna kultura, znanje i očekivanja koje nosi internet kao novi medij” (Domingo, 2008, p. 681). Na tragu konstruktivizma u načinu na koji novinari usvajaju sadržaj koji plasiraju građani, Domingo ipak uspostavlja ovu perspektivu, govori o “mitu interakcije”. Uprkos varijeteta mogućnosti za participaciju i uprkos “diverzitetu definicija i strategija koje se odnose na interakciju u redakcijama, profesionalna kultura tradicionalnog novinarstva nadjačava mit i prevodi ga u problem sa kojim profesionalni novinari moraju da se nose, umesto šanse za velikim promenama” (ibid, 681).

Nisu se ovde zaustavile analize koje se bave uticajem građanskog novinarstva na profesionalnu rutinu. Sa protokom vremena, sve je više teoretičara koji će meriti efekte i odraz društvenih mreža u redakcijama i odgovor profesionalaca na njih. Autori Levis, Kofhold i Lasorsa (Lewis, Kaufhold & Lasorsa, 2010), tumačili su “filozofske” i “praktične” izazove u tumačenju sadržaja koje kreiraju građani za lokalnu štampu, razgovarajući sa 29 lokalnih urednika u Teksasu. Zaključak je da su “community newspapers”, tj. novine zajednice, otvorene prema UGS, ali da se ne isključuje mogućnost okretanja ka uređivačkoj kontroli (gatekeeping) čim se sa lokalnog nivoa krene ka višim nivoima plasmana sadržaja (Lewis, Kaufhold, Lasorsa, 2010). Da li Tviter može da bude korisna alatka za novinare pokušao je da odgovori i Ali Nabil Ahmad ponovo na primeru analize, za istraživače inspirativnog lista Gardijan. Ovaj autor izučava Tviter kroz optiku Gramšijevе teorije hegemonizma, dajući mu prvenstvo u izveštavanju tokom protesta uoči samita G20, 2009. godine. On, međutim, ide toliko daleko da otvara pitanje da li će “profesionalno novinarstvo postati korisna alatka za Tviter” (Nabil Ahmad, 2010).

Agnes Giljas se bavio komparativnom analizom uticaja profesionalnih varijabli (sektor koji prate, dužina karijere i struktura organizacije) na način na koji profesionalci

koriste društvene mreže u četiri evropske zemlje: Finskoj, Nemačkoj, Švedskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu. “Istraživanje pokazuje da su novinari, slično kao i publika, ekstremno fragmentisani, a njihove novinarske prakse određene su mnoštvom različitih varijabli (Gulyas, 2013, p. 270). “Stvar je u tome da informaciono okruženje postaje zasićeno tradicionalnom ulogom novinara, koja podrazumeva uspostavljanje agende (agendasetting), selektivnu propustljivost informacija (gatekeeping) i, umesto uloge psa čuvara (watchdog role), preuzima ulogu vodiča (guide–role) sa manjkom analize i eksplikacije” (ibid, 272). Četiri zemlje koje su bile predmet analize bile su na sličnom stupnju razvoja pa je bilo moguće obaviti takvu vrstu istraživanja u okviru standardne novinarske prakse, ali je ustanovljeno da postoje razlike u načinu na koji profesionalci usvajaju sadržaj sa društvenih mreža. Konstatuje se da su načini na koje novinari u Švedskoj, Finskoj i Nemačkoj koriste društvene mreže vrlo slični, ali da postoji razlika u načinu na koji posmatraju društvene mreže. Konkretnije, novinari u Nemačkoj negativnije ocenjuju mreže nego novinari u Finskoj i Švedskoj, a razlozi za to su različiti – “pretpostavlja se da među njima preovladavaju medijska kultura i medijski sistem, igrajući ključnu ulogu u brzini i načinu na koji će društvene mreže biti usvojene” (ibid, 283). Medijski sektor bio je važan za obrazac ponašanja novinara u Velikoj Britaniji i Finskoj, ali ne i u ostalim zemljama, dok dužina profesionalne karijere utiče na način na koji se koriste društvene mreže, ali ne utiče ključno na način na koji novinari gledaju na mreže (ibid, 283). Takođe, veličina organizacije nije bila odlučujući faktor za adopciju društvenih mreža. Pojednostavljeno, “karakteristike specifične grupe omogućavaju da se društvene mreže koriste na određeni način” (ibid, 283), pa su onlajn novinari aktivniji na blogovima gde objavljuju i promovišu svoj posao, televizijski novinari više koriste videoklipove, dok su mikroblogovi popularni među novinarima u velikim organizacijama, “reflektujući dominaciju novinarske agende iz tradicionalnih medija” (ibid, 283).

Istraživanje koje su među švedskim novinarima tokom 2011/2012. sprovele Urlika Hedman i Monika Djerf Pier ukazuje se na to da društvene mreže u novinarstvo unose takvu “novinu da novinari na mreži moraju biti aktivni 24/7” (Hedman & Djerf–Pierre, 2013). Ovako opsežno istraživanje sprovodi se svakih pet godina, od 1989. godine, a

sprovodi ga Švedski novinarski istraživački centar (The Swedish Journalists Surveys – SJS) u saradnji sa Univerzitetom u Getenburgu i Švedskom unijom novinara.

Autori studije bave se “nivoom, svrhom i karakterom korišćenja socijalnih mreža” (ibid, 368), a istraživači su razmatrali celokupne promene u novinarskoj profesiji pod uticajem društvenih mreža. Istraživači su, između ostalog, postavili i pitanje da li nedostatak aktivizma na mrežama izaziva nove profesionalne podele i, u tom slučaju, “da li se profesionalci suočavaju sa digitalnom podelom na korisnike i one koji to nisu” (ibid, 372). Njihova anketa je detektovala: pol, godine, klasni status, obrazovanje, karijeru i profesionalno iskustvo, uslove u kojima novinari rade, profesionalne vrednosti, novinarski kodeks, način života i način korišćenja društvenih mreža, stavove o medijima i političke stavove. Nekoliko aktuelnih tendencija konstatovano je u istraživanju koje obuhvata gotovo 2500 švedskih novinara, ali će se za potrebe ovog rada dati pregled samo ključnih zaključaka, odnosno baviće se ustanovljenim obrascima ponašanja novinara i to je najbliže onome čemu teži istraživanje na kojem je bazirana ova doktorska teza. Navedeni obrasci ponašanja svrstani su u tri kategorije: “skeptične bojažljivce” (skeptical shunners), pragmatične konformiste (pragmatic conformists) i entuzijastične aktiviste (enthusiastic activists).

U grupu skeptičnih bojažljivaca spadaju oni koji odbijaju da imaju bilo kakve veze sa društvenim mrežama i tu novinarsku populaciju čini 10–15 odsto uzorka. Ti novinari ignorišu Tviter i Fejsbuk i duboko su skeptični po pitanju uticaja i upotrebe društvenih mreža i “ne misle da bi ovaj fenomen mogao da promeni profesiju na bilo koji način” (ibid, 382).

Pragmatični konformisti su novinari koji regularno koriste društvene mreže, ali su selektivni i proračunati kada je o njihovoj upotrebi reč. Oni to koriste za prikupljanje informacija i skeniranje ambijenta na društvenim mrežama, ulažući neko vreme u praćenje blogova, ali ne postavljaju tvitove. Ova grupa novinara koristi društvene mreže zato što postoji pritisak organizacije za koju rade da budu toku sa dešavanjima u medijskoj industriji i kao i da budu profesionalno osposobljeni. Sa jedne strane, oni cene mogućnosti koje su im društvene mreže dale kao novu alatku, a sa druge oni su vrlo skeptični i nisu sasvim ubeđeni u dobrobit nove uloge publike i lične promocije (što je, prema istraživanju

jedna od uloga Tvitera) i smatraju zamagljenom i nejasnom granicom između privatnog i javnog na društvenim mrežama. U ovu grupu spada najveći broj novinara svih starosnih doba i na svim pozicijama (Hedman & Djerf-Pierre, 2013).

Entuzijastični aktivisti su oni koji su u potpunosti onlajn, i koji neprestano tvituju ili pišu blog. Uglavnom se to odnosi na mlađe novinare, zaposlene na digitalnim medijskim platformama i oni isključivo vide prednosti i šanse u onome što donose društvene mreže – koriste ih za povezivanje, ličnu promociju i saradnju sa drugim akterima i publikom. Novinari iz ove grupe “dele većinu fundamentalnih profesionalnih ideala sa drugim novinarima, ali se razlikuju u pristupu novoj adaptiranoj publici i pristupu ličnoj promociji. Takođe, smatraju da novinari moraju da se korenito menjaju pod uticajem društvenih mreža” (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, p. 382).

Autorka ove teze naći će uporište i nasloniće se na još jedno istraživanje kako bi se pojava kojom će se ova teza baviti u Srbiji sagledala iz nekoliko uglova kojima se ova tri navedena istraživanja posredno ili direktno bave. U istraživanju Henrika Ornebringa (Ornebring, 2008) kao jedno od pitanja postavlja se da li zamagljena linija između onoga ko plasira i onoga ko koristi medijski sadržaj (producer vs consumer) predstavlja “novo poglavlje odnosa moći u tradicionalnim medijima ili je porast UGC postao lakši način za novinare (odnosno štampu) da dođu do besplatnog sadržaja”? (Ornebring, 2008, p. 771). Komparativna studija koju je sproveo Ornebring bavila se načinom na koji dva tabloida, The Sun u Britaniji i Aftonbladet u Švedskoj koriste društvene mreže i to kroz stepen uključenosti korisnika, vrstu sadržaja koje korisnik može da proizvede i modalitete na osnovu kojih se taj sadržaj koristi. Rezultati istraživanja pokazali su da su ova dva tabloida po mnogo čemu slični, a ono što je naročito važno u tim podudarnostima jeste da “obebeđuju publici (korisnicima) da kreiraju uglavnom popularni kulturno-orijentisani sadržaj kao i onaj lični, ‘svakodnevno-orijentisani’, ali da postoji mala ili gotovo nikakva mogućnost da kreiraju vesti odnosno informativni sadržaj” (ibid, 771). Korak dalje, “direktno uključivanje korisnika u prikupljanje vesti, njihovu selekciju i produkciju je minimalno, a kada postoji, nije predstavljeno na isti načina kao tekstovi koje su kreirali profesionalni novinari koji rade u datom listu” (ibid, 783). Prema ovom istraživanju, jedini materijal koji ima isti status kao onaj koji je kreiran u redakcijama od strane profesionalnih

novinara jesu fotografije koje šalju (distribuiraju) čitaoci u kriznim, vanrednim, takozvanim breaking news situacijama” (ibid, 783). U zaključcima se navodi da vesti, odnosno stvarni informativni sadržaj UGC-a, uglavnom predstavljaju odgovor na ono što je plasirao novinar datog lista. Zaključak je da je strukturu UGC pre formirana od strane štampe, nego što je samostalno organizovana od strane korisnika, kao i da je produkcija sadržaja i dalje centralizovana (ibid, 783).

Istraživanje koje je predmet ovog rada naći će oslonac u brojnim sličnim analizama koje su sprovedene na vodećim evropskim univerzitetima, a koja za cilj imaju da sagledaju obrazac ponašanja po kojem se novinari ponašaju u odnosu na informacije koje dobijaju sa društvenih mreža (Twitter) i na sve aktivniju i sve raznovrsniju participaciju građana, ali će se bazirati na domaću praksu, u medijima u Srbiji. Ono će se u jednom svom delu naslanjati i na podatke dobijene analizom “Profesija na raskršću” koju je 2011. godine sproveo Centar za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, gde se uočava da veliki broj novinara u Srbiji prepoznaje društvene mreže kao neminovnost, ali im ne pridaje previše značaja. “Građansko novinarstvo će morati da potpadne pod profesionalne standarde” (Milivojević, 2011, str. 42), a “u budućnosti će informacije u potpunosti preći na internet i društvene mreže, dok će tumačenje stvarnosti biti ostavljeno za tradicionalne medije, pre svega novine” (ibid, 41).

Da je domaća akademska praksa zainteresovana za datu oblast svedoči istraživanje Jelene Kleut i Brankice Drašković sa Filozofskog fakulteta u Novom Sadu (Kleut & Drašković, 2014). Ove autorke analizirale su participaciju i njene oblike, kao i novinarsku praksu u 16 redakcija u Srbiji i ustanovile da se domaća praksa ne razlikuje previše od inostrane kada je reč o mogućnosti da se participira u medijskom sadržaju, ali i da je “odnos moći između komunikacionih centara i korisnika tek delimično promenjen” (Kleut & Drašković, 2014, str. 343). Pozivajući se na Karpentiera, ove autorke zaključuju da je “interakcija i obimnija i intenzivnija nego u tradicionalnom masovnom komuniciranju, ali ukoliko se prihvate maksimalistički zahtevi (Carpentier 2011a; 2011b), onda se ne može govoriti o ostvarenoj participaciji” (ibid, 343). Provera, kao osnovna membrana koja

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

dopušta sadržaju koji plasiraju građani da uđe u medijski prostor, deluje tako da su “građani vrlo ograničeni, tematski suženi podsticaju da šalju svoje vesti” (ibid, 343).

Imajući u vidu teorijski pregled, koji je samo mali deo celokupne slike jedne vrlo popularne teme i među novinarima, i među istraživačima i među teoretičarima, potrebno je napraviti kratak osvrt i sagledati stanovište ovog istraživača kada je o datoj temi reč. Takav pristup pomoći će i da se kontekstualizuje istraživanje i uopšte položaj novinara u Srbiji, naročito u korelaciji sa relativno novim konceptom participacije građana, budući da i sama autorka ovog rada spada u grupu novinara koju su veoma aktivni u profesiji, odnosno bave se i profesionalnim izveštavanjem.

2. Istraživački pristup, metodologija i hipoteze

Tema ovog rada je odnos građanskog i profesionalnog novinarstva u medijima u Republici Srbiji. Istraživački postupak podrazumeva analizu delovanja odnosno ustanovljavanje obrazaca ponašanja profesionalnih novinara u srpskim medijima prema sadržajima koji se plasiraju na društvenoj mreži Tviter. Ova društvena mreža je predmet analize kao model koji omogućava najdirektniju participaciju građana u procesu informisanja, bez dodatnih ograničenja koja bi podrazumevala postojanje određenih relacija između korisnika međusobno, ili između korisnika i teme. To znači da je o datoj temi moguće govoriti bez uspostavljanja “veze” sa bilo kojim drugim članom ili bilo kojom drugom temom na društvenoj mreži, odnosno bez bilo čijih dozvola da se pristupi takvoj komunikaciji.

Pokušavajući da ustanovi obrasce ponašanja novinara u odnosu na informacije koje se prenose putem društvene mreže Tviter, ovaj rad će težiti da sagleda profesionalnu praksu i tipove (vrste) redakcija koje funkcionišu na medijskom tržištu Srbije. Ustanovljavanje obrazaca ponašanja po kojima novinari reaguju na informacije ili na stavove objavljene na društvenoj mreži, na Tviteru, osnovni je istraživački cilj ovog rada, a heuristička funkcija je verifikacija spomenutih obrazaca. Obrasci ponašanja mahom se naslanjaju na obrasce ustanovljene istraživanjem Urlike Hedman i Monike Djerf–Pjer, ali će se aktivnost na Tviteru i odgovor profesionalnih novinara više posmatrati u cilju detekcije društvene i profesionalne klime, nego strukture redakcije. Svrha istraživanja je da se sagleda novinarska praksa u Srbiji, način rada u medijima, odnos i otvorenost prema novim tehnologijama, ali i da se istraži veza između participacije građana, hermetičnog profesionalnog aktivizma i slobode u medijima u Srbiji u momentu u kojem je rad pisan.

Skaliranje slobode u datom medijskom kontekstu razmatrano je analizom percepcije slobode među novinarima, a korelacija slobode, novinarke prakse i upotrebe društvenih mreža biće jasnija, kako kroz upitnik, tako i zahvaljujući primerima (minijaturnim studijama slučaja) koje su novinari navodili u otvorenom delu ankete, kao i kroz svedočanstva i iskaze urednika u drugom delu istraživanja.

2.1. Istraživačko pitanje i hipoteze

Imajući u vidu teorijski okvir koji nude inostrani autori, polazeći od ovdašnje prakse i ostajući u lokalnim okvirima, odnosno u okvirima Srbije, osnovno istraživačko pitanje ovog rada biće:

U kojoj meri informacije koje građani plasiraju putem društvenih mreža (Tvitera) utiču na profesionalno izveštavanje, odnosno na koji način se profesionalni novinari odnose prema informacijama plasiranim na društvenim mrežama (Tviteru)?

Kako bi se dobila što jasnija slika i kako bismo uopšte mogli da date pojmove dovodimo u korelaciju, istraživačko pitanje će biti upotpunjeno pokušajem da se odgovori na sledeća pitanja:

- Koji su to kriterijumi po kojima vest plasirana na društvenim mrežama može postati relevantan izvor?
- Da li su informacije dobijene putem društvenih mreža samo jedan od izvora informacija ili su osnovni izvor informacija?
- Koja se vrsta informacija od onih koje su plasirane na Tviteru prenosi u javni medijski prostor tradicionalnih medija?
- Služe li te informacije isključivo kao vest i/ili služe kao korektiv novinarskog izveštavanja?

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Kako društveno–politički kontekst i osoben medijski pejzaž određuju odnos novinara prema društvenim mrežama, odnosno zbog čega se sa jačanjem pritiska na medije, novinari sve češće oslanjaju na društvene mreže?
- Po čemu se razlikuje odnos prema informacijama sa društvenih mreža u različitim tipovima srpskih medija? Na koji način kvalitet medija utiče na odnos prema društvenim mrežama?
- Kako orijentacija medija utiče na odnos novinara prema informacijama plasiranim na društvenim mrežama?

Pretpostavka je da aktivnost građana participanata ima udela u novinarskoj praksi, čak i u oblikovanju stavova, ali da je plasman takvih informacija krajnje ograničen. Tviter je polazna pretpostavka ovog istraživanja, dobro sredstvo za detekciju novinarskih sloboda i neregularnosti profesionalne prakse, jer se smatra da kada god novinarska praksa nije u skladu sa profesionalnim standardima (najčešće pod uticajem pritiska koje novinari i medijske kuće osećaju i usled nedostatka javne debate), takva praksa biće uočljiva na ovoj društvenoj mreži, jer će građani masovnije težiti da dopune, koriguju ili “kritikuju” novinarsko izveštavanje. Razmatraće se polazno stanovište da je svaki put kada postoji očita razlika između zvaničnog medijskog predstavljanja pojave i onoga što se percipira kao realna slika, reakcija na društvenim mrežama evidentna. Istraživanje će nastojati da dokaže da novinari obraćaju pažnju na ovakvu vrstu stavova, ali da to nije dovoljno da bi informacija plasirana od strane građana ušla u medijski prostor. Autorka će nastojati da proveriti i da li su medijske kuće sve više skeptične prema novom vidu aktivizma građana budući da su sve očitije zloupotrebe i manipulacije u ovoj sferi i zašto se za novinare pretpostavlja da su podložni interesnom uticaju, a takozvanim anonimnim participantima se takav uticaj ne pripisuje.

U ovako postavljenom istraživanju operiše se sa nekoliko varijabli – **zavisna varijabla** (posledična) bilo bi profesionalno novinarstvo, odnosno promene izazvane plasiranjem informacija na društvenim mrežama, dok bi **nezavisna varijabla** (uzročna)

bilo ponašanje aktera na društvenim mrežama. **Posredujuća varijabla** – koja će se dokazivati u pojedinim hipotezama biće nivo političkog pritiska, jer se smatra da postoji korelacija između nivoa takvog pritiska i datih varijabli.

Način na koji će informacije plasirane na društvenim mrežama ući u javni medijski prostor zavisi od nekoliko grupa faktora. U osnovi, prva grupa tih faktora odnosi se na karakteristike “tvita” (Tviter), dok se druga grupa odnosi na karakteristike medija u najširem smislu. Treća grupa faktora odnosi se na karakteristike novinara, dok se četvrta grupa odnosi na politički okvir, ali i kulturni kontekst u kome novinari posluju. Kada je reč o karakteristikama “tvita” ili “posta” uzeće se u obzir sledeći kriterijumi:

- anonimni participant ili medijska ličnost – razmatra se da li je izvor koji je plasirao tekst u medijima prepoznat kao medijska ličnost ili je reč o bilo kom akteru na društvenim mrežama.
- sadržaj – analizira se u kojoj je meri tekst poruke interesantan ili informativan javnosti (medijima), da bi u konkurenciji sa drugim porukama i vestima mogao da uđe u javni prostor .
- funkcija – sadržaj služi kao izvor informisanja ili predstavlja gledište nekog sagovornika.

Kada je reč o drugoj grupi faktora koje se odnose na osobine medija u obzir se uzimaju sledeće karakteristike:

- kvalitetni mediji/tabloidi – kada se govori o anonimnom participantu kao izvoru informisanja, informacije dobijene preko društvenih mreža preuzimaće se različito na ova dva pola – ozbiljni, kvalitetni mediji imaće oštrije kriterijume za one informacije koje mogu da uđu u javni prostor (temeljniji i izraženiji sistem provere) za razliku od tabloida gde je taj filter propustljiviji.
- televizija/ostali mediji: televizija (a naročito javni servis) najteže propušta ovakvu vrstu informacija, dok će ostali tipovi medija biti propustljiviji.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- orijentacija medija značajno utiče na propustljivost sadržaja – plasman informacija na društvenim mrežama ući će u javni prostor u zavisnosti od toga koliko osobine “tvita” pogoduju, odnosno ne pogoduju uređivačkoj politici datog medija.
- unutarredakcijski kodeks, ali i kulturni kontekst u kome novinari posluju bitno određuje odnos novinara prema informacijama plasiranim na društvenim mrežama.

Kada je reč o karakteristikama novinara tu će se razmatrati :

- pozicija novinara u redakciji – od novinara izveštača, urednika rubrike itd.,
- usmerenost novinara – sektor ili oblast za koju je zadužen,
- starosno doba – godine (iskustvo) novinara .

Četvrta grupa faktora odnosi se na politički okvir i kontekst u kojem novinari posluju. Ovaj segment najteže je detektovati zbog toga što su parametri najrazuđeniji. Stoga se, uprkos saopštenjima i evaluacijama novinarskih udruženja i asocijacija, da je u Srbiji situacija za novinare nepovoljna, ovaj rad bavi percepcijom novinarskih sloboda, a primeri koje su novinari izabrali da ukažu na ne sasvim lagodan i jednostavan novinarski posao i medijsku sliku Srbije, dovoljno alarmiraju i upućuju na to da se percepcija medijskih radnika mora uzeti u obzir kao relevantan i važan kriterijum. Stoga će kriterijumi biti novinarsko skaliranje slobode u redakciji i u medijima u celosti.

U jednom od segmenata analize “Profesija na raskršću” koji su 2011. godine sprovedli istraživači Centra za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, uočava se da veliki broj novinara u Srbiji prepoznaje društvene mreže kao neminovnost, ali im ne pridaje previše značaja. “Građansko novinarstvo će morati da potpadne pod profesionalne standarde” (Milivojević i dr, 2011, str. 42), a “u budućnosti će informacije u potpunosti preći na Internet i društvene mreže, dok će tumačenje stvarnosti biti ostavljeno za tradicionalne medije, pre svega novine” (ibid, 41). Na osnovu uvida autorke rada u dosadašnja istraživanja i iskustva, u ovom doktorskom radu smatraće se da su ozbiljni, kvalitetni mediji rigidniji kada je u pitanju plasiranje informacija sa društvenih mreža, osim kada je reč o medijskim ličnostima (kada je reč o stavu ličnosti koja predstavlja instituciju) ili kada ne postoji drugi izvor informisanja.

Budući da su situacije u kojima je građanin jedini izvor informacija veoma retke (najčešće elementarne nepogode, teroristički napadi...), ali eksplozivne za građansko novinarstvo, taj segment će zaslužiti posebnu pažnju. Sa druge strane, situacije u kojima se na mrežama pojavljuje nečije gledište, pre nego kao izvor za prikupljanje podataka (Todorović, 2002), društvene mreže koristiće se gotovo isključivo kao jedan od izvora i to najčešće u situacijama kada se javi određena institucionalna reakcija na to gledište. Međutim, ispostaviće se, naročito u poslednje dve godine, da će masovne akcije pokrenute na Tviteru moći da proizvedu novinarsko pitanje u Srbiji i da na taj način uđu u javni medijski prostor (naročito u situacijama sve kontrolisanijeg protoka informacija, opet koristeći novinarsku percepciju i deklarativno izjašnjavanje novinara i inostranih institucija o tom pitanju). Potom, u Srbiji će se komercijalni mediji i javni servis različito odnositi prema sadržajima plasiranim na društvenim mrežama, u zavisnosti od toga kako se dati sagovornik pozicionira na društvenoj sceni. Ukoliko sagovornik sa mreže nije predstavnik institucije, javni servis bi se mogao baviti njegovim stavom plasiranim na društvenim mrežama tek kada bude zvanične reakcije neke institucije ili njenih predstavnika, dok bi komercijalni medij mogao da ima fleksibilniji stav prema ovakvoj vrsti informacija. Teza naročito postaje aktuelna u momentu kada i novinari i građani, suprotno tumačenjima političke vrhuške, osećaju i politički i ekonomski pritisak u trenutku primetne kontrole informacija, odnosno kada bilo kakvo javno izražavanje postaje dominantno omeđeno političkim kontekstom.

U ovom radu autorka polazi od pretpostavke da su informacije sa društvenih mreža češće plasirane u štampi i to prvenstveno u polutabloidima i tabloidima, pre nego u elektronskim medijima i da je to najčešći slučaj kada se radi o stavu ličnosti koja je prepoznata kao medijska ličnost (osim ako se izuzmu posebne rubrike sa izdvojenim sadržajem sa društvenih mreža koje su sve češće prisutne u domaćoj štampi, ali u kojima se reč daje, najčešće, uskom krugu aktera prepoznatih i vrednovanih u okviru “tviter-zajednice”). Polazi se od stanovišta da su televizijski sadržaji manje inkluzivni prema takvim sadržajima, a najmanja “propustljivost” je u javnim servisima. Pretpostavka je da, ukoliko nije reč o stavovima i gledištima, nego o informacijama koji služe detaljnijem

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

izveštavanju, ozbiljni, kvalitetni mediji pristupaju brižljivijoj proveri ovih informacija, a sudeći po tom kriterijumu, manji broj tih i takvih informacija ulazi u novinarske izveštaje. Istovremeno, polazi se od pretpostavke da vlasnička struktura i medijski sistem dominantno utiču na unutarredakcijske kodekse, a oni opet na odnos medija prema aktivnostima aktera na mrežama.

Imajući u vidu sve ove faktore, autorka ukazuje na nekoliko pretpostavljenih obrazaca ponašanja koja nalaze utemeljenje u postojećim inostranim istraživanjima (Hedman & Djerf-Pierre, 2013; Gulyas, 2013), ali i dosadašnjim, empirijskim uvidom u datu pojavu.

- nezainteresovani – novinari koji ne koriste Tviter, niti ih interesuju informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži.
- skeptičari – novinari koji koriste Tviter za praćenje pojave, ali to ne utiče na njihovo izveštavanje niti oni prenose informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži.
- individualisti – aktivni su na Tviteru, ali stavove na društvenim mrežama smatraju odvojitim od sopstvenog izveštavanja.
- reprezentanti – prate Tviter i koriste ga samo kada smatraju da je debata dovoljno široka pa su primorani da delaju u ime zajednice na Tviteru.
- pragmatičari – prate Tviter, a informacije prenose kada one pogoduju njegovoj/njenoj tezi u okviru date teme ili kada one pogoduju orijentaciji medija.
- entuzijasti – prate Tviter i prenose informacije, jer građane smatraju relevantnim i legitimnim izvorom.

Imajući u vidu teorijski okvir i praktične domene ovog istraživanja, u ovom doktorskom radu se polazi od sledećih **hipoteza**:

OPŠTA HIPOTEZA (H1): Step en uticaja građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo u direktnoj je vezi sa stepenom medijske i političke kontrole usmerene ka profesionalnom novinarstvu.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

POSEBNA HIPOTEZA (H2): Veći stepen medijske kontrole podstiče građansko novinarstvo – njegov uticaj na profesionalno novinarstvo raste što je politički pritisak veći.

POSEBNA HIPOTEZA (H3): Vrsta medija određuje stepen propustljivosti informacija sa društvenih mreža: javni servis je manje propustljiv nego komercijalne televizije, kvalitetna štampa manje nego tabloidna.

POSEBNA HIPOTEZA (H4): Kontekst mladih demokratija i široke društvene krize (neadekvatno pravno regulisan i manjkav medijski sistem) determiniše upotrebu informacija dobijenih preko društvenih mreža – od potpunog nepoverenja do njihove zloupotrebe kako bi se potvrdila zacrtana uređivačka politika.

POSEBNA HIPOTEZA (H5): Kulturni kontekst u kome novinari posluju (nedostatak javne debate, dugogodišnja favorizacija jednosmernog načina komuniciranja) utiče da novinari tek sporadično uzimaju u obzir stavove plasirane na mrežama.

POSEBNA HIPOTEZA (H6): Interakcija koju je trebalo da društvene mreže unesu u profesionalno izveštavanje u negativnom je odnosu sa očekivanjima tehnooptimista – mreže su pre poslužile velikim medijima da prošire svoj opseg uticaja, nego što su građanima omogućile istinsku participaciju u profesionalnom izveštavanju.

Indikatori ove pojave biće pisani iskazi novinara o tome na koji način participiraju aktivizam publike (podaci o tome dobijeni su putem upitnika), ali i verbalni iskazi dati autorki rada u intervjuima. Imajući u vidu strukturu istraživane pojave pokazatelji će, očekivano, biti subjektivni.

2.2. Metodologija istraživanja

Kako bi se realizovalo predloženo istraživanje, da bi se došlo do pretpostavljenih ciljeva i da bi se ustanovilo na koji način građansko novinarstvo utiče na profesionalno novinarstvo u Srbiji, istraživanje je podeljeno u dva dela. Prvi deo istraživanja je upitnik, dok će se drugi deo temeljiti na intervjuima sa urednicima vodećih medija, biranim po kriterijumu koji je determinisao upitnik. Ovi delovi su komplementarni, jer su i sagovornici iz intervjuja birani prema specifičnostima odgovora koje su novinari iz datih redakcija dali odgovarajući na pitanja iz upitnika. Uz to, ova dva dela istraživanja povezuju i kratke studije slučaja, imajući u vidu da su odgovarajući na tzv. otvorena pitanja novinari navodili primere situacija koje su, na određeni način, determinisali njihovo izveštavanje. Stoga su analizirane i određene situacije, događaji ili pojave koje su bile ključne za uticaj građanskog novinarstva na profesionalno, uvažavajući gledišta novinara i urednika, izražena bilo u upitniku ili u intervjuima.

Reč je o kvalitativno–kvantitativnom istraživanju, u čijem će prvom, eksploratornom delu autorka težiti da ustanovi stepen uticaja društvenih mreža na profesionalno izveštavanje. Ovaj deo istraživanja biće zasnovan na upitniku kao metodu ispitivanja, a koristiće se projektivne i direktne tehnike anketiranja. Ovaj deo je eksplorativni i kvantitativni i imaće za cilj da meri sledeće pojave:

1. stepen aktivnosti novinara u odnosu na društvene mreže (od negacije do afirmacije),
2. učestalost te aktivnosti :
 - a) koliko novinari plasiraju informacije na Tviteru,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

b) koliko prate “tvitove” iz oblasti kojom se bave ili neke druge oblasti,

3. utav prema informacijama dobijenim sa Tvitera.

Navedena anketa obuhvata odgovore 129 novinara iz 44 redakcije koje posluju u Srbiji, (štampa, radio, televizija i onlajn). Kako bi pojava koja je premet analize mogla podrobnije da se istraži, anketom su obuhvaćeni primeri štampe metropole i lokalne štampe kao i dnevna i periodična štampa. Kada je reč o televizijama, obuhvaćen je uzorak novinara koji rade u komercijalnim televizijama, zatim novinara zaposlenim u oba javna servisa kao i novinari angažovani u njihovim radijskim odeljcima. Na sličan način, istraživanje se odnosi i prema radijskim novinarima na komercijalnim stanicama koje imaju informativne emisije, odnosno “njuz program”. Upitnik, najzad, obuhvata i novinare angažovane na onlajnu kako u integrisanim redakcijama, tako i na samostalnim internet portalima.

U projektivnom delu upitnika, namera autorke je da novinari daju generalnu sliku o korišćenju Tvitera na osnovu grupe pitanja, dok se direktna pitanja odnose samo na njihovo poimanje i korišćenje ove društvene mreže i na njen uticaj na njihovo izveštavanje. Novinari su bili u prilici da navedu situacije u kojima su koristili izvor sa društvenih mreža, ali i one u kojima nisu. Odgovarajući na pitanja iz tog dela upitnika, novinari su imali mogućnost da iskažu stav o tome kako vrednuju izvore sa društvenih mreža i da istaknu koji su glavni kriterijumi prema kojima bi “post” sa mreža postajao izvor.

Deo upitnika imaće i eksploratorni karakter, budući da će se putem studije slučaja (case study), analizirati situacije koje su prouzrokovale određene obrasce ponašanja novinara. Putem intervjua težiće se da se ustanove stavovi uredništva, ali i norme koje su uticale na ponašanje profesionalnog novinara. Studija slučaja na bazi odgovora iz upitnika, uz odgovore dobijene iz intervjua, ponudiće osnovu za eksploratorno istraživanje.

Poseban segment odvojen je za otkrivanje od kojih faktora zavisi učestalost određenih bihevioralnih obrazaca. Ovaj deo analize u velikoj meri osloniće se na prva dva, odnosno u velikoj meri zavisiće od rezultata dobijenih studijom slučaja. U ovom istraživanju koristiće se pristup institucionalne etnografije pomoću kojeg će se težiti da se

ustanove odnosi moći i ostale karakteristike strukture profesionalne novinarske delatnosti analizirajući iskustva pojedinaca koji u njoj posluju.

Istraživanje (upitnik i intervju) je rađeno u periodu od novembra 2015. godine do marta 2016. godine, ali vremenski period koji obuhvataju primeri koje su navodili novinari odnose se i na raniji period, računajući od januara 2014. godine.

4. Operacionalizacija osnovnih pojmova

3.1. Profesionalno novinarstvo

Definisanje profesionalnog novinarstva naizgled nije izazov – to je ono novinarstvo koje profesija poznaje od nastanka. Međutim, sa neretkim stavovima brojnih istraživača da je građansko novinarstvo postalo sveprožimajuća neophodnost, sa tumačenjem građanskog novinarstva kao suplementa sa jedne strane, a sa druge supstituta tradicionalnom novinarstvu, jasno je da se postavlja pitanje da li je tradicionalno profesionalno novinarstvo, osim tehnoloških promena u načinu rada, doživelo kompletnu rekonstrukciju i rekonceptualizaciju. Jasno je i da će se ovo pitanje postavljati onom brzinom kojom se novinarstvo bude menjalo i da se do jednostavnog odgovora neće jednostavno stizati. Tempom kojim se tehnologija bude infiltrirala u novinarsku profesiju (i kojim bude uključivala građane u novinarsko izveštavanje) sve će se učestalije postavljati pitanje koliko je “novi novi” medij savremeno novinarstvo načinio “novim novim načinom izveštavanja”.

U pređašnjem pasusu, uz “profesionalno novinarstvo” korišćen je i termin “tradicionalno”. Taj termin u ovom radu nosiće pre kvalitativnu nego vremensku odrednicu. Kroz njega se, međutim, neće isključivo razmatrati vremenski i tehnološki omeđen način prikupljanja podataka i informisanja – neće se razmatrati hronološki informisanje putem određenih medija prema vremenu njihovog nastanka – štampe, radija, televizije, Interneta – uzimajući samo jedan od njih kao idealno–tipski model. Naprotiv, razmatraće se i način ponašanja, a ne isključivo medij u kojem novinari rade, što znači da

se tradicionalno novinarstvo može posmatrati i na “novom novom mediju” (Krejt, 2010), Internetu, ukoliko novinari koji rade u redakcijama na vebu svoju funkciju obavljaju po principima tradicionalnog informisanja. Ovde treba ukazati na još jednu distinkciju – Direktiva EU o audio–vizuelnim medijskim servisima⁵, “medij” definiše koristeći pojam “uredničke odgovornosti”, stoga bi dobro bilo ukazati da definisanje Interneta kao medija, nije sasvim opravdano, jer samo mediji na Internetu podrazumevaju neku vrstu uredničke odgovornosti. Stoga odrednica “novi novi mediji” pre ukazuje na pojavu nego na medij kao takav, imajući u vidu da je, i sa stanovišta medijske regulative, ispravnije govoriti o medijskoj platformi, na sličan način kao što je definisanjem takvih sadržaja na evropskom ministarskom nivou u Rejkjaviku ustanovljena razlika između “media” i “media–like services” (Jakubowicz, 2009).

Mora se konstatovati da se profesionalno novinarstvo, omeđeno standardima i etičkim kodeksom u svakoj pojedinačnoj zemlji (iako se za prihvatljiv uniformni kodeks može uzeti kodeks agencije Asošijejtjed pres, poznat svim reporterima u svetu), našlo pred vanrednim izazovima u svom nastojanju da “obavi svoje četiri osnovne funkcije: da informiše, socijalizuje, obrazuje i zabavi” (Todorović, 2002), trudeći se da to izveštavanje bude: “pravovremeno, objektivno, potpuno i istinito” (Todorović, 2002). Svaka od ovih stavki biće stavljena na test i, praktično, pred svaku od njih biće postavljen novi izazov – izazov brzine, medijskog tržišta, medijskih konglomerata, novih medija, ali naročito izazov (inter)aktivne publike, čiji je uticaj kreirao najočiglednije promene. Ne samo da je publika postala brojnija, njena je uloga postala determinišuća za način novinarskog izveštavanja, što će za savremenog novinara možda biti olakšica, a možda višestruki izazov. Internet (Web 2.0. i 3.0.), kao medijska platforma, uneo je brojne novine na obe strane komunikacionog kanala, pa aktivnija publika može da učestvuje u procesu izveštavanja, ali i da taj put informacija značajno promeni. Koliko će profesionalni novinari dozvoliti zainteresovanim građanima da sudeluju u njihovom poslu zavisi od više faktora, a njih će definisati i razlike u okviru pojedinih redakcija, vrste medija, a zatim i društveni, politički sistem i medijski pejzaž pojedinačne zemlje (Chalaby, 1998; Schudson 2003; Boszcowski

⁵<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2010:095:FULL & from=EN>
(posećeno 25.05.2016)

2004; Deuze, Paterson & Domingo, 2008; Quandt, 2008; Steensen, 2009). Promene koje su nastale pod uticajem novih tendencija, odnosno stepen uticaja građanskog novinarstva na profesionalno, kao i odgovor profesionalnog novinarstva na građansko novinarstvo sistem je svojevrsne akcije i reakcije koji se u novijoj teoriji i praksi neprestano posmatra, jer je važno da se ispravnost dobijenog odgovora periodično potvrđuje. Trebalo bi imati u vidu da se ovaj rad i stanovište njegovog autora ne baziraju na ideji da su građansko i profesionalno novinarstvo u bilo kom smislu ekvivalenti, iako će se u radu ponuditi i produkti te škole mišljenja.

Da bismo razumeli pojavu potrebno je pre svega da razgraničimo i jasno definišemo njene ključne pojmove: profesionalno novinarstvo, građansko novinarstvo, participativno novinarstvo, društvene mreže, Tviter. Pre nego što se pristupi ustanovljavanju sličnosti i razlika između profesionalnog i građanskog novinarstva, separatno će se razmotriti ova dva pojma, kao i njihova međuzavisnost. Definišući “profesionalno”, ističe se neophodnost “formalnog obrazovanja, osobene dozvole, etičkog kodeksa, odnosa poverenja između profesionalaca i klijenata, radeći u svrhu javnog dobra uz određen socijalni status” (Lewis, 2012, p. 839). Takvo stanovište podvlači i Jin Hong koji konstatuje da “profesija nije fiksna kategorija, zbog čega se sociolozi sve više fokusiraju na termin profesionalizacije (Sarfatti–Larson, 1977) ili na profesionalni sistem (Abott, 1988)”, (Hong, 2014, p. 28). On se poziva na autore koji tvrde da profesionalizacija znači, između ostalog, legitimizaciju profesionalnih aktivnosti, ustanovljavanje kulturnog okvira, hijerarhije i profesionalnog autoriteta (Hong, 2014, p. 28). Abot tvrdi da su određeni istorijski događaji jačali značaj novinarstva, tako da je ono tokom istorije postalo “profesija izvanredne snage” (Abott, 1988), međutim, mnogi autori, govoreći o novinarstvu, prvenstveno ističu normativne vrednosti (Singer, 2001; Deuze, 2005) i to da novinari kreiraju kulturne proizvode “dajući informaciji vrednost koju joj neprofesionalci ne mogu dati” (Hong, 2014, p. 28). Profesionalni novinari, stoga, dele “radnu ideologiju novinarstva” (Deuze, 2005, p. 446).

Profesionalno novinarstvo je “delatnost u kojoj novinari publici prezentuju aktuelne događaje, odgovarajući na pet osnovnih novinarskih pitanja, trudeći se da ih smeste u koordinate njihovog uzročno–posledičnog značenja” (Todorović, 2002, str.12). Novinar je, prema istom gledištu, “profesionalac koji, pošto je prikupio sve dostupne

činjenice, opisuje i analizira događaje (pojave i ljude) u težnji da ih publici što više i bolje protumači” (Todorović, 2002, str. 12).

Normativne vrednosti, autonomija, etički kodeks i principi nedvosmisleno su u temelju svih definicija onoga što zovemo profesionalno novinarstvo. Deuze podseća na definiciju Nordenstrenga i Topuza (Nordenstreng & Topuz, 1989) da je “paralelno sa istorijskim procesom profesionalizacije novinarstva u 20. veku tekla i profesionalizacija etičkog kodeksa, naročito nakon što je Međunarodna federacija novinara (International Federation of Journalists) usvojila *Code of Bordeaux*, 1956. godine” (Jevtić, 2015, str. 184). Ovaj autor podvlači da, uprkos katkad različitim tumačenjima kodeksa, profesionalni novinari dele “smisao etičnosti koji legitimiše novinarsku poziciju psa čuvara zajednice koji je slobodan i fer” (Jevtić, 2015, str. 184). Zaključuje se da čak i u slučajevima kada politički sistemi i društveni kontekst u mnogome variraju, etička pravila su interkulturalna i baziraju se na “posvećenosti istini i objektivnosti” (Hafez, 2002; Deuze, 2005). Definišući “osobine”, odnosno principe kojima treba da se vodi profesionalni novinar, Deuze ističe nekoliko bazičnih: da ima ulogu javnog servisa, poštuje načelo objektivnosti, poseduje autonomiju, neposredan je i poštuje etička načela profesije (Deuze, 2005). Međutim, u pregledu definicija profesionalnog novinara, obaveza i zadataka koji su pred njega stavljeni, Deuze ističe da je jednostavno definisanje uloge profesionalnog novinara u multidimenzionalnoj zajednici katkad izuzetno naivno. U korelaciji sa novim medijima i aktivnijom publikom, ono izgleda kao pravi izazov. Stoga, ovaj autor ističe da je uloga javnog servisa, koja se navodi kao primarna u multimedijalnom novinarstvu, više “usmerena ka timskom radu i podeli zadataka ka produkciji priča koje mogu biti isporučene putem medija, uključujući (a ne ograničavajući se na) interaktivne komponente” (Deuze, 2005, p. 445), dok je “pojačana svest, koju podstiču nove medijske tehnologije i kulturni pluralitet, takva da načelo objektivnosti čini još kompleksnijim” (Deuze, 2005, p. 456). Za ovog autora, autonomija kao normativna vrednost (autonomija novinara i ideologije novinarstva – što je sistem verovanja po kojem se grupama omogućava reprodukcija ideja i mišljenja) sada se može posmatrati u kontekstu kolaboracije (sa kolegama i publikom), što takođe postaje kompleksno za razumevanje samog pojma autonomije, jer se participativni ideal ne uklapa sasvim sa idejom da novinari treba da zadrže distance budući da je to pojam

koji je pre inkluzivan, nego što je isključujući (Deuze, Bruns & Neuberger, 2007). Primećujući dalje izazove, Deuze ističe da je neposrednost kreirana maksimumom “sada i odmah” suprotan smer od “dubinskog istraživanja i onog novinarstva koje podrazumeva uključivanje više od dve suprotstavljene perspektive” (Deuze, 2005, p. 457). Ovaj autor stavlja upitnik i na načelo etike za koju kaže da može poslužiti i kao “zavesa iza koje se kriju novinarske trupe kako bi branile komercijalne, navodno javne, odnosno menadžerske nasrtaje, koje koristeći legitimišuće novinarske ambleme prilikom izveštavanja o kompleksnim pitanjima ističu interese različitih medija i osoba i koriste različite načine kako bi bili što ekskluzivniji” (Deuze, 2005, p. 458). Sumirajući njegovo višegodišnje posmatranje i percepciju profesionalnog novinarstva, pojedini autori (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, p. 378) istakli su 14 stavki koje je Deuze (Deuze, 2005, 2008) isticao kao karakteristike profesionalnog novinara, odnosno kao stavke koje objašnjavaju profesionalne norme i ideje. Prema tom stanovištu, novinar je neko ko je:

- kritičan prema socijalnoj nepravdi,
- omogućava publici novo iskustvo,
- igra ulogu komentatora kada je reč o onome što se u zajednici dešava,
- iz neutralnog ugla posmatra dešavanja u zajednici,
- sagledava i predstavlja javno mnjenje,
- kritički se odnosi prema moćnicima,
- objašnjava kompleksna pitanja svojoj publici,
- nezavisan je u odnosu na sve interesne grupe u društvu,
- obezbeđuje i zabavu,
- daje mogućnost da se čuju različiti stavovi u okviru zajednice,
- objektivno prenosi vesti i informacije,
- aktivno utiče na oblikovanje javnog mnjenja,
- govori istinu bez obzira na posledice i
- u ulozi je glasnika lokalne zajednice.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Teze koje čine profesionalnog novinara “profesionalnim”, a koje je naveo Deuze, opšte su i donekle samorazumljive, odgovaraju tradicionalnim uzusima profesionalnog novinarstva. Neke od ovih teza (i ne samo one) očigledno su zanemarene u savremenoj praksi, pa se u onome što smo definisali kao kriza profesionalnog novinarstva našlo prostora i za prožimanje i infiltriranje tradicionalnog i građanskog novinarstva (naravno, uz pomoć tehnologije koja je to omogućila). U poređenju sa građanskim novinarstvom, videće se da se termini profesionalno novinarstvo i građansko novinarstvo vrlo često slično definišu, a te definicije navode da oba novinarstva teže istom cilju – da informišu. Razlike između ova dva “novinarstva” (termin se koristi samo kao prevod već usvojenih konstrukcija, premda autorka ovog rada građansko novinarstvo ne smatra pandanom profesionalnog) evidentne su: od smera komuniciranja (od novinara ka publici u tradicionalnom novinarstvu, i obratno sa pojavom građanskog novinarstva), preko broja onih koji plasiraju informacije (mnoštvo građana nasuprot jednom novinaru), načina na koji se informacije plasiraju i na kraju normi i pravila koja bi oni koji informišu trebalo (ili ne bi trebalo) da zadovolje. Međutim, osnovna razlika, očitava se u onome što i u zakonskoj regulative jeste kamen međaš u definisanju medija – urednička odgovornost, koja profesionalnog novinara obavezuje, a anonimnog participanta ne.

Četiri principa po kojima profesionalni novinar izveštava (istinito, objektivno, pravovremeno, potpuno) ključna su linija razdvajanja u odnosu na aktivizam građana u procesu izveštavanja. Čak i da osvešćeni građanin poštuje ova četiri principa, oni ga ne obavezuju, za razliku od profesionalnog izveštavanja, gde su ovi principi po pravilu koherentni i ne isključujući. Građansko novinarstvo (koje se može naći i pod terminima participativno novinarstvo, grassroots novinarstvo, novinarstvo zajednice, ulično novinarstvo, user generated content...) neće mnogo umaći ovim definicijama, osim jednog njihovog elementa – novinar profesionalac. Odnosno, osoba koja se bavi učešćem u izveštavanju nije novinar po pozivu, nego to radi iz drugih, u teoriji osobenih i volontarističkih, a u praksi i iz nekih trećih, različitih, razloga. O njima će biti više reči u daljem tekstu.

Ovo bazično pozicioniranje profesionalnog i građanskog novinarstva nije konačno – o njihovim korelacijama i štaviše, o proizvoljnosti, amaterizmu, odsustvu odgovornosti i

neobaveznosti provere podataka biće reči u daljem tekstu, nakon što definišemo pojmove koji su predmet analize.

3.2. Kontekstualizacija građanskog novinarstva

Da bismo došli do definicije građanskog novinarstva, neophodno je da pre svega govorimo o potrebi da se građanin samostalno uključi u proces izveštavanja. U ranijem tekstu bilo je reči o krizi javnog komuniciranja, nju su potvrdili i social–konstruktivisti u studiji o poverenju građana u vesti pod nazivom “Public trust in news” (David, Morison, Coleman, 2009), a kao drugi ključni uslov naveden je tehnološki determinizam. Oblikujući efekte tog faktora, pojava bi se najgrublje mogla objasniti time da su se građani uključili “u zajednicu” i njeno informisanje koristeći tehnologiju koja im je to omogućila – Internet, a najlakši način za takvu akciju upravo su ponudile društvene mreže.

Gledajući istorijski, kriza komuniciranja vezuje se već za osamdesete godine prethodnog veka (Grbeša, 2005), a pojava “javnog novinarstva”, koje je prethodnica građanskom korelira sa devedesetim godinama XX veka, uz obrazloženje da je reč o “najbolje organizovanom pokretu u američkoj istoriji” (Schudson, 1999, p. 118). Osim sveopšte krize komuniciranja, koja se ogledala u smanjenju učešća građana u društvenim procesima, javno novinarstvo se ustanovljava kao reakcija kritički osvešćenih akademskih radnika i novinara koji su smatrali da građani nemaju dovoljno prostora (Correia, 2012). Javno novinarstvo, dobijajući šansu u novim tehnologijama, aktivno učestvuje i sudeluje u pojavi građanskog novinarstva, stoga se građansko novinarstvo vidi kao druga faza javnog novinarstva (Correia, 2012). Tako je javnom novinarstvu, što je isticao promoter Džej Rosen (Rosen, 1996), ključna ideja ohrabrivanje štampe da ojača učešće običnih građana u pitanjima koja ih se tiču (Rosen, 1996; Correia, 2012).

Kada se govori o uključivanju građana, u ovom radu će se prevashodno govoriti o aktivizmu na društvenim mrežama jer je rad pisan u drugoj dekadi 21. veka, koja uglavnom

odgovara toj vrsti aktivizma o čemu najbolje svedoči rečenica Jevgenija Morozova: “uzbuđenje koje je 2005. i 2006. vladalo za blogovima, danas vlada za društvenim mrežama” (Morozov, 2011, p. 29).

Kako definišemo i kojim se aktivizmom bavimo na Internetu na zanimljiv način definiše Tim Iton (Eaton, 2013) koji je aktivizam na društvenim mrežama posmatrao kroz socijalne pokrete tokom Arapskog proleća. Prema tom stanovištu, Internet aktivizam se može podeliti u tri kategorije (Eaton, 2013, p. 6):

1. Svest i zagovaranje – poznatije kao participativno novinarstvo, gde se Internet koristi kao alternativni izvor za saznavanje vesti, uz tendenciju da se suprotstavlja kontroli informacija koje su suprotne interesima aktivista.
2. Organizacija i mobilizacija – ili takozvana “posredovana mobilizacija” ključna je za razumevanje aktivizma u Egiptu 25. januara, a kasnije i za sveopšte povezivanje tokom Arapskog proleća. Prema ovom autoru, najinteresantniji oblik ovog aktivizma je “oflajn akcija”, poput demonstracija koje su viđene u Egiptu.
3. Hacktivizam – ili u slobodnijem prevodu “hakeraktivizam” (prim. prev) odnosi se na namerne pokušaje da se obore ili parališu veb-sajtovi.

U ovom radu analiziraće se prvi oblik aktivizma, participativno novinarstvo, ali će se uzimati u obzir i kvalitet i osobenost druge dve stavke ove podele, imajući u vidu da distinkcija između ovih pojmova nije kruta, niti se sve situacije građanskog internet aktivizma mogu jasno podeliti i jednostavno svrstati u neku od ovih kategorija.

Više puta u ovom radu isticana je aktivna uloga publike odnosno građana. U korelaciji sa profesionalnim novinarstvom, teza je da građanin ne može poznavati etičke norme i načela na kojima se bazira delatnost profesionalnog novinara. I kada se novinari spore oko određenih stavki kodeksa, i kada se spore oko njegovog poštovanja u specifičnoj situaciji, novinarska profesija, odnosno termin “profesionalno novinarstvo” bazira se na jasnom poznavanju i poštovanju etičkih principa u toku izveštavanja. Ne mogu se ignorisati i dobre namere jednog dela publike, niti njihovo sve brže i jednostavnije ovladavanje novinarskim tehnikama, kao i tehnologijom koja je sve dostupnija kako novinarima tako i

običnim građanima, ali se ne mogu zanemariti dve činjenice – jedna je rasterećenost od odgovornosti, odnosno odsustvo sankcije za bilo kakvu vrstu namerne ili slučajne greške, a druga je anonimnost građanina participanta. Ta anonimnost pogodna je za slobodno promišljanje, ali ne i za odgovorno informisanje, pa Riz i Dai navode da je “baviti se novinarstvom postalo univerzalno moguće, a biti novinar postalo je sve teže oivičiti i definisati” (Allan & Thorsen, 2009, p. 222) .

Čini se da se u teorijskim analizama i u debatama o opravdanosti građanskog aktivizma gotovo slepo veruje dobronamernosti građana, bez upita o mogućim namernim ili posrednim uticajima na njihovo oblikovanje stavova i percepciji određenog događaja pod uticajem datih stavova. Pojednostavljeno – šta je garancija da ono što saopštava običan građanin nije stav neke druge interesne grupe, šta je sankcija ako informacija nije tačna i, na koncu, ko odgovara ako se u tom procesu povrede stavke novinarskog kodeksa koje za proizvod mogu imati ranjavanje treće osobe uključene u dati događaj? Može li običan građanin nužno imati svest o načelima izveštavanja o maloletnicima, ranjivim grupama, zaštiti identiteta?

Pobornici građanskog novinarstva, osim što uzimaju kao aksiom dobronamernost običnog građanina, često polemišu i sa stavkom da profesionalni novinar nije odvojiv od sopstvenih predubedenja, kao i da politiku njegovog izveštavanja oblikuju političke i ekonomske grupe koje imaju uticaj (ili vrše pritisak) na medij u kojem novinar radi, odnosno da se profesionalno novinarstvo odvija pod budnim okom nosilaca vlasti, medijskih magnata i njihovih političkih saveznika. Čak i da usvojimo sve ove stavke i prihvatimo stav Haketa i Kerola da je slabost novinarstva “erozija načela objektivnosti, autonomije i profesionalnosti, u poslednje dve decenije” (Hacket & Carool, 2006, p. 35), i da prihvatimo gledišta da su svi principi koje je Mark Deuze naveo postali potpuno labilni, građanin/publika ima mogućnost da vrednuje informaciju znajući od koga dolazi – ko je vlasnik medija i kakva je “orijentacija” tog medija. S tim u vezi, u transparentnom procesu izveštavanja, za eventualne greške i kršenje kodeksa, vrlo je precizna i jasna procedura po kojoj se upućuju eventualne pritužbe i, prema tome, vrše sankcije. Odnosno, brigu novinara za sadržaj najbolje je opisao Truman u svojoj studiji o ulozi UGS (user-generated content, odnosno sadržaj koji kreiraju korisnici) u devet britanskih medija. “Sadržaj mora da ima

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

vrednost, kvalitet, balans i pristojnost“, isticali su britanski novinari (Allan & Thorsen, 2009, p. 235), odnosno “kvalitetno novinarstvo, nevezano za medij, i dalje teži kazivanju priče koja je dobro istražena, angažovana, bazirana na činjenicama, pouzdana, fer, balansirana, koja je prošla pažljivu korekturu, jasno kontekstualizovana, etična i čitljiva” (Kawamoto, 2003, p. 11).

Ključni elementi koji razdvajaju ova dva pojma, profesionalno novinarstvo i građansko novinarstvo, odnosno ova dva načina informisanja, ili još preciznije ove dve vrste učešća u informisanju, jesu odgovornost i pouzdanost što naročito ističe Singer (Singer, 2011). Govoreći o pozitivnim stranama građanskog novinarstva, ne može se zanemariti gotovo potpuno odsustvo odgovornosti i obaveze za izgovoreni stav, budući da se građanin time, kako se najčešće navodi, bavi volonterski. Osim što je teško uzdati se u ličnu odgovornost građanina participanta, osim naravno, kada je reč o kriznim situacijama i kada participant, kao očevidac postaje ono što je i u tradicionalnom načinu, izvor informisanja, izazov je, i u najboljim namerama, uzdati se u veštine izveštača koji je ostatku zajednice potpuno nepoznat i koji neće imati nikakve sankcije (niti odgovornost) za eventualne namerne ili nenamerne pogreške. “Maksima ’Tvituj odmah, proveru kasnije’ dovodi do širokog uticaja i diverzifikacije izvora koja vodi većoj pokrivenosti (Bruno, 2011), ali naglašava i podvlači slabosti tradicionalnih vrednosti kao što su tačnost i objektivnost” (Gulyas, 2013, p. 272).

3.3. Građansko novinarstvo

Digitalni dvadeseti vek pokazao je da su građani postali neizostavni suplement u novinarskom izveštavanju, neodvojivi deo novinarske prezentacije događaja, bilo da je reč o tekstu, fotografiji ili videu. “Postoji sverastući pritisak na profesionalne novinare da se na neki način odnose prema participaciji publike i građanskom novinarstvu, ali i da se javno opravdaju, da opravdaju svoje norme i praksu u odnosu na ‘neprofesionalce’ i uopšte na publiku” (Hedman & Dierf–Peirre, 2013, p. 371). Izvesno je da obični građani “imaju mnogo više prilika da uzmu učešće u produkciji vesti nego bilo koja pređašnja generacija publike” (Hong, 2014, p. 12), pa će tako aktivni građanin, građanin participant, kreirati suštinski nov pojam, odnosno sintagmu “građansko novinarstvo” koja će i u samoj rečeničkoj konstrukciji, a kasnije i u pojedinačnom značenju, izazvati mnogobrojne nedoumice. Ova vrsta participacije građana može se naći pod raznolikim konstrukcijama: *građansko novinarstvo, participativno novinarstvo, javno novinarstvo, novinarstvo zajednice, zatim ulično, ambijentalno, amatersko, gradsko ili urbano novinarstvo*. Stoga je pre svega neophodno utvrditi da li se termini pod kojima se javlja ova pojava na bilo koji način razlikuju ili je reč o istorodnim pojmovima.

Sam termin *građansko novinarstvo* prate brojna negodovanja i nedoumice, budući da novinari neretko smatraju da građani ne mogu poznavati principe i norme, standarde neophodne za izveštavanje po pravilima i zahtevima novinarske profesije. Sa druge strane, postavlja se pitanje zašto su profesionalni novinari isključeni iz termina “građani” i na kraju, kome se to novinar obraća ako ne građaninu i za koga obavlja tu funkciju ako ne za građanina. “Neophodno je, ipak, istaći razliku između građanina, odnosno laika na mreži (bilo da je on svedok događaja ili da iznosi lično mišljenje) i novinara profesionalca. I kada je učesnik ili svedok događaja, građanin je više slučajan svedok, on je pre izvor informacija

nego što je reporter, aktivni selektor činjenica i profesionalni izveštac” (Todorović, 2013, str. 17).

Najjednostavnija i možda “najpopularnija” (Hong, 2014) definicija građanskog novinarstva je definicija Džej Rosena, koji se može smatrati i pionikom među teoretičarima u ovoj oblasti. On građansko novinarstvo definiše kao situaciju u kojoj “ljudi, zvanično poznati kao publika, uzimaju novinarske alatke kako bi informisali jedni druge – to je građansko novinarstvo” (Hong, 2014, p. 12). Njihova sposobnost ili privid sposobnosti kada je reč o novinarskim alatkama i njihovom korišćenju predmet je dalje analize – jer novinarske alatke ne podrazumevaju samo upotrebu tehnike, već i čitav korpus profesionalnog ponašanja.

Varijetet termina za pojavu o kojoj govorimo postavlja pitanje da li je reč o sinonimima ili svaki od njih nosi osobenost i, ako je odgovor potvrđan, postavlja se pitanje koja je razlika između navedenih pojmova. U delu rada u kojem se kontekstualizuje građansko novinarstvo istaknuto je da su javno novinarstvo i građansko novinarstvo dve faze istog procesa. Međutim, za teoriju pojmovi građanskog i participativnog novinarstva predmet su polemike. Za jedne, reč je o istim konceptima, a u pogledu termina, reč je o sinonimima (Lasica, 2003), sa druge strane reč je o različitim pojmovima koji imaju svoje osobenosti i karakteristike (Nip, 2006; Correia, 2012). Za autore poput Koree, odnos prema mejnstrim novinarima, zajednici, doprinos javnoj sferi, deliberativnoj demokratiji i dijalogu među građanima razlikuje ova dva pojma (Correia, 2012). Tako za njega participativno novinarstvo predstavlja kooperaciju neprofesionalaca u mejnstrim medijima, dok građansko novinarstvo teži da se bude posvećenije tradicionalnom građanskom angažovanju u javnoj sferi (Correia, 2012). Odnosno, građansko novinarstvo se bazira na tome da se građani fokusiraju na one probleme koji su značajni za zajednicu ili pojedinca, a koje veliki tradicionalni mediji ne prate, zbog čega su zaslužni što im se više veruje. Dakle, to su svakodnevne priče građana i/ili onih koji nisu profesionalni novinari. Participativno novinarstvo, sa druge strane podrazumeva aktivno učešće novinara, odnosno profesionalaca ili onih koji to nisu, a koji se trude da obavljaju novinarski posao umesto pukog prenošenja

saopštenja. Ono se takođe, prema ovom autoru, odnosi i na građane koji izveštavaju sa uobičajenih novinarskih događaja (Correia, 2012).

Dva gledišta na ove pojmove Korea potkrepljuje rečenicom da se u participativnom novinarstvu “učešće publike afirmisalo kao način da se proširi i ispravi omeđenost tradicionalnog profesionalnog novinarstva”, što se naročito afirmisalo među zagovornicima ovog tipa aktivizma koji ističu razliku između “aktivnih građana i novinara utamničenih u svojoj uobičajenoj praksi i profesionalnim standardima”, dok je, sa druge strane, građansko novinarstvo “više posvećeno diskusiji o kolektivnim problemima, razvijanju debate među građanima” (Correia, 2012, p. 108).

U meri u kojoj smatra da su razlike između participativnog i građanskog novinarstva u vezi sa odnosom mejnstrim medija koji (ne) dozvoljavaju da učestvuju u procesu, Korea se oslanja na Nipa (Nip, 2006). Po toj dihotomiji prisustva i odsustva (intervencije) profesionalnog novinarstva, Nip daje primer: ako bi građanin tokom cunamija u Južnoj Aziji 2004. godine snimio fotografiju i samostalno je objavio, takav potez nazvao bi se “građanskim novinarstvom”. Ukoliko bi je objavio putem mejstrim medija, to bi, smatra Nip, bilo “participativno novinarstvo”, a prema njegovom stanovištu, tu spada svaka vrsta učešća u plasiranju sadržaja od strane građana. Ovakvo novinarstvo, novinarstvo koje podrazumeva učešće publike u sadržaju koji su već plasirali mejnstrim mediji, Nip naziva i “interaktivnim novinarstvom” (Nip, 2006).

Ne preciziraju, međutim, svi autori da se participativno novinarstvo nužno odvija unutar zvaničnih medijskih kanala. Dok, s jedne strane, za Hermidu participativno novinarstvo obuhvata “i procese i efekte koje prilozi običnih građana imaju u prikupljanju, selekciji, objavljivanju, distribuiranju i komentarisanju informacija, i diskusije o vestima koje se odvijaju unutar institucionalnih medijskih proizvoda kakvi su veb sajтови” (Hermida, 2011, p. 15), nazivajući ga i “kolaborativnim novinarstvom”, za Bovana i Vilisa, sa druge strane, “participativno novinarstvo je čin građana ili grupe građana koji igraju aktivnu ulogu u procesu prikupljanja, izveštavanja, analize i širenje vesti i informacija u nameri da obezbede nezavisne, pouzdane, tačne, relevantne i informacije širokog spektra koje demokratija traži” (Bowman & Willis, 2003, p. 10). Istovremeno, u kontekstu ovih pojmova Has govori o *javnom novinarstvu* koje direktno povezuje sa konceptom “javne

filozofije” (Haas, 2012). Ona, po Hasu, podrazumeva specifičan set fundamentalnih principa i objašnjava “gde leži ili bi trebalo da leži koncept ‘javnosti’ u javnom novinarstvu” (Haas, 2012, p. 25). Deuze govori i o “novinarstvu zajednice”, “građanskom novinarstvu” ili “novinarstvu lokalnih pasa čuvara” koje će okarakterisati “sa nekoliko elemenata među kojima su snažna potreba za interakcijom sa specifičnom publikom i servisno–orijentisan domet novinarstva kao takvog” (Deuze, 1999, p. 385).

Težeći da razumeju i regulišu medije u kontekstu nove tehnološke konvergencije i rasta komuniciranja na Internetu, učesnici Ministarske konferencija Saveta Evrope su, maja 2009. godine u Rejkjaviku, pokušali da definišu ono što su medijske i “poput medijskih” usluga (media/media-like service). Tako Karol Jakubovič, baveći se novim poimanjem medija, daje široku definiciju prema kojoj građansko novinarstvo ili sadržaj koji kreiraju korisnici (user-generated content) može biti “format medija i ima brojne karakteristike medijske organizacije, uključujući i spremnost da se povinuju normativim, etičkim, profesionalnim i pravnim standardima relevantnim u slučaju medijske operacije” (Jakubowicz, 2009, p. 3). Prema ovom autoru, u tu grupu spadaju – “blogovi, Wiki’s i ostali kolaborativni tekstovi, sajtovi na kojima je moguće postaviti tekst i komentar, različite grupne agregacije, podcastovi, društvene mreže, virtualni svetovi, sajtovi za deljenje informacija”. (ibid, 3).

Melisa Vol insistira na jednostavnoj definiciji, koja će u ovom istraživanju biti iskorišćena kao reper – za nju građansko novinarstvo predstavlja “onaj sadržaj vesti (tekst, video, zvuk, interakciju itd.) koji stvaraju neprofesionalci, a takav sadržaj može uhvatiti specifičan moment (svedočenje određenom događaju), može biti naizmeničan odnosno povremen (poput objava na Tviteru) ili može da bude regularno promovisan od strane hiperlokalnih operatora vesti” (Wall, 2015, p. 2). Anlizirajući čemu služi UGS u redakcijama, Vol primećuje da na Bi–Bi–Siju on najčešće figurira kao “izvor za priče, koji neretko i odvaja reportere od onoga što je stvarni reporterski posao” (ibid, p. 2) . Prisustvo ovog vida interakcije toliko je očigledno da se sve češće govori da, kako god nazvali ovo novinarstvo, od građanskog do urbanog, kolaborativnog, ono bespovratno ulazi u svakodnevnu novinarsku praksu i teško da situacija može u bilo kom momentu da krene drugim tokom (Wall, 2015).

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Međutim, govoriti o “brisanju granica” između profesionalaca i građana pogrešno je koliko i voditi se isključivo jednostranim tehnootimističkim ili tehnopesimističkim teorijama. Brisanje granica između profesionalaca i onih koji to nisu, a žele da učestvuju u procesu informisanja i to manje ili više redovno čine, nikada se nije desilo i te granice i dalje postoje. Koliko će one biti čvrste zavisiće, kako se čini, isključivo od profesionalnih novinara. “Poput svake okupacije profesionalnim, profesionalni novinari kontinuirano štite svoju teritoriju od potencijalne konkurencije i pokušavaju da učvrste privilegije i specijalne pozicije profesionalnog novinarstva” (Hong, 2014, p. 7). Pojedini autori, poput Visborda, u tome vide i prednost za profesionalno novinarstvo, tvrdeći da je moguće da “kao odgovor na višestruke oblike građanskog novinarstva profesionalno novinarstvo pokaže snagu profesionalizma koja može poslužiti kao linija razgraničenja i metod za jačanje profesionalnih granica” (Hong, 2014, p. 7).

Upoređujući i analizirajući vrtlog pojmova koji se kroje oko različitih vidova građanskog aktivizma, neophodno je istaći da je autorka ovog rada najbliža baš terminu “građansko novinarstvo”. To ne znači da je termin “građansko novinarstvo” apsolutno ispravan, pre svega jer po takvoj analogiji postojalo bi i “ne–građansko” novinarstvo, koje kao takvo ne postoji, a istovremeno smatra se da ovakav vid aktivizma čak i kao suplement u novinarskoj profesiji, ne čini ga zapravo novinarstvom. Ipak, ovaj termin se koristi jer je u zapadnoj literaturi najčešći, a čini se i najsveobuhvatniji u smislu da obuhvata različite vidove aktivizma – od izveštavanja do komentarisanja, bilo za lične potrebe bilo za participaciju u profesionalnom novinarstvu. Ako se posmatra da se ovaj rad bavi analizom uticaja takvog vida aktivizma na profesionalno novinarstvo, onda se nužno približavamo Nipovoj definiciji participativnog novinarstva, jer takav vid aktivizma završava u mainstream medijima, odnosno njima je namenjen. Rosenova definicija građanskog novinarstva u kojoj publika “uzima novinarske alatke kako bi informisala druge” (Rosen, 2006; Hong, 2014), nedovoljna je u onom smislu da – prvo građanin ne barata nužno “novinarskim alatkama”, a drugo, ovde se ne bavimo samo informisanjem, iako je ono u biti novinarskog posla, već analizom i uticajem građana na profesionalno izveštavanje, čak i komentarima. Dakle, ovakav vid aktivizma, usmeren je prema tradicionalnim medijima, prema profesionalnom novinarstvu, ali njegov oblik može varirati od vesti, fotografije,

snimka, do komentara, pitanja koje će građanin da uputi profesionalnom novinaru ili će na neki način referirati na proces izveštavanja. U smislu težnje za dostizanjem sloboda kod građana, a samim tim i kod profesionalnih novinara, ovaj rad koristiće ono izjednačavanje građanskog i javnog novinarstva koje je po Hasu (Haas, 2012) deo “javne filozofije”, a u tom smislu koncept će se pozajmiti i od Deuzea koji govori o “novinarstvu lokalnih pasa čuvara”. Ipak, autorka ovog rada najbliža je definiciji koju je, najjednostavnije i najšire postavljeno, dala Mesila Vol, ističući da sadržaj “stvaraju neprofesionalci”, on može “uhvatiti specifičan momenat, povremeno ili redovno plasiran kod hiperlokalnih operatora vesti” (Wall, 2015, p. 2). Prema takvoj definiciji koncept građanskog novinarstva otvoren je za sve nove situacije i nove izazove koji su stavljeni pred ovaj vid aktivizma, a opet dovoljno otvoreno govori o različitim vidovima participacije, kao različitom stepenu njene učestalosti.

Imajući u vidu ekstreme koji su se i ovog puta u futurističkom gledanju na profesiju pokazali kao neosnovani, ovaj rad će i u terminima i u teorijskom konceptu pokušati da balansira između katkad potpunih teorijskih utopija, koje u teoriji izgledaju kao vrlo primamljivi naučni koncepti, katkad veoma slobodarski, ali u praksi deluju nerealistično, neprimenljivo i često imaju kontraefekat stvarajući nepotreban jaz između novinarske teorije i profesionalne rutine. Zbog toga se i za termin uzima najširi pojam “građansko novinarstvo” uprkos strepnji da se može razmatrati situacija u kojoj bi termini “participativno”, zatim “javno”, “urbano” bili mnogo podobniji, moguće i ispravniji. Međutim, čini se da će mnogo tačnije za tumačenje ove pojave u segmentima koji su predmet analize, naročito njenog eksplorativnog dela, biti da se koristi širi pojam, sa svim nedostacima korišćenja krovnog pojma, nego da se operiše sa pojedinostima koji mogu biti i netačni i suprotno konotirajući. Stoga će definicija koju je dala Melisa Vol za autorku ovog istraživanja biti najodređenija, uz sve navedene ograde i sve kontekste koji se tumačenju konstrukcije “građansko novinarstvo” preuzimaju od drugih autora.

3.4. Građansko versus profesionalno novinarstvo

Pojavu građana participirajućih u njihovom većem učestvovanju u produkciji vesti pojedini teoretičari, kao i poletni participanti, posmatrali su kroz prizmu alternative profesionalnom novinarstvu, čak "rivalskim zanimanjem" (Lowrey & Mackey, 2008). Za druge, takvo stanovište je neodrživo. Neosnovanost izjednačavanja profesionalnog i građanskog novinarstva istakao je Tom Fidler citirajući spisateljicu Donaču Delong koja duhovito primećuje da bi izjednačavanje ovih pojmova bilo isto kao konstatovati da "svako može da igra u Mančester Junajtedu" (Fidler, 2009, p. 212). Sa druge strane, primećuje isti autor, Asocijacija blogera (Media Bloggers Asociacion, 2008), pokušala je da uvede više profesionalnosti u ovo polje, pa je, svesna okolnosti, u jednom od proglašenja naglasila: "Prihvatajmo definiciju sa Vikipedije da je novinarstvo disciplina prikupljanja, provere, izveštavanja i analiziranja informacija sa određenih događaja, uključujući pojave i ljude i dalje ohrabrujemo naše novinare da slede standarde kao što su iskrenost, objektivnost i tačnost, odvajanje činjenica od glasina i spekulacija, da rade odgovorno i sa ličnim integritetom" (Fidler, 2009, p. 216). Grupa autora oko Kofholda (Kaufhold, Valenzuela & Zúñiga, 2010), ističe da građansko novinarstvo od profesionalnog razlikuje "neplaćen rad, odsustvo profesionalne obuke, odsustvo uredničkog redigovanja sadržaja, relaksiran običan jezik, posebna selekcija i odabir vesti, fokus na hiper-lokalnim pitanjima, slobodan pristup i interaktivnost" (Linder, Connell & Meyer, 2015, p. 556). Da su ova dva pojma u praksi mnogostruko povezana pokazuju istraživanja koja ukazuju da građansko novinarstvo iako teži da bude samostalno u praksi često nalazi sponu sa profesionalnim. Istraživanja pokazuju da najveći broj onih koji se bave "građanskim novinarstvom" imaju neko

utemeljenje u profesionalnom (Carpenter et al., 2013, prema Lindner, Connell & Meyer, 2015, p. 557). U spomenutom istraživanju, svaki peti novinar pohađao je obuku za profesionalno izveštavanje, dok su prema istraživanju Pew Research Center-a iz 2009. godine dve trećine ispitanika među građanskim novinarima nekada radili kao profesionalni novinari (Lindner, Connell & Meyer, 2015, p. 557).

Mora li se novinarstvo oivičiti institucionalnim granicama pitanje je koje postavljaju mnogi autori, smatrajući da nova socijalna aktivnost iskušava institucionalizaciju novinarske profesije (Domingo & Le Cam, 2014). Iako posmatraju građansko novinarstvo, oni dolaze do zaključka da je profesionalno u biti svakog novinarskog iskaza i objašnjavaju: “dok želimo da se odvojimo od novinarsko-centrične perspektive, mi u stvari koristimo tradicionalni modus operandi” (Domingo & Le Cam, 2014, p. 310) .

Proučavajući sadržaj mejnstrim medija, Domingo i Lekam ustanovljavaju da profesionalni novinari imaju ključnu ulogu u produkciji novinarskog narativa zaključujući da “novinari u mejnstrim medijima u konstrukciji narativa u vestima brane hegemoniku poziciju tradicionalnih pouzdanih izvora, pre nego alternativnih, pokazujući da veće poverenje imaju u institucije nego u medije zajednice” (Domingo & LeCam, 2014, p. 320).

Razmatrajući oblike aktivizma građana u profesionalnom izveštavanju, teorija konstatuje dva koncepta, prisutna u dva termina “interaktivnost i participacija” (Kleut, Drašković, 2014). Kada je reč o prvom, ovaj rad će se njim baviti u onoj meri u kojoj se organičava na novinare i publiku ne preuzimajući pojmove iz drugih disciplina (imajući u vidu da se pojam interaktivnosti primenjuje i u mnogim drugim naukama i disciplinama). Govoreći o toj interaktivnosti, kroz odnos novinara i publike, domaći autori opravdano primećuju postojanje njena dva tipa: “socijalnu i tekstualnu interaktivnost” (Milojević, Kleut & Ninković 2013; Kleut & Drašković, 2014). I jedna i druga interaktivnost, prema ovim autorima, “imaju zajedničku vremensku konstatnu – postoje koliko postoje i vesti”. Tako se socijalna interaktivnost može istorijski pratiti “od pisama čitalaca do danas, kada novi medij interakciju čini bržom, neposrednijom i najvažnije otvorenijom za daleko veći broj zainteresovanih građana”, tekstualna interaktivnost znači da “aktivna publika svoje

interpretacije sadržaja materijalizuje u lajkovima, komentarima ili blogovima” (Kleut & Drašković, 2014, str. 337).

Očigledno je da je proces kreiranja sadržaja iz faze komentarisanja vesti, sa ranog početka, prešao u fazu učešća u produkciji sadržaja. Šta su uzroci, delimično je bilo reči u prethodnom poglavlju gde je bilo reči o faktorima koji su uticali da se od odnosa novinar–publika izvede novi odnos: mnoštvo sa mnoštvom. Kriza poverenja u medije, kriza novinarstva i tehnologija bili su dovoljni da reporter i građani postanu dva pola jedne duži, umesto da novinari, osluškujući potrebe građana, zadrže svoju watchdog funkciju čuvara javnog interesa, a ne kontrolora informacija – “information monitors” (Deuze, 2003), dok je, sa druge strane, građanima postala potrebna šansa da samostalno učestvuju u procesu izveštavanja a povezuju ih pojmovi poput “networking journalism” ili “communal journalism” (Siapera & Veglis, 2012).

Novija teorija poznaje i nijanse među aktivnim participantima, uzimajući u obzir njihove motive, poziciju, namere i učinke. Tako Teresa Wilson uočava razliku između i “citizen journalism” i “community reporting” odnosno građanskog novinarstva i izveštavanja za zajednicu (Wilson, 2012). Dok se građansko novinarstvo odnosi uglavnom na “ono što je važno“, na vesti, izveštavanje za zajednicu se uglavnom, smatra Vilsonova, odnosi na priče, narative i storytelling. Razlika postoji i u poziciji i u motivima – građani novinari (citizen journalists) upućeni su na sebe, samostalno su motivisani da promovišu svoj sadržaj i dobro su tehnološki potkovani, često imaju svoje blogove ili su angažovani pri većem renomiranom agregatu takvih sadržaja, infiltrirani su u temu i imaju za cilj da sopstvenim aktivizmom utiču na dato stanje, pojavu ili temu o kojoj se govori. Sa druge strane, građani koji se bave onim što Vilson naziva “izveštavanjem za zajednicu” teže “da popune rupu između želje i mogućnosti da se njihov glas čuje“ (Wilson, 2012, p. 4). Prema ovom stanovištu, građanini participanta često pišu o onome što se odnosi na njihov život pre nego o nečemu što je vredno vesti i takav koncept služi pre da “osnaži kroz neformalno učenje” i pojača ulogu građanina i participaciju (ibid, p. 4).

U ovom radu će se, kao što je navedeno, koristiti konstrukcija “građansko novinarstvo” u svom najširem smislu, a odnosiće se na participaciju na Tviteru koja je predmet istraživanja. U onom delu u kojem je participacija “namenjena” mejnstrim

medijima, možemo govoriti o participativnom novinarstvu po definiciji Nipa ili Koree. Međutim, budući da se ne govori o blogovima, drugim kolaborativnim sajtovima ili nekom drugom vidu novinarskog učešća nego participaciji na društvenim mrežama koja može, a ne mora biti namenjena daljem plasmanu ka profesionalnim novinarima, u toku istraživanja za participaciju građana koristiće se sintagma građansko novinarstvo.

3.5. Konceptualizacija društvenih mreža i definisanje pojma društvene mreže Tviter

U koncipiranju uzročnika pojave građanskog novinarstva, tehnologija je navedena kao jedan od vodećih uzročnika, ali se tehnologija posmatra u najširem smislu – kao mogućnost data građanima da na najbrži način učestvuju u profesionalnom izveštavanju, odnosno da dosegnu mogućnost da se njihov glas čuje. U tom smislu, teoretičarke Hedman i Djerf-Pjer pozivaju se na Hermidu koji tvrdi da “društvene mreže (naročito Tviter) funkcionišu kao sistem za podizanje svesti: široki, asinhron, prosvetljujući i uvek aktivan komunikacijski sistem koji omogućava građanima da budu u dodiru sa vestima i događajima koji ih okružuju” (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, p. 376). Te društvene mreže, smatra ista grupa autora, dovode do rasta “novinarskog ambijenta, u kojem ljudi doprinose kreaciji, diseminaciji i diskusiji o vestima putem društvenih mreža kao što je Tviter” (ibid, 376).

O odnosu građanskog i profesionalnog novinarstva već je bilo reči, a onoliko koliko postoji razlika u percepciji tih pojmova, toliko postoji i razlika u tumačenju svrhe društvenih mreža u promovisanju sadržaja. Dok će profesionalnim novinarima i njihovim medijskim kućama Tviter pomoći da obavljaju diseminaciju informacija na najjednostavniji način, građani participanti će težiti da putem ove društvene mreže uđu u javni prostor. “Društvene mreže percipiraju se uglavnom kao nova alatka kojom se obavljaju funkcije tradicionalnog novinarstva – da se sazna šta se dešava u svetu – međutim, iako nov(iji) i interaktivni (Web 2.0 and 3.0) medij pruža onlajn povezivanje, saradnju i interakciju publike, za tradicionalne novinare to je uglavnom manje važno” (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, p. 376).

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Osim platforme za objavljivanje sadržaja koji proizvodi tradicionalno novinarstvo, Hedman i Djerf–Pjer podsećaju i na Hermidino ranije gledište, gde se društvene mreže posmatraju kao “alatka za participaciju i dijalog”, pa sumirajući različita gledišta primećuju da društvene mreže služe kao “najbrži način za distribuciju sadržaja, zatim kao alatke za profesionalne novinare, ali i kao alatke protiv profesionalnih novinara” (ibid, 370).

Iako je Tviter koncept novijeg doba, ne manjkaju oni koji smatraju da ova društvena mreža pojačava uticaj profesionalnih novinara i njihovu moć, barem u datom sistemu, u sistemu virtuelne zajednice. Međutim, nesporan je i reverzibilan proces i direktna participacija koju je na najevidentniji i najdirektniji način Tviter omogućio anonimnim participantima. Ekspanziji ove društvene mreže doprinele su i okolnosti što se naročito videlo tokom Arapskog proleća.

Tviter je vrsta društvene mreže koja je ponikla 2006. godine, a putem koje jednostavnim kreiranjem naloga i uz diskreciono pravo predstavljanja i prikazivanja informacija o sebi, svako može da učestvuje u raspravi o temi za koju ga povezuje zajednička označena reč, obeležena takozvanim “haštagom”. Korisnik ima na raspolaganju 140 karaktera u okviru kojih može da izrazi svoju tekstualnu poruku, uz mogućnost da u tom okviru postavi fotografiju ili video. Poruka postavljena od strane korisnika, u spomenutih 140 karaktera, naziva se “tvit” (tweet), a dalje prenošenje te poruke od strane drugih korisnika naziva se “retvit” (retweet). Korisnik nema obavezu da objavljuje sadržaj, već kreiranjem naloga može da prati raspravu na određenu temu, koja je selektovana zajedničkim pojmom, odnosno haštagom. “Korisnici takođe mogu da ‘prate’ ili jednostavno da se informišu o najnovijim postovima koje plasiraju drugi korisnici, od kojih neki podrazumevaju konvencionalne medijske izvore poput Njuzvika, Al–Džazire, poznatih ličnosti ili prijatelja” (Storck, 2011, p. 12).

Uticaj i moć na Tviteru meri se brojem onih koji “prate” ili “dele” sadržaj koji data osoba objavljuje, takozvanih “folovera” (follower), tako određene ličnosti koje su prepoznate kao medijske ličnosti imaju i milionski broj pratilaca na spomenutoj društvenoj mreži. Sadržaj je otvoren, pa tako nema uslova za participaciju u komunikaciji, što je teškoća za istraživanje, ali je olakšavajući moment kada je reč o građanskoj participaciji. Mreža služi i kao zvanična platforma za izražavanje stavova institucija, medijskih ličnosti,

ali i “običnih” građana participanata, o čemu će u istraživačkom delu ovog rada biti više reči. “Na društvenim mrežama, uspostavljanje prijateljstava ili pratilaca, ostavljanje komentara, lajkovi, linkovi i retvitovi formiraju mrežu. Ako novinar ima dosta pratilaca na Tviteru i sadržaji koji su plasirani bivaju retvitovani od strane pravih osoba ili budu povezani putem blogova koji prati dosta ljudi, time se povećava socijalni kapital date osobe na profesionalnom planu, ako ništa barem u očima onih koji su aktivni korisnici društvenih medija” (ibid, 372).

Značajan je broj aktivnih korisnika: prema podacima koje je objavila kompanija Tviter, u trećem kvartalu 2015. godine “mikroblog uslugu”, odnosno tvitovanje, mesečno je koristilo 307 miliona aktivnih korisnika. O nezaustavljivom rastu svedoči i podatak da je na početku 2014. godine, u prvom kvartalu, Tviter koristilo 255 miliona aktivnih korisnika.

Ogromnu ekspanziju i popularnost ova društvena mreža doživela je tokom Arapskog proleća, kada postaje važna alatka i za građanski aktivizam, ali i za profesionalno izveštavanje. Podaci onih koji su istraživali upotrebu Tvitera tokom ovog perioda svedoče da je “najpopularniji haštag u arapskom regionu između januara i marta 2011. godine bio #egypt (1,4 miliona “spominjanja”), #jan25 (1,2 miliona spominjanja) i #libya (990.000 spominjanja)” (Storck, 2011, p. 13). Podrobno se baveći Arapskim prolećem i participacijom građana tokom ovih dešavanja, ova autorka dodaje da je između 1. januara i 30. marta 2011. godine postojalo 131.204 Tviter korisnika u Egiptu koji su generisali u proseku 24.000 tvitova dnevno. Jedan od korisnika u Kairu generisao je 60.000 reči tokom 18 dana revolucije, odnosno 1.500 tvitova (ibid, 13).

4. Teorijski okvir

Ovo istraživanje naći će utemeljenje u nekoliko teorijskih pravaca i dominantnih rasprava u oblasti novinarstva i komunikologije, ali pre svega, komuniciranje će posmatrati navodeći ključne premise nekoliko opsežnih teorija – teoriju umrežavanja i teoriju labavih veza (Lasswell, 1948; Granovetter, 1983; Petrović, 2007; Castells, 2009) – zalažući se za multidisciplinarni pristup budući da ove teorije utemeljenje nalaze i u međunarodnim odnosima, političkom marketingu i srodnim disciplinama. Budući da će se u radu težiti da se ustanovi ponašanje novinara profesionalaca, rad će se oslanjati na grupu teorija koje se bave sociologijom novinarstva, odnosno procesom proizvodnje novinarskog sadržaja, novinarskom praksom i dinamikom u datom kontekstu (Chalaby, 1998, Schudson 1999, Paterson & Domingo 2008, Cawley, 2012). Pojedina istraživanja na koja će se autorka u radu oslanjati iz domena su socijalnog konstruktivizma (Boscowski, 2004; Hermida & Thrumann, 2008; Allan & Thorsen, 2009, Coleman, Anthony & Morrison, 2009; Ornebring, 2013). Oslanjajući se na te teorije autorka će nastojati da ustanovi brojne uticaje na profesionalno novinarstvo odnosno dominantne inpute koji ga oblikuju. Sa druge strane, novinarska rutina posmatrana sa sociološkog stanovišta težiće da da odgovor na to da li je profesionalno novinarstvo dobilo konkurentsko ili alternativno zanimanje, odnosno, teorijskom raspravom nastojeće se da se pozicionira stav da li je građansko novinarstvo supstitut ili suplement profesionalnom novinarstvu (Deuze, 2003; Lowrey & Mackey, 2008; Paullusen & Ugille, 2008; Burns, 2012). U kontekstu bazičnih teorija (grounded theories) razmatraće se odnos novinarstva prema publici (Deuze, 2003), a pozivanjem na

tehnološke teorije posmatraće se uticaj tehnologije na savremeno novinarstvo (Pavlik, 2001; Singer, 2005; Domingo, 2008). Krećući se ka pojedinačnim i uže usmerenim teorijama, biće neophodno da se sagleda i profiliše stav prema tehnološkoj revoluciji u kontekstu savremenog novinarstva, gde bi se najgrublje mogle grupisati dve grupe teoretičara: oni koji imaju optimistička gledišta na pojavu (Pavlik 2001; Gillmore, 2004; Shirky, 2008) i oni čija su gledišta kritička u odnosu na datu pojavu (Fenton, 2009, Morozov, 2011).

Koliko je pojava zahvatila sve segmente društva toliko su i teorijski pravci isprepletani, pa će se težiti da se fenomen, koliko je to moguće, jasno pozicionira, uprkos sveopštoj hibridizaciji datih pravaca. U završnom delu teorijskog pregleda navedene teorije biće predstavljene u vidu konkretnih istraživanja koja su im služila kao provera i koja su u najbližoj prošlosti rađena u svetu (Paullusen & Ugille, 2008; Domingo, 2008; Singer & Ashman, 2009; Hermida & Thrumann, 2010; Ornebring, 2013; Lewis, Kaufhold & Lasorsa, 2009; Nabil Ahmad, 2010; Singer et al, 2011; Gulyas, 2013, Hedman & Djerf-Pierre, 2013). Reč je o vrlo uticajnim studijama koje su “nosile” određene teorijske postavke, dokazujući ih ili opovrgavajući suštinu na kojoj se baziraju teorijski pravci.

Jedan deo ovih istraživanja naveden je i objašnjen u uvodnom delu, nastojeći da se istaknu teorijski i istraživački pravci koje ovaj rad sledi, kako bi se ovo istraživanje jasnije pozicioniralo u okviru inostrane i domaće prakse. Spomenuta istraživanja, uz jaku teorijsku potku imaju izrazitu praktičnu primenu, stoga je smatrano da će ovakav teorijski okvir biti dovoljan da se slede glavni pravci, dok su pojedina istraživanja već istaknuta u samom uvodu ovog rada.

4.1. Teorije umrežavanja i teorije labavih veza

Na tragu funkcionalista, pre svega Harolda Lasvela, komuniciranje novog doba sagledaće se kroz njegov analitički okvir, odnosno težiće se odgovoru šta se to promenilo u lancu koji je ovaj autor postavio: ko – kaže šta – kojim kanalom – kome – sa kakvim efektom (who–says what– in which channel – to whom – with what effect). Iako se ove teorije vezuju za dvadeseti vek (Lasvelova teorija, nastala neposredno posle Drugog svetskog rata, korišćena je da objasni pojmove masovne komunikacije i propagande), ponovnu upotrebu i pojedine nove obrise neki njeni segmenti naći će i u načinu savremenog komuniciranja – u strukturi “mnoštvo sa mnogima”. Nužan teorijski okvir ove širine i ovog obima prepoznali su gotovo svi autori koji su se bavili medijskim aspektom i političkom mobilizacijom pod uticajem društvenih mreža tokom Arapskog proleća. Stoga, da bi se posmatrale društvene mreže kao segment komuniciranja, neophodno je da ovu novu medijsku i društvenu pojavu posmatramo u okviru šireg teorijskog koncepta, u multidisciplinarnom pristupu, kao komparativnim uvidom u aktuelne “makromrežne pristupe u sociologiji” (Petrović, 2007).

Teza koju je Manuel Kastels izneo početkom milenijuma u “Informacionom društvu” iz godine u godinu će se potvrđivati – savremeno društvo (odnosno društvena struktura) je bez sumnje umreženo. Petrović se osvrće na definiciju iz Kastelsovog kapitalnog “Uspona umreženog društva” gde ovaj autor mreže definiše kao “samo–rekombinujuće, kompleksne strukture komunikacije, koje u isto vreme omogućavaju jedinstvo svrhe i fleksibilnost svojih radnji, kroz kapacitet da adaptiraju okruženje u kome funkcionišu” (Petrović, 2007, str.

170). Podvlači se Kastelsova tvrdnja da su mreže oduvek postojale, ali u ovom obliku postaju dominantne pod snažnim uticajem tehnoloških promena. Petrović podseća, sumirajući Kastelsa, da “ključni razlog zašto mrežni oblik društvene organizacije tek poslednjih decenija XX veka postaje dominantan, smenjujući do tad preovlađujući vertikalno–hijerarhijski tip organizacije, jesu materijalna ograničenja, u prvom redu tehnologija, koji su onemogućavali takav razvoj” (ibid, 170). Ipak, imajući u vidu da “Moć komuniciranja”, što je naziv najnovije Kastelsove knjige, dolazi u momentu nezaustavljivih tehnoloških mogućnosti, koje su sve jeftinije, stiže se i do inkluzivnosti te mrežne strukture.

Uloga informaciono–komunikacionih tehnologija (IKT) u razvoju umreženog društva veoma je važna i ona će postati i predmet kritike mnogih autora koji će se naslanjati na Kastelsov rad, a u tom smislu, i ovo istraživanje postaviće pitanje da li je umrežavanje i novinarstvo koje oseti posledice tog umrežavanja, isključivo tehnološki determinisano. Kastelsovu tezu da je IKT bio ključni za rekonstrukciju kapitalizma tokom osamdesetih pojedini autori čitaju kao njegov pokušaj da pokaže da je “informacionalizam povezan sa širenjem i podmlađivanjem kapitalizma na isti način, u idealnom smislu govoreći, kao što je industrijalizam bio ključan prilikom uspostavljanja kapitalističkog načina proizvodnje” (Petrović, 2007, str. 171). Prema Kastelsu, u društvenom životu “mreže čine komunikacionu strukturu i funkcionišu na principu binarnog koda – uključenost–isključenost” (Castells, 2009, p. 20), a imajući u vidu novi tehnološki kontekst potrebno je istaći i stav prema kojem “jedna poruka, od jednog pošiljaoca, može dosegnuti hiljade, odnosno stotine hiljada” (ibid, 348). Imajući to u vidu ovaj autor, u prvoj dekadi XXI veka podvlači stav koji će za ovaj rad biti od krunskog značaja, a to je da “subjekti komunikacije nisu izolovani”, oni su u međusobnoj interakciji “formirajući mrežu komunikacije koja proizvodi i deli značenje” (ibid, 132). Ovakvo komuniciranje oštro se suprotstavlja jednosmernom načinu komunikacije, jer dolazi do interaktivne proizvodnje sadržaja. “To je ono što zovemo kreativnom publikom, to je vrsta remiksa kulture koju karakteriše svet mass self–communication” (ibid, 132). Preciznije – ta komunikacija je masovna, odnosno globalnih je razmera, ali je i “samostalno kreirana” (self–generated in content), samostalno orijentisana u

emitovanju i samostalno selektovana u recepciji od strane mnogih koji komuniciraju na taj način” (Castells, 2009, p. 70) .

Teorija umrežavanja Manuela Kastelsa uz Lasvelovu teoriju labavih veza jasno definiše komunikaciju na Internetu ističući karakteristike kao što su anonimnost i egalitarnost, dok drugi autori naročito ističu Kastelsov zaključak da je “prednost Interneta to što dozvoljava formiranje takvih veza sa strancima, u egalitarnom obrascu interakcije gde socijalne karakteristike manje utiču na oblikovanje ili čak blokiranje komunikacije” (Storck, 2011, p. 17). Odlazeći korak dalje, a pozivajući se na Granovetera i njegov tekst “Snaga labave veze”, važno je istaći stav da se jačina veze bazira “na kombinaciji između vremena, emocionalne jačine i bliskosti, uzajamnog poverenja i recipročne usluge koju karakteriše veza “ (Storck, 2011, p. 17).

U novom tehnološkom okruženju, teorija umrežavanja i teorija labavih veza ubrzo su bile testirane na terenu – funkcionalistički okvir kroz prizmu savremenih događaja prisutan je kod Madlin Stork koja je kroz ovu (ali i kroz teoriju umrežavanja Manuela Kastelsa) pokušala da objasni ulogu društvenih mreža u političkoj mobilizaciji tokom Arapskog proleća u Egiptu (Storck, 2011). Arapsko proleće u zemljama Magreba postalo je podloga za testiranje dometa društvenih mreža, građanskog i tradicionalnog novinarstva, simbioze i sučeljavanja, kao i reakcije celokupne društvene zajednice na novi vid aktivizma. Prvi talas autora koji se bavio proučavanjem ove teme iz različitih perspektiva i sa različitim tačkama posmatranja, našao je uporište u teoriji umrežavanja – već je navedena Madlin Stork (Storck, 2011), a tu je i grupa autora (Eaton, Gerbaudo, Ben Moussa, Owen Jones), koja je temu analizirala u okviru vestminsterskog zbornika koji su priredili Taki i Koreti (Taki & Coretti, 2013). Ne navodeći svaku zemlju pojedinačno, praktična primena Kastelsove teorije na području Egipta dovoljna je da se objasni njena utemeljenost u praksi. Eaton (2013) navodi da su mnogi koncepti Kastelsove teorije umrežavanja bili prisutni na terenu, a da su “širenjem informacija onlajn, internet aktivisti formirali mrežu otpornu na pritiske egipatske političke vrhuške”, kao i da je “uprkos slabim vezama između članova mreže, ona postala dovoljno jaka da olakša kolektivnu akciju” (Eaton, 2013, p. 20). Navodi se da nijedan pokušaj represije nije mogao da ostane sakriven, već je putem društvenih mreža dolazio na ekrane svetskih televizijskih stanica. Jezička

barijera bila je prevaziđena tako što su se pojavili volonteri koji su prevodili “tvitove” na engleski, a novinari (poput onih iz lista Gardijan) koristili su ih kao potku za sopstveno izveštavanje. “Internet aktivizam učinio je političku akciju lakšom, bržom i dosta univerzalnijom u Egiptu, ali, ipak, to nije univerzalni lek” (Eaton, 2013, p. 20).

U teorijskom smislu, ovo istraživanje slediće tu nit i na ovoj duži oslanja se na Kastelsovu teoriju umrežavanja, zatim na Lasvelovu teoriju labavih veza imajući u vidu strukturu komuniciranja, potom nalazi svoju užu teorijsku (i praktičnu) primenu u navedenoj grupi autora, da bi, na kraju, bilo implementirano i lokalizovano u ovom istraživanju, na području Srbije. Ipak, ni samo teorijski, ni samo praktično, ova pojava se ne sme gledati jednoobrazno – ako se prethodne izjave posmatraju na dva nivoa, očito je da je internet aktivizam kroz društvene mreže pomogao ono što Kastels naziva umrežavanje, a Lasvel formiranje labavih veza koje su bile ključne za političku akciju. Međutim, njihovi dometi postali su vidljivi, značajni i globalno relevantni tek ulaskom u prostor tradicionalnih medija (odnosno medijskih kuća, uključujući i njihova onlajn izdanja). Uprkos stavu da je “mogućnost da društvene mreže popune rupu između novih i tradicionalnih medija ključna” (Eaton, 2013, p. 18), putevi informisanja vode do tradicionalnih medija koji ovim pojavama obezbeđuju kredibilitet i stvarni značaj.

Dakle, iako je u pojedinim “eksplozivnim” situacijama potvrđena Kastelsova tvrdnja da “jedna poruka, od jednog pošiljaoca, može dosegnuti hiljade, odnosno stotine hiljada ljudi” (Castells, 2009, p. 348), stav o novim tehnološkim tekovinama (društvenim mrežama) u medijskom okruženju nije jednoobrazan. Na tragu umrežavanja, ali u potpuno novom kontekstu Pablo Gerbaudo tumači Arapsko proleće u Egiptu. On prepoznaje umrežavanje kao bazu o kojoj je Kastels govorio, ali dolazi do zaključka da društvene mreže nisu okosnica umrežavanja tokom ovog događaja već je to neposredna komunikacija učesnika. “Uprkos ogromnoj ulozi modernih tehnologija, protest nastavlja da bude omeđen fizičkim okruženjem pre svega komunikacijom licem u lice” (Gerbaudo, 2013, p. 40). Rezultati njegovog istraživanja ukazuju na to da “ako bi vlada htela da zaustavi građane da učestvuju u protestu, morala bi da ih zaustave da govore, pre nego da postavljaju poruke na Fejsbuku” (ibid, 40), računajući da je mobilizacija putem neposredne participacije 90 odsto, a putem društvene mreže 40 odsto.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Kastelsova teorija svakako je našla primenu u praksi, a implikacije na pojedinačnom terenu su različite, onoliko koliko su i različiti načini “čitanja” njene primene. Ta čitanja zavise i od posmatranja dominantne ose uticaja, vertikalne i horizontalne, čega je svestan i Gerbaudo pozivajući se na Kastelsovu tvrdnju da “mreža konstituiše dominantnu morfologiju savremene zajednice, gde su mogućnosti jeftine mikroelektronike takve da konstituišu organizacione forme mnogo efikasnije nego visoko hijerarhizovane piramide države, vojske, birokratije i tradicionalne korporacije” (Gerbaudo, 2013, p. 29). I Širki to potvrđuje – prema tom stanovištu, novi mediji, odnosno društvene mreže, automatski imaju pozitivan efekat na mobilizaciju građana i njihovu organizaciju (ibid, 29). Ipak, primeri iz prakse pokazuju da lanac nije jednoobrazan i da se u praksi ova teorija može drugačije odraziti.

Ovaj rad razmatraće tu tezu o umreženom komuniciranju u kontekstu da se nekada njen horizontalni nivo prenaglašava. To ne znači da se komuniciranje ne posmatra umreženo u spomenutom kontekstu, ali teza da se “organizacione forme konstituišu mnogo efikasnije nego visoko hijerarhizovane piramide države, vojske, birokratije i tradicionalne korporacije”, koju je spomenuo Kastels, a sa njom polemisaio Gerbaudo, nije sasvim pouzdana. Ako se uzmu u obzir društvene mreže, koje jesu predmet analize ovog rada, kao i njihova implikacija na profesionalno izveštavanje, i ako se sagledaju primeri iz domaće prakse, stiče se utisak da masovnost aktivizma na društvenim mrežama može značiti privid, obmanu, ili ono što Morozov naziva “delusion” (Morozov, 2011). Nebrojani su primeri u kojima je aktivizam izgledao mnogo “bučniji” od stvarnog delovanja, a reakcije i participacija mnogo ozbiljnije od istinske namere da se učestvuje u procesu izveštavanja ili u nekoj drugoj vrsti građanske akcije. Poslednji u nizu takvih, globalnih primera, na domaćem terenu, jeste aktivizam povodom terorističkog napada u Parizu, 13. novembra 2015. godine, kada su, inspirisane i gotovo zavedene raspravom i akcijom na Tviteru, srpske redakcije poslale novinare i televizijske ekipe da izveštavaju sa skupa podrške ispred Ambasade Francuske u Beogradu. Iako je, prateći aktivizam na Tviteru, izgledalo da će skup poprimiti značajne razmere, dovoljne da uđe u programe centralnih informativnih emisija, na skupu se pojavilo tek desetak osoba.

Stoga, naslanjajući se na ove teorije i njihovu primenu u praksi može se reći da je mrežno komuniciranje dominantno, ali da se u okviru njega, u ovom radu, polemiše sa pojmom “izvesnosti” i “predvidivosti”, stoga se termin “efikasniji” nego hijerarhizovano ustrojstvo, što je spomenuo Kastels, ne može sasvim potvrditi.

4.2. Teorije sociologije novinarstva

Širi okvir o ponašanju novinara i uticaju profesije na društvo naći će se u teorijama sociologije novinarstva, iako će se u kasnijem tekstu pojedinačno razmatrati uticaji na novinarsku praksu i njene društvene implikacije, stoga će se elementi sociologije novinarstva naći i kod pojedinačnih tehnoloških teorija, ali i u raspravi o tome da li građansko i profesionalno novinarstvo funkcionišu zajedno ili je reč o novim konkurentskim “zanimanjima” koja su nastala kao društvena potreba, odnosno kao reakcija publike na novu potrebu. Kriza postoji u nedostatku prostora za diskusiju i razmenu mišljenja u tradicionalnim medijima (Habermas, 1996; Grbeša, 2005), a u takvoj situaciji, u okviru teorija koje se naslanjaju na sociologiju novinarstva posmatraće se uzroci koji su doveli do ovakvog stanja, odnosno pokušaće da se ustanovi koji to ključni činioci determinišu novinarsko ponašanje.

Pre više od veka, Maks Veber je na Prvom nemačkom kongresu sociologa tražio da se uvede sociologija novinarstva koja bi trebalo da analizira uticaj novina na moderno društvo (Kunzick & Zipfel, 2006). “Veber je naročito hteo da istraži kako štampa dolazi do materijala koji će ponuditi publici, ko su izvori tih vesti, kakvo je poreklo, obrazovanje i kakvi se zahtevi stavljaju modernom novinaru u profesionalnom smislu, kakva je sudbina nemačkih novinara u poređenju sa stranim i kakve su njegove životne šanse u zemlji i

inostranstvu u poređenju sa drugim zanimanjima” (Kunzick & Zipfel, 2006, p. 74). Gotovo ista pitanja postavlja i autorka ovog rada, vek kasnije, u situaciji kada su pred moderno novinarstvo stavljeni novi i veliki izazovi. U okvirima sociologije novinarstva posebno se posmatra “novinarska praksa, razmatraju se novinarske rutine, vrednosti, način rada, koncepti po kojima novinari vide svoj svet” (Siapera & Veglis, 2012, p. 10), a razmatraju se uticaji na savremeno novinarstvo i ono što oblikuje način novinarskog rada, a gledano još specifičnije u odnosu na nove medije, razmatra se koliko će profesionalni novinari dozvoliti zainteresovanim građanima da sudeluju u njihovom poslu. Tako će se ovde prvenstveno dati teorijski pregled stanovišta o dominantnim uticajima građanskog žurnalizma na novinarsku profesiju, a zatim će se u odvojenom, zasebnom i kasnijem delu rada težiti da se ustanovi uticaj dominantnih faktora u korelaciji sa tehnologijom.

Način na koji novinari funkcionišu u sopstvenom medijskom sistemu u novo vreme neodvojiv je od toga na koji način oni vide ulogu građana u sopstvenom poslu. Međutim, gledano šire, rutina novinarskog funkcionisanja zavisi od brojnih faktora, od onih koji se tiču političkog sistema, političke kulture, medijskog pejzaža i društvenog statusa novinara, do onih pojedinačnih koji se odnose na razlike unutar redakcija, vrste medija, osobina pojedinih novinara (Chalaby, 1998; Schudson, 2003; Boczkowski 2004; Paterson & Domingo 2008; Cawlay, 2008; Quandt, 2008).

Uprkos sveprisutnosti tehnologije, novinarstvo je oblikovano dominantnim kontekstom, odnosno kontekstualnim karakteristikama (Boczkowski, 2004; Haas, 2005; Deuze, 2007). Odnosno, kako to Boczkowski precizira, oblikovano je “varijacijama u organizacionoj strukturi i radnoj praksi, a reprezentacija korisnika u relaciji je sa različitim načinima na koje novinari u redakciji usvajaju nove tehnologije” (Boczkowski, 2004, p.198). Najaktivniji i najhiperproduktivniji takmac Pabla Boczkovskog kada je reč o novinarskoj teoriji i praćenju novih tehnologija, Mark Deuze, takođe smatra da tehnologija nije isključivi uzročnik koji oblikuje određeno novinarsko ponašanje. “Tehnologija nije nezavisan spoljni faktor koji utiče na način na koji novinari obavljaju posao i na način na koji proširuju već utvrđenu praksu rada (Deuze, 2007, p. 153). Međutim, ako nije reč o dominantnoj tehnologiji, postavlja se pitanje šta sve spada u dominantne uticaje koji oblikuju novinarski posao? Koji su to, osim organizacione strukture, radne prakse, koje

spominje Bockovski, dominantni faktori koji svojom kontekstualizacijom utiču na novinarski posao?

Nijedan od navedenih teoretičara nije izuzeo uticaj tehnologije, međutim, kako novinarstvo nije isključivo tehnicistička profesija, neophodno je razmišljati o kontekstu u kojem ta tehnologija biva primenjena, odnosno osvrnuti se na socio–kulturene faktore (Domingo, 2008; Paullusen & Ugille, 2008). “Pozajmljujući koncept od disciplina koje imaju dugu tradiciju analize tehnoloških inovacija na određeni proces, nudimo perspektivu u kojoj je svaki razvoj u onlajn novinarstvu posledica odlika koje su donete u reakcijama u određenim uslovima koje oblikuje profesionalna kultura, znanje i očekivanja koje nosi internet kao novi medijum” (Domingo, 2008, p. 681). Kako se može videti iz prethodnog citata, Domingo smatra da oblike ponašanja novinara prvenstveno determiniše kultura, odnosno kulturne karakteristike bazirane na stavovima. Ovaj autor bavio se etnografskom studijom, o čemu će biti više reči kasnije, ali ono što je važno za kontekst sociologije novinarstva jeste to da prividno visoko vrednovana interaktivnost za Dominga nije osnov ponašanja novinara. “U svojoj profesionalnoj kulturi prioritet daju neposrednosti – koja se bolje uklapa u vrednosti i praksu profesionalnog novinarstva – čineći da participaciju publike novinari vide kao problem, pre nego benefit za produkciju vesti” (Domingo, 2008, p. 698).

Među brojnim uticajima koji oblikuju novinarsku prasku, ako izuzmemo tehnologiju kao determinantu doba (Pavlik, 2001; Gillmore, 2004), navodi se “organizaciona dinamika” (Ursell, 2001), a pojedini teoretičari, poput Singerove (Singer, 2005), nisu tako blizu reči tehnologija, međutim, njeno istraživanje konvergencije u redakciji kao posledice difuzije inovacija, nužno se oslanja na tehnologiju kao determinantu promena. Na tom tragu je i teoretičar Mark Deuze koji je, analizirajući novinarstvo na webu, ustanovio da bi se mogla uočiti “promena u načinu na koji medijski profesionalci vide svoju ulogu na onlajnu: mnogo više fokusiranu na zajednicu i publiku, na kontinuirano preispitivanje tradicionalnog i alternativnog načina da se saopšti priča i sa konstantnom svešću o “za” i “protiv”” (Deuze, 1999, p. 386). Ovaj autor to ne vidi kao pretnju za novinarstvo, ali novu pojavu smatra

izazovom ističući da “ignorirati bitku za pažnju publike i participaciju kao novi vid novinarstva znači izgubiti bitku i pre nego što je počela” (ibid, 386).

4.3. Teorije socijalnog konstruktivizma

Paralelno sa teorijama umrežavanja, teorijama labavih veza, još jedna teorija nosi interdisciplinarno obeležje, a ovde će biti razmatrana u kontekstu uticaja na novinarstvo odnosno kroz medijski diskurs – tumačeći ponašanje mas medija i ponašanje interaktivne publike koja čini dati društveni okvir. Reč je o teoriji socijalnog konstruktivizma koja podvlači ulogu aktivne, interpretativne publike, “oblikovane značenjem i kontekstom” (Wicks, 2005). Teorija socijal–konstruktivizma jednostavno se čita u Mekvalovoj definiciji prema kojoj mas mediji, s jedne strane, imaju snažan uticaj na konstrukciju društvene realnosti “oblikujući slike stvarnosti na predvidiv i uokviren način”, a sa druge strane dometi mas medija su omeđeni “interakcijom između medija i recipijenata” (Scheufele, 1999, p. 105). Prema ovoj teoriji, publika, njen aktivizam i značenje koje oblikuju deo su novinarskog procesa i isključivo tako bi ih trebalo i posmatrati. Teorija socijalnog konstruktivizma u ovom istraživanju koristi se kako bi se pozicionirala pojava prema kojoj publika preuzima delovanje usled nepoverenja u medije, kontekstualizujući poruku koju publika šalje. Ova pojava detektuje stanje novinarske profesije, ali i aktivizam publike, što

je ključno za dato istraživanje. U oba slučaja, ključna reč koja čini sponu, ili produbljuje jaz između publike i profesionalaca je – poverenje.

Ova teorija će biti naročito razmatrana uvidom u specifično istraživanje o percepciji konteksta u kojem je poverenje publike postalo glavna i istovremeno raritetna pojava. Razloge za “pomeranje” publike na Internet u traganju za sopstvenim, alternativnim, načinima informisanja, teorija socijalnog konstruktivizma objasnila je istraživanjem o poverenju publike u vesti. Trojica autora Stiven Koleman, Skot Entoni i Dejvid Morison, istraživači Rojtersovog instituta za proučavanje novinarstva, ističu da “zavisimo od poverenja kao nikada ranije“ (Coleman, Anthony & Morison, 2009, p. 1). Međutim, pitanje poverenja za ove autore mnogo je više od klasičnog ustanovljavanja da li je neka vest tačna ili ne i da li zadovoljava novinarske principe, odnosno mnogo više od “klasičnog verovanja”. “Naš konstruktivistički domašaj otkriva da je poverenje u medije mnogo veće od novinarske tačnosti. Ono uključuje osećaj o ulozi koju mediji imaju u društvenom organizovanju sveta. Onaj ko plasira vesti radi mnogo više od toga da saopštava dnevne priče, on daje okvir i značenje sveta, onog lokalnog i šireg. Naravno, novinarska netačnost ili manjak privrženosti istini podriva poverenje, ali oni ne krše srž poverenja“ (Coleman, Anthony & Morison, 2009, p. 6). Ova trojica autora ističu da je poverenje izgubljeno onda kada su mediji rešili da ignorišu iskustva publike, nakon čega se pojavio jaz između novinara i publike u smislu da su očekivanja publike od medija i obratno postala potpuno različita. U tom jazu između očekivanja i realnosti, publika je pohrlila na Internet, tragajući za sadržajem koji im je jasniji. Ključna, alarmirajuća stavka ovog istraživanja jeste zaključak da je publika prestala da razume vesti. “U većini slučajeva publika se osećala kao autsajder, čuvši reči i gledajući slike, ali bez ikakvog smislenog konteksta ili realnog očekivanja koje on kao primalac može da ima sa takvom informacijom” (ibid, 26).

Ovo istraživanje alarmiralo je na činjenicu koju novinari često zaboravljaju, a to je da publika želi da vesti budu “korisne, pouzdane i zabavne”, a ukazalo je i na to da oni koji “nisu imali dovoljno poverenja u informacije plasirane u vestima, veruju u one informacije koje su sami pronalazili među alternativnim izvorima informacija (ibid, 14). Novinari, sa druge strane, misle da izjave publike ne odgovaraju realnosti u svim segmentima, pre svega

zato što bi, kako kažu, da su takve tvrdnje tačne, publika prestala da prati tradicionalne načine informisanja. “Novinari su tvrdili – ako ti ne veruju, prestaće da kupuju tvoj proizvod”, (ibid, 20). Takođe, profesionalci su aktivno postavljali pitanje sopstvene uloge u takvom sistemu. “Novinari su izrazili dve zabrinutosti u vezi sa nepoverenjem publike – obe krajnje defanzivne. Prvo je da oni nisu zaslužili da im se ne veruje, a drugi je poricanje da to nepoverenje postoji. Sugestija je bila da je publika bila neiskrena kada su sumnjali u autoritet vesti” (ibid, 20).

Publici je smetalo što novinari “prave vesti i pre nego što se dese”, zatim smetalo joj je to što apsolutno ne razumeju vesti jer novinari podrazumevaju da oni kao publika znaju celokupan kontekst događaja i pojave, a isticali su i da novinari često robuju različitim vidovima uokvirenih determinisanih stavova, pa će marginalizovanim grupama često pripisati uvrežene stereotipije. “Jednom kada novinari identifikuju moralni problem, čini se da su novinari u iskušenju da nađu što je više primera potrebno, iako to iskrivljuje sliku društva” (ibid, 29).

Pređašnja analiza ukazala je na poziciju publike i percepciju lične pozicije u datom okruženju kao i ličnu percepciju novinara. Očito je da između publike i novinara istovremeno postoji jaz, onoliko koliko postoji i potreba da sarađuju. Na ovu tezu naslanjaće se i ovaj rad – potreba publike da se uključi u profesionalno izveštavanje u Srbiji biće očitija i vidljiva u određenim situacijama, koje su vrlo specifične, kontekstualno obojene i ukazuju u najopštijem, nedovoljnu ulogu novinara. To znači ili da novinar, odnosno medijska kuća, nemaju kapacitet da određenu temu osvetle sa različitih strana, ili da je prostor zatvoren za određen krug sagovornika, da se nudi samo jedan ugao gledanja ili da određena tema uopšte ne postoji u medijima. Situacije u kojima će participacija biti vidljivija ukazaće nam da li su građani postali izvori informacija ili su postali korektivni novinarskog ponašanja, a istovremeno, ponudiće nam perspektivu novinara o istim tim događajima. Socijal–konstruktivističko stanovište pomoći će detekciju novinarskih sloboda – odgovorom na pitanje u kojim to situacijama građani postaju aktivniji participanti, zbog čega novinari nisu ispunili svoju profesionalnu ulogu i kakav je, potom, odgovor profesionalaca na takav vid aktivizma.

4.4. Tehnološke teorije i tehnološka determinanta

Ako je u prvom delu teorijskog razmatranja bilo reči o teorijama o komuniciranju i teorijama labavih veza, ako su u nešto užem teorijskom okviru bile razmatrane teorije sociologije novinarstva, prema kojima su se posmatrali oblici novinarske prakse i faktori koji na nju utiču, jedna grana teorija, izvedena iz jedne posebne vrste uticaja, razmatraće se posebno. To pre svega dolazi iz potrebe da se sveobuhvatnije i iz više aspekata razmotri uticaj tehnologije, koji u predmetu istraživanja ovog rada jeste dominantan, ali ne i jedini i dovoljan uslov za promene u profesiji u smislu promena novinarskog ponašanja. U talasima tehnoloških evolucija primećeno je potpuno oduševljenje tehnološkom doktrinom, a predviđanja za budućnost novinarstva bila su svetla. Kako je vreme odmicalo, tehnologija je omogućavala više, ali se čini da je bledeo jednoobrazan stav da će nove promene osloboditi novinarsku profesiju. Stoga će se promene pod uticajem tehnologije svrstati u dve grupe teorija koje su grubo podeljene u:

1. tehnooptimiste,
2. tehnopesimiste.

U narednom delu rada daće se samo pregled dominantnih stavova u ova dva pola tehnoloških teorija, dok će detaljnija analiza uslediti u delu koji se bavi konkretnim uticajem društvenih mreža na profesionalno izveštavanje.

4.4.1. Tehnooptimistički pristup

Razmatrajući tehnooptimističko stanovište, može se konstatovati da je krovna teorija umrežavanja, koju predstavlja Manuel Kastels, u biti ima tehnooptimistički karakter. Istovremeno, u uvodnom delu rada već je bilo reči o optimističnom predviđanju teoretičara Dena Gilmora da će nova tehnologija bitno uticati na savremeno novinarstvo, odnosno da će bitno promeniti novinarsku rutinu, a da će građanima dati više prostora u kreiranju novinarskog sadržaja. Takođe, ideja ove grupe autora je da građanin (odnosno mnoštvo koje participira) nužno zna više od novinara i da će novinarski prostor na taj način morati da postane otvoren za njegovu masovniju participaciju. Spomenuti teoretičar se oslanja na američku praksu po kojoj građani aktivnije i učestalije nego stanovnici Evrope (da ne govorimo o Srbiji) učestvuju u poslovima koji se odnose na lokalnu zajednicu, uključujući i izveštavanje o njoj. Pri tome, trebalo bi imati u vidu da ni ovde tehnološki determinizam nije izolovan, jer Gilmore smatra da demografska razudenost, razudenost medijskog sistema i snažna tehnološka potka, uz adekvatne navike i obrasce življenja, daju dovoljno osnova da se uspostavi takva pravilnost u smislu aktivizma u procesu izveštavanja. “Tvoj glas se pita. Ako imaš nešto važno da kažeš, može te neko čuti. Možeš da napraviš svoje vesti. Svi to možemo. Hajde da počnemo“ (Gillmore, 2004, p. 241).

Svestan da brzina i nemogućnost provere informacija usled velikog broja izvora često idu ispred tačnosti, još jedan predstavnik ovog talasa, Džon Pavlik, smatra da mediji izgaraju da dođu do fragmentisane publike koja raspolaže naprednom tehnologijom (Pavlik, 2001). Taj autor ističe da digitalne tehnologije omogućavaju angažovanje publike uprkos tome što postoje “tenzije sa obe strane medijske ograde”, ali ostavlja otvoreno pitanje hoće li

doći do potpunog ispunjenja tog cilja. On smatra da je tehnologija šansa za medije na četiri plana (Pavlik, 2001, p. 4):

1. tehnologije nude nove načine za rad;
2. transformišu plasman medijskog sadržaja i omogućavaju aktivizam publike, naročito mlade;
3. imaju veliki uticaj na menadžment, strukturu medijske kuće i kulturu medijske organizacije;
4. transformišu odnos medija i publike.

Pavlik je svoje pozitivno predviđanje usmerio na 21. vek, dok je Gilmor imao krajnje poverenje prema građanima kao transmieterima u procesu izveštavanja. Ipak, taj optimizam, inkorporiran u predviđanje buduće novinarske prakse pod uticajem novih tehnologija i u položaj i status aktivne publike, sa ove, relativno kratke vremenske distance deluje donekle neosnovano. Ako je “svaki građanin reporter“ što je slogan OhmyNews–a, ako svako može da plasira informaciju i da ona bez smetnji ima mogućnost da dođe do drugog korisnika, kakva je onda uloga profesionalnog novinarstva i ko snosi odgovornost ako plasirana informacija nije tačna ili je u potpunom neskladu sa etičkim kodeksom? Šta je membrana za sadržaje koji nisu ni tačni, provereni, objektivni ili koji su zlonamerni i štetni? Uprkos snažnom verovanju u kapacitete građanskog novinarstva, pa i bezrezervnom verovanju u njih, Den Gilmor se osvrće na izjavu američkog kolege Nil Stefensona koji, opravdano, upozorava da novinar nije samo transmieter u procesu komuniciranja nego je novinarstvo profesija utemeljena na određenim i jasnim standardima. “Novinari bi trebalo da filtriraju informacije, ne samo da budu webkamere, rekao mi je Nil Stefenson. Tako malo se poštuje rad novinara kada ljudi misle da će sve to zameniti time što će staviti webkameru svuda. Niko nema toliko vremena da pregleda svo to smeće” (Gillmore, 2006, p. 164).

Poverenje će se ispostaviti kao ključna reč i za Glimora i za celokupnu grupu teoretičara kojoj pripada, pre svega zbog poverenja koje imaju u građane, ali i zbog manjka poverenja koje imaju u profesionalce. Na ovom tragu javiće se i socijalkonstruktivisti koji, između ostalog, govore o izgubljenom poverenju u medije. Međutim, ovakve analize

najčešće stavljaju u središte pažnje ili građane participante ili medijske konglomerate, a istiskuju iz procesa analize novinare profesionalce koji su svakodnevno izloženi brojnim pritiscima i situacijama sa kojima moraju da se izbore – koje s jedne strane formiraju građani participanti, a sa druge strane njihove medijske kuće. Čak i ovakva slika, značajno je pojednostavljena, imajući u vidu da novinari, osim što moraju da se “izbore” za zahtevima koje pred njih stavljaju njihove medijske kuće sa jedne strane i građani participanti sa druge, nisu potpuno izolovani od ekonomskih i političkih pritisaka, što je dodatan kriterijum koji se stavlja pred izazove novinarske profesije.

Uz Glimora, još jedan predstavnik tehnootimističkog gledišta, Klej Širki ističe da današnje novinarstvo mora da teži “novim organizacionim oblicima”, na neki način veličajući doba “aktivnog žurnalizma” novih participanata (Shirky, 2008). Takvo gledište ponovo izražava u studiji koju potpisuje sa kolegama Krisom Andersonom i Emili Bel, a u tom istraživanju bavi se “postindustrijskim novinarstvom” pred koje je stavljen zadatak da se “adaptira prema sadašnjosti” (Andreson, Bell & Shirky, 2014), odnosno u kome se zaključuje da su transformacije u američkom novinarstvu neizbežne. “Adaptacija prema stvarnosti u kojoj su ljudi koji su ranije bili prepoznati kao gledaoci i čitaoci, a danas su korisnici znači ne samo promenu taktike već i promenu lične koncepcije. Promena tek nekoliko tehnika neće biti dovoljna da promeni ekosistem; davanje prednosti individualnim uspesima i dometima mašina značiće promenu organizacione strukture” (Andreson, Bell & Shirky, 2014, par. 7).

Teorijsko posmatranje uloge profesionalnog novinara u ovako složenom okruženju dao je Deuze koji ističe da je autonomija normativna u vrednosti onoga što se zove ideologija novinarstva, po kojoj postoji sistem verovanja koji omogućava produkciju mišljenja i ideja u javnom prostoru (Deuze, 2005). Ovaj autor neće slepo slediti tehnootimističke norme, nego će pokušati da u novom dobu pozicionira ulogu profesionalnog novinara, ali će jedna od teoretičarki koja naklonjeno vidi benefiti novog novinarstva, Džejn Singer, pojmu autonomije, na kojem Deuze insistira, dodati i kriterijum pouzdanosti, pa će u okviru ta dva pojma i polemisati. U tekstu koji u zborniku “Građansko novinarstvo” potpisuje sa Janom Ašmanom, podvlače korelaciju između autonomije i

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

pouzdanosti pa se navodi da je “u umreženom okruženju gde su komunikacija i svi koji komuniciraju povezani, pojam autonomije neminovno osporen” (Singer & Ashman, 2009, p. 235). Osnovni novinarski principi, koji su kičma novinarskog kodeksa – pravovremenost, objektivnost, pouzdanost i tačnost – četiri su stuba koja su teorijski neosporna i za profesionalne novinare i za građane participante, s tim što na njih obe strane gledaju iz sopstvene vizure, smatrajući ih dostojnim za sopstveno stanovište. Na listu četiri kriterijuma, građansko novinarstvo dodaje i kriterijum brzine. Međutim, i potpuni tehnooptimista teško može da veruje da bi građansko novinarstvo moglo da doda novi kriterijum, a da ne izgubi neki od četiri nabrojana, ne zato što bi postojala takva intencija, nego zato što među participantima postoji odsustvo znanja o neophodnosti i funkcionalnosti primene datih kriterijuma. U mnoštvu takvih participanata koji šalju informacije, potrebno je analizirati poziciju tog dela publike, imajući u vidu da ni ti građani nisu lišeni uticaja koji se kao izazovi stavljaju pred profesionalne novinare, naprotiv. Ako imamo u vidu da se informacija vrednuje i prema onome ko je šalje, a ako u tom procesu imamo anonimnog pošiljaoca, postoji osnovana bojazan da takva informacija ili neće biti razmotrena ili, iako razmotrena, neće biti upotrebljena. Tragajući za onim što jeste autentičnost u ovakvom načinu komuniciranja, Siger i Ašman analiziraju iskustva britanskog lista Gardijan (čije onlajn izdanje prevazilazi milionske posete) i njihovog odnosa prema participantima. Istraživači su pokušavali da ustanove korelaciju između UGS i novinarskih vrednosti. “Prema Gardijanu, biti ‘tačan’ ili autentičan obuhvata profesionalne norme koje se temelje na kredibilnosti, autoritetu i preciznosti” (Singer & Ashman, 2009, p. 236). Anketirani novinari tvrdili su da su “kredibilnost i poverenje” izveštača ključne kategorije, smatrajući da je veza između ova dva pojma vrlo snažna. Govoreći o pouzdanosti i tačnosti, novinari su isticali da “u građanskom novinarstvu postoje sva prava i nikakve obaveze – oni mogu da odustanu u svakom momentu, novinar ne može “ (ibid, 239).

Ako analiziramo pojmove koji prave razliku između građanskog i profesionalnog novinarstva, trebalo bi najpre navesti Deuzeov pojam “autentičnosti”, koju će Singer proveravati terminom “pouzdanosti”, čemu će se kasnije dodati termini kredibilnost, autoritet i preciznost. Međutim, uprkos snazi i kompleksnosti ovih pojmova, a korelirajući sa

njima i ogromnom izazovu koji je stavljen kako pred građane participante koji žele da učestvuju u izveštavanju, tako i profesionalne novinare koji imaju zadatak da im to omoguće, teoretičari tehnološkog optimizma smatraju da je moguće da građani savladaju sve prepreke i izazove i nađu svoj prostor u procesu izveštavanja. Tako će dalja analiza se premestiti u drugo polje, ono redakcijsko, gde će se ispitivati želja novinara da prihvate informaciju i priču koji im donosi građanin, imajući u vidu strahove profesionalaca da u ovom postupku ne budu izmanipulisani. U uredništvu lista Gardijan, prema spomenutom istraživanju, smatraju da je neophodno da se građani bez straha priključe procesu izveštavanja, što proširuje mogućnosti saradnje novinara odnosno medijske kuće i građanina. “Mi više ne pišemo za ljude, mi razgovaramo sa njima. Odnos je mnogo više balansiran, više nego ikada do sada”, istakao je jedan od urednika” (Singer & Ashman, 2009, p. 236). Međutim, i kada su u potpunosti otvoreni prema novim participantima, izvesno je da su novinari zadržali svoju ulogu čuvara kapija koja je očekivana ako se ima u vidu kvalitet i kredibilitet lista Gardijan.

4.4.2. Pristup teorije tehnopesimizma

Mnogo je stavki koje će tehnopesimisti moći da ospore u pređašnjem gledištu, iako ovi teoretičari neće osporavati moć tehnologije kao takvu, nego njenu upotrebnu funkciju. Za jedne, mobilisuća funkcija tehnologije je predimenzionirana, za druge namera onih koji je koriste nije uvek transparentna i nije uvek lišena interesnih uticaja. Oprez kada je reč o tehnologiji je još makluanovska, jer je ovaj autor svojevremeno primetio da “iako elektronička komunikacija proširuje naša čula, ona takođe koči našu percepciju i može da nas uvuče u zatvoreni sistem komunikacije u kojem možemo da izgubimo kontakt sa svim što je izvan sistema” (McLuhan, 1964, p. 51). I grupa savremenih autora oprezna je kada govori o efektima interneta kao simbola tehnologije smatrajući da su posledice na socijalnu i političku mobilizaciju kompleksne, i da predstavljaju “i mogućnost i rizik” (Bentivegna, 2006; Mosca, 2008). Najveći zagovornik ideja tehnopesimizma je Evgenij Morozov koji

ističe da kritika i skepticizam nisu negacija Interneta, nego kritika pomame među teoretičarima da će taj medij doneti revoluciju u medijskim slobodama i slobodama uopšte. I to stanovište bilo je evidentno – uprkos snažnom prvom naletu tehnootimizma, rezultati o potpunom oslobođenju novinarske profesije uglavnom su izostali. Nove situacije koje su na globalnom planu jačale ulogu građana participanata, jačale su, ustvari, karakteristike na oba pola – publici su svakodnevno donosili nove mogućnosti, novinarima nove izazove, ali je skepsa po pitanju ideje da dobar izum služi samo u dobre svrhe – sve više uzimala maha. Kao kontrateža Gilmoru, Širkiju, Pavliku i drugim tehnootimistima ističe se spomenuti beloruski teoretičar Morozov, koga mnogi teoretičari smatraju “kraljem tehnopesimizma”. Za Morozova, tzv. demokratizujuća moć novih medija ustvari ne donosi demokratiju i slobodu, nego samo jača poziciju autoritarnih režima. U knjizi koja se popularno zove “Internet obmana” (Net delusion) Morozov se bavi tzv. “Gugl doktrinom” (Google Doctrine) i negira njenu oslobađajuću moć, ne negirajući tehnologiju kao takvu. On smatra da je tehnološki razvoj očigledan, ali da promene nisu toliko drastične i toliko jednostavne kako ih predstavljaju oponenti. Upečatljiv je primer Irana, zatvorenog sistema u kojem su kanali komunikacije skučeni i neprohodni, a u kojem je u zapadnim medijima, detektovana značajnija ekspanzija društvenih mreža nego što je to, po Morozovu, zaista slika realnosti. Na primeru koji u ovom radu služi samo kao mikro model, a u Morozovoj knjizi kao predmet analize, ovaj autor negira da je u Teheranu bilo reč o Internet revoluciji, što je teza mnogih novinarskih izveštaja i kasnijih naučnih analiza, osporavajući postojanje iranske internet revolucije po više osnova. Ono što je naročito relevantno za ovaj rad, jeste njegovo pitanje o reprezentativnosti i (u najneutralnijem smislu) kvalitetu onoga ko postavlja “postove” na Tviter. Autor podseća da su i mnogi zapadni mediji prenosili “tvitove” mladih ljudi, tehnološki opremljenih (i–pad carrying), koji govore engleski jezik, prozapadno su orijentisani i aktivni su korisnici Tvitera (Morozov, 2011), ali to, smatra, nije prava slika mnogoljudnog Irana, stoga bi svaka pojava potkrepljena samo ovim primerima bila potpuno nerealna. Teza o Tviter revoluciji, prema Morozovu ne može biti osnovana, jer Tviter nikada nije bio naročito popularan u Iranu. “Samo zato što je svet posmatrao Iran sa tako velikim interesovanjem tih dana, mnoge je navelo da poveruju u neistinu da će iranski

narod doći do vesti putem Tvitera”, citirao je Morozov jednog iranskog blogera, analizirajući stanje tokom “revolucije” (Morozov, 2011, p. 16).

Govoreći o sajber–utopistima, koji ukazuju na ono “šta bi trebalo da se uradi” i o internet–centristima, koji “svaki odgovor o demokratskim problemima tumače uz pomoć Interneta, pre nego uz pomoć konteksta u kojem bi do te promene trebalo da dođe”, Morozov ističe da “oni obično zanemaruju političku prirodu tehnologije, naročito Interneta i najčešće dolaze sa strategijama koje ukazuju da je logika Interneta, koju oni percipiraju, takva da će oblikovati sredinu u koju uđe, pre nego obratno” (Morozov, 2011, p. XV).

Morozov navodi pregršt primera po kojima su autoritarni režimi na različite načine uspjeli da iskoriste moć Tvitera, pa je to razlog što njegova uloga o osvešćenju političke participacije, po ovom autoru, ne stoji. Nesrazmernima smatra i akcije koje daju lažnu sliku o realnoj participaciji. Tome u prilog dodaje i primer humanitarne akcije “Save the children” koju je na društvenim mrežama podržalo 1,7 miliona ljudi, a skupljeno je tek 12.000 dolara (Morozov, 2011). Mnogo je vidova “internet obmane” i onoga što Morozov smatra “tamnom stranom interneta”, ali je u tom svetlu, osim generalne ocene da je svet umesto unapređenja demokratije dobio sistem kojim represivni aparat jednostavnije može kontrolisati socijalni bunt, važan način na koji Morozov određuje aktivizam građana participanta. On uvodi termin “slaktivizam” (slacktivism – slack + activism), koji se slobodnije može prevesti kao aktivizam zabušanata, lenjih korisnika koji odaju utisak prividne participacije. Takav vid aktivizma dovodi do “građanskog promiskuiteta”, a svodi se na “supermarket identiteta” čineći “onlajn aktiviste da se osećaju korisno i važno dok njihov aktivizam ima u suštini minimalni politički uticaj” (Morozov, 2011, p. 190).

Iako ovaj predstavnik tehnopesimističke škole smatra da je Internet, kroz društvene mreže koje lako mogu biti kontrolisane, postao samo jedan instrument državnog represivnog aparata, nisu sva tehnopesimistička stanovišta toliko ekstremna. Svako od njih, međutim, veruje da bi građansko novinarstvo, u najboljem slučaju, moglo da bude supstitut, ali ne i suplement novinarskoj profesiji jer građansko novinarstvo nije i neće zameniti profesionalno, što se vidi i u velikom broju najekstremnijih primera i situacija u koje je

tradicionalno novinarstvo stavljeno, a nije sasvim pokleklo. Ispostavilo se i da su građansko novinarstvo, participacija i aktivizam postali značajni tek sa podrškom tradicionalnog novinarstva. Svet nije saznao šta se događalo tokom Arapskog proleća isključivo prateći hiljade “postova” na Tviteru, nego je u tom procesu bila neophodna novinarska selekcija (koju je katkad vršio medij van datog podneblja – potrebno je pogledati ulogu Gardijana ili Al-Džazire tokom Arapskog proleća). U knjizi “Građansko novinarstvo” o kojoj je već bilo reči u prethodnom delu rada, autorka Melisa Vol ističe da je manipulacija “ono što kritičari građanskog novinarstva ističu kao nešto što ih brine: nedostatak profesionalne rutine među blogerima i drugim građanima koji pokušavaju da prikupe informacije mogu ih navesti da čine etičke greške” (Wall, 2009, p. 37). Ona navodi brojne primere u kojima su aktivisti koji su vršili funkciju građanskog novinarstva potpali pod različite uticaje. “Kritičari su zabrinuti zbog lakovernosti i poslušnosti građana koji se predstavljaju kao novinari , a koji mogu potpasti pod propagandni uticaj grupa kao što je američka vojska. U pojedinim slučajevima, takve grupe mogu da koriste autentičnost blogera kako bi na sofisticiran način pokrili ratna dešavanja i plasirali odgovarajuće informacije o svojim operacijama” (ibid, 41).

Sa druge strane, u zborniku koji je priredila Natali Fenton, pod simboličkim nazivom “Novi mediji, stare vesti”, a koji za temu ima novinarstvo i demokratizaciju u digitalnom dobu, autorka podseća da su se od sredine devedesetih godina 20. veka pojavile mnogobrojne studije koje se bave uticajem Interneta na novinarsku praksu, konstatujući da je većina njih ukazivala na to da Internet donosi novi način sakupljanja informacija i izveštavanja (Fenton, 2010, p. 6). Sa druge strane, ističe ova autorka, drugi su pokušali da ospore uticaj novih medija “kritikujući neoliberalizam u globalnom okruženju” (ibid, 7). Na temeljima koje je ustanovio Mark Deuze (Deuze, 1999), Fentonova analizira parametre koji karakterišu novi medij:

1. brzina i prostor,
2. mnogostrukost i policentričnost,
3. interakcija i participacija.

Iako se ova autorka svakim od ovih pojmova detaljno bavi, ovde će biti predstavljeni samo najupečatljiviji primeri. Optimizam koji je neodvojiv od termina brzina, i neograničen prostor za plasman vesti, Fentonova i grupa autora kritikuju sa stanovišta da novinari postaju “robotička piskarala” (robohacks) (Fenton, 2010, p. 7) i bave se bučkurišima novinarstva koji pogrdno nazivaju “churnalizam” (ibid, 7). Kada Deuze govori o mnogostrukosti i policentričnosti, Fenton ističe da stari načini pisanja vesti teže da budu zamenjeni “populističkom drekom onih koji su više zainteresovani za samopromociju nego za etiku i javne vrednosti”, a da “nedostatak pouzdanosti i anonimnost onlajn izveštača budi brigu o proverenosti, pouzdanosti i tačnosti” (Fenton, 2010, p. 7). Generalni stav je da Internet i mnoge njegove instant tekovine urušavaju novinarstvo u smislu da štode javnom dobru i javnom interesu, zbog čega su novinari stavljeni pred vanredne zadatke trke za brzinom plivajući u moru nepouzdatih i nebitnih informacija. Da je reč o dva pola analize tehnološkog uticaja, možda najbolje ilustruje Gilmoreovo pitanje – može li apsolutna urednička sloboda rezultirati haosom? Za Gilmorea odgovor je jasan i potvrđan, a primer je Wikipedia. Fenton je bliže mišljenju koje potkrepljuju i citatom medijskog magnata Ruperta Mardoka, a koji konstatuje da je stanje u medijima prilično haotično – što, rečnikom kibernetike, znači da mediska entropija nema negentropiju poretka.

4.4.3. Participacija UGS u profesionalnoj rutini

Posle rane faze tehnološkog optimizma s početka dvehiljaditih, postalo je jasno da tehnološki napredak ne ide uporedo sa usvajanjem onoga što se zove UGS u redakcijama i da mnoštvo drugih faktora utiče na novinarsku percepciju sadržaja koje plasiraju građani. Ispostaviće se da obrazac ponašanja prema takvom sadržaju nije omeđen isključivo tehnološkim okruženjem, nego specifičnim odnosima u redakcijama, medijskoj organizaciji, medijskom pejzažu jedne zemlje. Na tragu teorije socijalnog konstruktivizma, definiše se da je usvajanje prakse onlajn novinarstva u redakcijama posledica “kompleksnih interakcija među profesionalcima”, odnosno objašnjenja “zbog čega se usvajanje takvog

sadržaja dešava tako sporo” (Paulussen & Ugille, 2008, p. 27). “Nekoliko empirijskih istraživanja na temu interakcije u onlajn medijima (Schultz 1999; Masey and Levy 1990; Paulussen 2004; Boczkowski 2004) ukazuju na to da usvajanje inovacija u redakcijama nije samo determinisano razvojem tehnologije nego je oblikovano širim društvenim kontekstom u okviru kojeg se ta tehnologija koristi“ (Paulussen & Ugille, 2008, p.27). Ovi autori konstatuju različite uticaje na prihvatanje UGS u redakcijama, pozivajući se na različite studije iz ove oblasti. Već je bilo reči o “organizacionoj dinamici”, ali ovi autori naročito akcentuju Dominga i Bockovskog koji ističu “strukturalne (materijalne) i kulturne karakteristike bazirane na stavovima” (Paulussen & Ugille, 2008, p. 29).

Najveći broj autora tvrdi da će UGS doneti novu priliku, novi glas u tradicionalnom medijskom izveštavanju, što je gotovo nesporno. Kako će se profesionalni mediji prema tom sadržaju odnositi – različito se tumači. Dok Pavlik na tehnologiju gleda pravolinijski, videći isključivo šansu za novinare (Pavlik, 2001), Singer u novim medijima vidi novi način za dobijanje priče, a za tu teoretičarku najveći značaj građanskog novinarstva “leži u činjenici da podriva monopol novinara na praksu i etiku, koja je u srcu njihovog profesionalnog identiteta” (Paulussen & Ugille, 2008, p. 26). U tekstu u kome se bavila odnosom profesionalnih novinara prema sadržaju blogova, Singer ustanovljava da “iako je izražavanje mišljenja uobičajeno, većina novinara traga za gejtkeeperima (gatekeepers) čak i u ovom, krajnje interaktivnom i participativnom, formatu” (Singer, 2005, p. 186). Studija u kojoj je ova autorka učestvovala nekoliko godina kasnije (Domingo et al, 2008) pokazuje da novinari usvajaju UGS uz postojeći normativni i moralni okvir koji je propisan novinarskim kodeksom redakcije (fokus ove autorke u citiranom tekstu je britanski list “Gardijan”). “Svi ti autori isticali su vrednosti maksime ‘komentari su slobodni’, ali tradicionalni novinari teže da se uvere u kredibilnost i pouzdanost, odnosno u drugi deo poznate maksime: ‘činjenice su svete’. Novinari se suočavaju sa onim sa čim se nisu suočavali dok su pravili dati proizvod, nego sada kada ga kontrolišu. Egzistencijalistički pristup može ponuditi način i dati smernice da se otvore ka novom, participativnom okruženju” (Singer & Ahman, 2009, p. 19) . Kao preporuka, ističe se da se mora tragati za

optimalnim načinom koji bi iz novinarskog ugla “kombinovao slobodu i odgovornost kako bi se podstakao i negovao novi odnos” (*ibid*, 19).

Posmatrati uticaj građanskog novinarstva na profesionalno izveštavanje nadilazi jednu discipline ili naučnu oblast u koju bi takav rad mogao da bude svrstan. Ovaj proces umnogome nadilazi komunikologiju i novinarstvo, protežući se na najširi korpus drugih nauka i disciplina. Reč je o složenom kontekstu isprepletanih uticaja, u kojem se u obzir moraju uzeti elementi sociologije, razmatrajući ulogu pojedinca i društvenih grupa u zajednici, zatim psihologije jer se prate bihevioralni obrasci i novinara i korisnika, moraju se na umu imati različiti pokazatelji koji spadaju u korpus politikoloških disciplina jer se ovakav vid aktivizma građana naročito može detektovati u specifičnim društveno-političkim sistemima, a teorija je pokazala da se “eksplozije” građanskog aktivizma naročito mogu uočiti u različitim tipovima zatvorenih društava, društvima pojačane autokratije i društvima u kojima su institucionalni mehanizmi slabi ili potpuno derogirani.

Autorka ovog rada naslanja se na Kastelsovo stanovište da je umreženo komuniciranje u osnovi našeg trenutnog društvenog poretka, a imajući i u vidu gotovo pola veka staru, ali istovremenu i svežu Mekluanovu ideju da ova vrsta komunikacije “proširuje čula, ali i koči percepciju” (McLuhan, 1964). Time su u krajnjem navedena dva pola u okviru kojih se teorijsko stanovište autorke ovog istraživanja proteže – da su tehnologija i promene koje ta tehnologija nosi nužnost, ali da tehnologija nije jedini faktor koji oblikuje medijsko komuniciranje, bilo da je reč o profesionalnoj novinarskoj praksi, bilo o pojačanom aktivizmu građana i njihovoj želji da učestvuju u tom procesu. Stanovište je, međutim, da kao što se novinaru spočitava objektivnost i, uprkos deklarisanim pravilima ponašanja u profesiji, nedovoljna odvojenost i imunost na različite vrste uticaja i pritisaka koji dolaze od ekonomskih i političkih interesnih grupa, aktivni građanin ne mora biti sasvim osvešćen u svom volonterskom “novinarskom pozivu”. Ta neosvešćenost širi se na nekoliko podgrana: građanin participant, sporadični učesnik u nekom procesu, ne mora da ima pred sobom kontekst događaja, koji novinar nužno mora da ima, stoga se za svaku kompleksniju situaciju njegova moć percepcije dovodi u pitanje, u smislu da bi morala da podlegne još jednoj proverbi, što je nužno neka vrsta gatekeeping-a. Korak dalje,

tehnooptimisti, poput Pavlika i Gilmora, nužno učitavaju pozitivnu nameru građaninu participantu, a ona ne da ne mora biti pozitivna, već može biti sasvim i zlonamerna, na moment opasna. To će biti očito u razgovoru sa urednicima renomiranih medija u Srbiji, koji priznaju da su svakodnevno suočeni sa situacijama u kojima prepoznaju namere takozvanih participantata koje su obojene različitim interesima. Na tom tragu analiziraće se i skepticizam koji je očit među urednicima dnevnih listova u Srbiji, što je eksplicitno navedeno u analitičkom delu. Za aktivizam koji je suprotan Gilmorovom pozitivnom, iskrenom i osvešćenom uključivanju, već postoje negativni termini poput “trolovanja” (namernog skretanja debate u nevažno), “botovanja” (plaćenog komentarisanja u cilju promocije najčešće određenih partija), o čemu će detaljnije biti reči u analizi. Osim što građani participanta mogu biti podložni uticajima interesnih grupa, političkih partija i marketinških kompanija, oni neretko mogu biti nesvesno mobilisani, što je tvrdnja kakvu iznosi Morozov. Njihov aktivizam, u tom smislu može biti za profesionalne novinare zaslepljujući, a za iskrene građane participante poguban, jer je slika koja se šalje sasvim suprotna onoj da dobri izumi služe dobrim namerama. Tako, teorijski koncept autorke ovog istraživanja balansira između tehnooptimista, u onom segmentu da se ističe važnost aktivizma u mnogim situacijama kada ne postoji drugi izvor informacija ili kada je profesionalno novinarstvo izostalo da ispuni očekivanja, a sa druge strane, uzima u obzir tehnopesimističko stanovište po kojem je sasvim moguće da građani participanta ne budu nosioci čiste ideje za poboljšanje kvaliteta zajednice u kojoj žive ili naprosto težnje za istinom, već da budu krajnje interesni činioци. To će potvrditi i istraživanje koje je sprovedeno za potrebe ovog rada – osvetliće obe strane dajući primere u kojima su građani u Srbiji bili i korektiv novinarskog izveštavanja i katkad jedini način da se sazna celokupna slika o pojedinim pojavama, a sa druge strane, rad će ponuditi primere koji ukazuju na apsolutno prisustvo nenovinarske namere u tendenciji da se uključi u novinarsko izveštavanje.

Imajući u vidu temu ovog rada, autorka ističe da su dragocen pregled potrebe za građanskim aktivizmom u korelaciji sa političkim sistemima dali autori Alen i Torsen, komparirajući dominaciju građanskog aktivizma kroz više od 10 zemalja, koje su mahom

simbolizovali centralistički režimi ili kompletna zatvorenost sistema. Dajući takve primere, istaknuta je apsolutna dominacija potrebe građanskog aktivizma, kao korektiva društva i političkog sistema i kao mehanizma za poboljšanje kvaliteta društva i zajednice.

Od ključnog značaja sa razumevanje pojave bila su istraživanja koje potpisuje Dejvid Domingo u saradnji sa drugim autorima, pre svega zato što definišu sasvim realističnu sliku usvajanja novog modela komuniciranja. Diskretna opreznost koju je u svom istraživanju manifestovala ova grupa autora, ukazuje na to da se ne može sasvim slepo gledati na pojavu novog vida aktivizma, zbog čega Domingo već govori o “mitu interakcije”, ali i naglašava da za usvajanje ove vrste sadržaja naročit značaj imaju drugi faktori koji nisu nužno tehnološki. S tim u vezi, presek strukture redakcije, u smislu njenog kvaliteta, starosne strukture, tehnološke opremljenosti, profesionalnih navika i orijentacije u mnogome doprinosi da se sadržaj lako usvaja ili da se propušta kroz selektivnoproputljive membrane. Ova doktorska disertacija u teorijskom smislu naročito uzima u obzir Domingovo stanovište prema kojem promene u redakcijama oblikuju “profesionalna kultura, odnosno kulturne karakteristike bazirane na stavovima” (Domingo, 2008, p. 681). U ovom smislu govorimo i o kontekstualnim karakteristikama, što su koncepti preuzeti od Bockovskog i Deuzea, koji se takođe bave varijetetima faktora, ne tvrdeći da je novinarstvo tehnicistička profesija, koju isključivo oblikuju tehnološke promene, odnosno tehnološki imputi, iako se oni ne izuzimaju, naprotiv. Konkretno istraživanje na koje se u tom smislu naslanjala i ova analiza jesu rezultati Agnesa Gijasa, koji je analizirajući varijetete profesionalnih varijabli poput sektora koji novinari prate, dužine karijere i strukture organizacije, ustanovio da postoji izuzetna fragmentacija među zemljama. Prateći prethodne istraživačke domete i teorijske koncepte, ovo istraživanje naslanjaće se na prethodne analize Levis, Kofholda i Lasorse koji su ustanovili da uprkos prilivu građanskog aktivizma u štampi koju nazivaju “novine zajednice”, kako se podiže lestvica važnosti i uticaja tog lista, tako je propustljivost takvih informacija kranje ograničena, a obrasci ponašanja biće pozajmljeni, odnosno komparirani, sa obrascima ustanovljenim kod Urlike Hedman i Monike Djerf–Pjer.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Ne treba zanemariti ni domaću teorijsku praksu, budući da su i istraživači sa ovog podneblja uvideli atraktivnost date teme, kao i omniprisutnost ovakve teorijske debate koja se vodi u inostranim akademskim krugovima. Već je spomenuto opsežno istraživanje “Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva” (Milivojević i dr, 2011), koje je pre pet godina ukazalo na rascep u profesionalnoj praksi novinara u Srbiji i potrebe koje pred njih stavlja informaciono doba. Zaključak takvog istraživanja bio je da novinari nisu bili sasvim spremni za doba u kojem su se našli, niti su imali pozitivnu predikciju sopstvene profesije u budućnosti, pa su istraživači podvukli zaključak da “novinari moraju sebe da kontekstualizuju u tranziciju” (Milivojević i dr., 2014, str. 162) Proces “kontekstualizacije u tranziciju” nezaustavljivo teče, ali prilično neravnomerno. Tranzicija je na ovim prostorima ekstenzirana, o njenoj učinkovitosti (ili još preciznije posledicama) se polemiše, a novinari imaju značajne poteškoće da se uključe u diktate vremena koje pred njih stavlja nove potrebe. Izmenjena uloga publike, u tom smislu, jeste diktat vremena sa kojim se suočavaju redakcije širom Srbije, pa bi se moglo ustanoviti da problem teorija socialnog konstruktivizma, kakve vide Koleman, Antoni i Morison (Coleman, Anthony & Morrison, 2009) svoje utemeljenje mogu naći i na ovim prostorima.

Kao i u inostranoj praksi gde smo pristupe podelili na optimistički i pesimistički, i u domaćoj teorijskoj raspravi vide se obrisi ova dva pravca. “Kada se publika prepozna kao važan, ponekad i ravnopravan saradnik u potrazi za dobrom, važnom pričom, sledeći korak postaje sistemsko osmišljavanje načina uključivanja publike u procese produkcije i prikupljanja informacija, a potom i verifikacije prikupljenih podataka pre njihovog daljeg distribuiranja” (Martinoli, 2015, str. 204). Ova autorka takođe prepoznaje da će nalaženje balansa između “otvaranja ka publici i davanja nove moći publici” i “očuvanja autoriteta, pouzdanosti medija” biti jedan od “glavnih zadataka novinarske profesije u digitalnom dobu” (ibid, 204). Međutim, ako je, uz isticanje neophodnosti provere informacija i sadržaja, Martinoli uočavala pozitivne tekovine participacije publike, nešto kritičniji odnos prema ovom fenomenu ima teoretičar Miroljub Radojković. Odgovarajući na pitanje da li će građansko novinarstvo zameniti profesionalno, Radojković navodi 6 faktora od “problema identiteta komunikatora” do “podložnosti propagandi” zbog kojih smatra da

“građansko novinarstvo neće u skorijoj budućnosti pobediti u konkurenciji sa profesionalnim” (Radojković, 2015). Naprotiv, on ovaj proces posmatra reverzibilno ističući da “rizici i nedostaci građanskog novinarstva mogu da postanu razlog da se građani u sve većem broju ponovo okrenu informacijama koje su stvorili profesionalni novinari i medijske organizacije” (Radojković, 2015, str. 312).

Ova doktorska teza crpi kontekstualni osvrt, u teorijskom i praktičnom smislu, iz istraživanja Jelene Kleut i Brankice Drašković (Kleut & Drašković, 2014) koje su razmatrale participaciju publike i novinarsku praksu, a koje je već spomenuto. Teorijska i istraživačka potka koju je dalo njihovo istraživanje neće, međutim, služiti da se podaci porede, imajući u vidu razlike u perspektivama, istraživačkim fokusima i razlikama u uzorku, već će dati dobru osnovu da se medijska slika i odnos prema ovoj temi kontekstualizuje u domaćim okvirima.

Ovaj kratki pregled teorijskih i istraživačkih koncepata na koje će se ovo istraživanje naslanjati i kojima će težiti da da doprinos, samo su deo pregršti istraživanja i analiza, teorijskih i medijskih debata kojima se u ovom momentu bave teoretičari na svetskim univerzitetima i institutima, kao i novinari praktičari. Koliko su mediji postali deo naše svakodnevne rutine, koliko su počeli da se tiču svih, toliko su ovom temom počeli da se bave različite discipline, stoga je svaki pregled rizik da se određeni uticaj ne uzme u obzir, odnosno da se ne sagleda celokupnost date pojave. Izdvajajući samo pojedine koncepte nužno će se zanemariti važni segmenti medijske teorijske i praktične analize. Ovo istraživanje je u teorijskom smislu težilo da se osvrne na ključne uticaje i ključne teorijske koncepte, da se pozicionira među graničnim teorijama, ali i među suptilno različitim istraživačkim konceptima. Autorka ovog rada je naročito težila da ukaže na profesionalno korisna istraživanja, težeći da u teorijskom i praktičnom izučavanju novinarstva stvori sve manje jaza, budući da je taj jaz očit. I sama dugogodišnja novinarka u Javnom servisu Radio–televizije Srbije, upućena na profesiju iznutra, svesna je novinarske percpecije kada su u pitanju nerealistični teorijski pravci i analize, a na toj poziciji, težila je da osluškuje i potrebe novinarskog poziva i potrebe za uočavanjem suptilnih faktora, koju pojedini istraživači, budući da profesiju posmatraju isključivo van profesije, katkad zanemare.

5. ANALIZA

5.1. Upitnik – Profesionalne navike i odnos prema društvenim mrežama

5.1.1. Struktura uzorka

U prvom delu istraživanja, koji se bazira na upitniku, učestvovalo je 129 novinara iz 44 medijske kuće u Srbiji. U tom uzorku učestvovala su i tri freelance novinara i jedan ispitanik koji svoju medijsku delatnost nije povezo sa jednom medijskom kućom nego je naveo da je radio u “raznim redakcijama”. Pojedine redakcije bile su zastupljene u nekoliko tipova medija: u okviru Javnog servisa Radio–televizije Srbije istraživanje je obuhvatilo

novinare televizije, zatim radijske novinare i novinare koji rade na Internet portalu RTS-a. Segmenti su posebno odvojeni, budući da svaki od njih nosi sopstvene karakteristike, uprkos tome što novinari pripadaju istoj medijskoj kući. Biranje uzorka prema širokom diverzitetu redakcija pokušaj je da se obezbedi što relevantniji uvid, ali bez namere da uzorak bude stratifikovan, jer bi to zahtevalo drugačiji odabir ispitanika, drugačiju i precizniju i proporcionalniju teritorijalnu, polnu i starosnu zastupljenost, a istraživanje bi prevazilazilo opseg doktorske disertacije.

Značajno je istaći i specifičnu hermetičnost kada je reč o novinarima i njihovom pristupu istraživanju. Generalni je stav, a iskustvo istraživača ga potvrđuje, da iako je reč o profesiji koja je po svojoj prirodi utemeljena na izražavanju ličnih stavova, na detekciji aktuelnih pojava i oceni i proceni postojećeg stanja, u trenutku kada je istraživanje rađeno novinari u Srbiji su bili vrlo skeptični prema izražavanju bilo kakvog njihovog ličnog stava, kao i procene i ocene medijske slike. Njihovi stavovi o anketi menjali su se kako su pitanja napredovala, ali je za medijsku sliku izuzetno važno da se naglasi jedno specifično nepoverenje prema bilo kakvim ocenama ponašanja u profesiji. Istovremeno, vrlo je važno detektovati utisak prema kojem su novinari potpuno pesimistični u pogledu stava da bi u profesiji bilo šta moglo da se promeni. Autorka ankete nije imala za cilj da menja profesiju, nego da detektuje stanje u njoj i novinarsku praksu u jednom momentu, ali je utisak istraživača da je analiza novinarske profesije u ovom momentu, tokom 2015. i početkom 2016. godine, za samu profesiju krajnje nepoželjna – takav stav crpi se iz stavova ispitanika i odnosa prema mogućnosti da odgovore na pitanja iz upitnika.

Analizom su, kao što je navedeno, obuhvaćeni novinari koji rade u 44 redakcije i novinari koji trenutno ne rade u određenoj medijskoj kući nego posao obavljaju samostalno kao freelance novinari. Težilo se da se formira što širi uzorak različitih tipova, vrsta medija, polazeći od njihovog mesta izlaženja (od nacionalnih preko regionalnih do lokalnih), uzimajući u obzir različit nivo razvoja, zatim tehnološku pismenost urednika i novinara koji rade u njima kao i različite orijentacije kada je reč o uređivačkoj politici. Poslednji segment, koji govori o uređivačkoj politici, važan je u smislu da novinari koji rade u takvim medijima moraju da slede određene obrasce ponašanja i kodekse (iako najčešće nepisane),

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

pa je smatrano da bi i odnos prema društvenim mrežama u toj konstelaciji odnosa mogao da ima značajnu ulogu. Stoga se težilo da uzorak obuhvati i postojeću ponudu aktuelnih, medijskih orijentacija. Imajući sve ove parametre u vidu, u anketu su navedeni odgovori novinara koji rade u sledećim redakcijama:

1. Blic
2. Večernje novosti
3. Danas
4. Politika
5. Kurir
6. Alo
7. Informer
8. Sport
9. Vreme
10. Nedeljnik
11. NIN
12. Nova ekonomija
13. Radio–televizija Srbije
14. Radio– televizija Vojvodine
15. Beta
16. Tanjug
17. Ninamedia
18. TV N1
19. TV B92
20. TV PRVA
21. TV Pink
22. TV Happy
23. TV Al–Jazeera
24. RTV MIR
25. TV Banat

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

26. AFP
27. Deutsche Welle
28. BBC
29. Independent
30. Radio Slobodna Evropa
31. Cenzolovka
32. Istinomer
33. BIRN
34. VICE
35. Radio Slovo ljubve
36. Radio Sto plus
37. Radio Luna
38. Južne vesti
39. Portal eVršac
40. Pančevo.MojKraj.rs
41. Supersport.rs
42. Mondo
43. Balkanrock
44. Telegraf

Imajući u vidu predloženi uzorak, potrebno je razvrstati štampu prema vremenu i mestu izlaženja, odnosno elektronske medije prema pokrivenosti teritorije kao i jasno razdvojiti analizirane Internet portale. U podeli će se jasno odvojiti deo inostranih medija bilo da je reč o agenciji, štampi, elektronskim medijima ili portalima, a u određenim segmentima će se ta grupa medija razmatrati separatno. Uz to, potrebno je obratiti pažnju i na razliku između medija metropole (Beograda) i lokalnih medija, pa i kada je reč o Internet portalima koji, prema načinu distribucije informacija, nisu teritorijalno određeni. Sledeća podela ukazaće na osnovne razlike između datih medija, iako se autorka neće detaljno baviti komparativnom analizom medija, nego će joj *differencia specifica* medija

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

služiti u svrhu ukazivanja na diverzitet redakcija iz kojih novinari dolaze, kako bi se što jasnije ustanovili obrasci njihovog profesionalnog ponašanja.

Predloženi uzorak obuhvata osam dnevnih listova: Blic, Večernje novosti, Danas, Politiku, Kurir, Alo, Informer i Sport. Svi ovi listovi imaju nacionalnu pokrivenost, spadaju u štampu metropole, ali se njihovi sadržaji značajno razlikuju. Prema klasičnoj podeli, Danas i Politika spadaju u ozbiljnu, kvalitetnu informativno–političku štampu, dok su Blic i Večernje novosti polu–tabloidi visokog tiraža. Naredna tri lista: Kurir, Alo i Informer su prema sadržaju klasični tabloidi, a treba imati u vidu i društveno–politički trenutak u kojem se obavlja istraživanje, u kojem su to tri dnevna lista sa značajnim tiražima za ovo podneblje (prema dostupnim podacima Informer 95.000 primeraka, Kurir 80.000 i Alo 75.000⁶) i u kojem je reč o dva suprotstavljena tabloidna tabora – s jedne strane najtiražniji Kurir u vlasništvu Adria Media Group, uslovno antivladine orijentacije, i Informer, trenutno jedan od najtiražnijih i najuticajnijih listova, ekstremno provladine orijentacije.

Istraživanje obuhvata i četiri nedeljnika: Vreme, NIN, Nedeljnik i Novu ekonomiju. Trenutno je reč o četiri najuticajnija nedeljnika, od kojih su prva tri politički magazini, dok je Nova ekonomija, kako joj se i u imenu navodi, više orijentisana na ekonomska pitanja.

Istraživanje obuhvata i oba javna servisa u Srbiji, Radio–televiziju Srbije i Radio–televiziju Vojvodine, koja je regionalni javni servis pokrajine. Trebalo bi nagasiti da je, kada je reč o Radio–televiziji Srbije u predašnjem nabranju navedeno samo jedno medijsko preduzeće, bez račvanja na tri njegova važna i samostalna segmenta: radio, televiziju i Internet portal. U daljem tekstu to će biti posebno naglašeno jer se uočavaju osobenosti u ponašanju novinara u zavisnosti od vrste medija za koju rade. Poznajući strukturu RTS–a, radi se o tri zasebne jedinice koje, u slučaju televizije i radija funkcionišu i fizički odvojeno, po različitim principima rada (koje diktiraju i tip medija i celokupno redakcijsko okruženje), pa će se stoga i ponašanje novinara koji su u pitanju razmatrati separatno. Imajući sve te razlike u vidu, novinarima koji rade na vebu biće fizički i tehnički

⁶ U Srbiji trenutno ne postoji nijedna institucija koja se bavi ustanovljavanjem preciznog i tačnog tiraža štampe. Rade se različita istraživanja koja mere čitanost, ali ne postoji telo koje bi obavezalo vlasnike listova da dostave tačne podatke o broju štampanih primeraka.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

najlakše da prikupe i prenesu informacije sa društvenih mreža koje se odnose na njihovo izveštavanje, ali će dalje u tekstu biti navedeno po kojim principima i kriterijumima se takva radnja uopšte dešava. Slična situacija biće i kada je reč o Radio–televiziji Vojvodine koja, budući da je regionalni servis, ima osoben način funkcionisanja i ponašanja, što će takođe biti vrednovano kada se bude razmatralo ponašanje novinara.

Autorka istraživanja namerava da proveriti i postojeće novinarske navike kada je reč o društvenim mrežama u agencijama – reč je o najstarijoj agenciji, Tanjugu, do skoro u državnom vlasništvu, koji imajući u vidu rigidnost njegove pozicije drži do tradicionalnih i standardnih načina izveštavanja i novinarske prakse. Sa druge strane, postavlja se uticajna i renomirana agencija Beta, prva privatna agencija na ovim prostorima. Servis Ninamedia, koji je takođe obuhvaćen ovim istraživanjem, pretežno je lokalni servis koji je do skoro snabdevao nacionalne televizije informativnim sadržajima (TV Prvu i TV B92) radeći i kao novinska i kao televizijska agencija.

Uzorkom su obuhvaćeni i odgovori novinara koji su, pored javnog servisa, zaposleni na preostale četiri televizije sa nacionalnom pokrivenošću: TV Prva, TV B92, TV Pink i TV Happy, kao i dve regionalne televizije: TV N1, koja funkcioniše isključivo u sistemu kablovskog operatera SBB–a, dok je TV Al–Jazeera svetski servis, sa posebnom “ekspozituroom” na Balkanu i, u okviru nje, posebnom srpskom redakcijom. Smatrajući da televizije sa nacionalnom pokrivenošću ne daju sasvim reprezentativnu i dovoljnu sliku o profesionalnim navikama novinara, uzorkom su obuhvaćene i dve lokalne, odnosno regionalne televizije: RTV MIR koja emituje program na području centralnog i severnog dela Kosova i TV Banat koja pokriva područje Banata.

Istraživanje obuhvata i stavove novinara koji rade u svetskim medijskim servisima, odnosno koji rade kao dopisnici iz Srbije. Polazište je da bi novinari koji posluju u Srbiji morali da slede specifične kodekse globalnih medijskih konglomerata. Stoga su istraživanju pristupili novinari agencije Frans pres (AFP), Deutsche Welle, svetskog medijskog i britanskog servisa Bi–Bi–Sija (BBC) i lista Independent, koji je u martu 2016.godine ukinuo svoje štampano izdanje i u potpunosti prešao na onlajn.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Istraživanjem su obuhvaćeni i novinari grupe listova, portala i radio stanica slične orijentacije – Radio Slobodna Evropa, Cenzolovka, Istinomer, BIRN i VICE. Reč je o izuzetno kritički nastrojenim i profilisanim medijima koji se obraćaju urbanoj publici, a neretko se bave medijima i medijskom scenom (Cenzolovka), kao i pitanjem političke odgovornosti (Istinomer). Izradi upitnika su pristupili i novinari lokalnih radio stanica, poput užičkog radija Luna i radija Sto plus koje ima regionalnu pokrivenost na teritoriji Sandžaka, a među ispitanicima našao se i predstavnik verskog radija Slovo ljubve. Odgovore na pitanja iz upitnika dali su novinari Južnih vesti, ali i novinari zaposleni na portalima Telegraf, eVršac, Pančevo.MojKraj, Mondo i specijalizovanim portalima Supersport i Balkanrock.

Polazeći od strukture redakcije i pozicije pojedinih ispitanika u njoj, u uzorku od 129 novinara, na pitanja iz upitnika odgovorilo je 93 novinara, 6 ispitanika koji su na poziciji i novinara i urednika i 30 anketiranih koji su na poziciji urednika (bilo da je reč o uredniku sektora, rubrike ili uredniku medija). Istraživač je smatrao da je, zbog relevantnosti istraživanja i reprezentovanja što realnije ukupne medijske slike, odnosno karakterističnih obrazaca ponašanja novinara i praktikovane novinarske rutine, izuzetno važno da stavove o percepciji i korišćenju društvenih mreža izraze i novinari i urednici, budući da i jedni i drugi, iz svojih perspektiva i sa svojih pozicija utiču na apsorpciju informacija (skupljanje, selekciju, obradu) i njihov eventualni dalji plasman u medijskom prostoru. To je razlog što se kasnije pristupilo i dodatnom istraživanju putem intervjuisanja urednika medija.

Polazeći od tipa (vrste) medija u kojem rade, upitniku su pristupila 52 novinara televizije, devet radijskih novinara, 41 novinar štampe, 16 njih koji rade za različite portale i 11 novinara agencija ili sličnih sadržaja koji pružaju agencijske usluge.

Tabela 1 Struktura uzorka

	Televizija	Radio	Štampa	Portal	Agencije
Br. Ispitanika	52	9	41	16	11

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Govoreći o sektorima koje prate novinari iz uzorka i tu je reč o najširem mogućem spektru oblasti. Pitanje o oblasti kojima se dati novinar bavi bilo je otvoreno, stoga su ispitanici mogli samostalno da definišu svoje sektorske fokuse. Novinari su navodili da prate: unutrašnju politiku, ekonomiju, društvo, spoljnu politiku, privredu, energetiku, kulturu, što su sektori koji su prepoznati kao posebne novinske rubrike. Neki od njih bili su još specijalizovaniji pa su navodili da prate: ekologiju, poljoprivredu, vojsku i bezbednost, evropske integracije, tehnologiju, prosvetu, medije, muziku, zabavu, neki su se specijalizovali samo za jednu oblast poput fudbala ili katoličke crkve, dok su se neki ispitanici geografski određivali navodeći da prate region Zapadnog Balkana ili pojedinačne okruge, poput Braničevskog. Nemali broj ispitanika, njih 30, izjasnilo se da prati sve sektore.

5.1.2. Struktura ispitanika

Među ispitanicima, 42,6 odsto, odnosno 55 anketiranih su muškarci, dok 57,4 odsto, odnosno 74 ispitanika čine žene.

Tabela 2 Polna struktura ispitanika

Pol	Broj ispitanika	U procentima
Muški	55	42,60%
Ženski	74	57,40%

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Starosna struktura je takva da najviše ispitanika pripada populaciji između 30 i 40 godina, i to 38 odsto, a nešto manje, 31 odsto zauzima populacija novinara koja ima između 25 i 30 godina. Treba napomenuti da nije reč o generalnoj slici Srbije i stratifikovanom uzorku, ali je vrlo ilustrativno i ukazujuće na aktuelnu situaciju to da je gotovo 70 odsto onih koji su pristali da popune anketu u razdoblju između 25 i 40 godina. Svaki peti ispitanik spada u grupu koja ima između četrdeset i pedeset godina, dok su u “graničnim” grupama, koje se u ovom istraživanju podeljene na novinare mlađe od 25 i starije od 60 godina nalazi najmanji broj ispitanika: mlađih od 25 godina je šestoro, odnosno 4,7 %, dok je samo jedan ispitanik stariji od 60 godina. Tom prilikom ponovo treba naglasiti da je volja ispitanika u određenim razdobljima da pristupe, odnosno ne pristupe anketi vrlo očigledna i suprotna prirodnoj otvorenosti i komunikativnosti novinarske profesije.

Tabela 3 Starosna struktura ispitanika

Godine	Broj ispitanika	U procentima
do 25	6	4.7%
23–30	40	31%
30–40	49	38%
40–50	25	19.3%
50–60	8	6.2%
više od 60	1	0.8%

Imajući u vidu kriterijum godina, računalo se i koliko dugo ispitanici rade kao novinari. Rezultati odgovaraju njihovoj starosnoj strukturi, pa tako je jednak broj onih koji rade između 5 i 10 godina i između 10 i 20 godina, po 29,5 odsto ispitanika, a slede ih novinari koji su u profesiji do 5 godina sa 22,5%, zatim oni koji su više od 20 godina (15,5%), a na začelju je broj onih novinara koji su u profesiji duže od 30 godina (3%).

Tabela 4 Staž ispitanika

Novinarski staž	Broj novinara	U procentima
do 5 godina	29	22.5%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

5–10 godina	38	29.5%
10–20 godina	38	29.5%
više od 20 godina	20	15.5%
više od 30 godina	4	3%

Kada je reč o obrazovanju novinara formiranom prema datom uzorku, zapaža se veoma visok stepen kvalifikacija, odnosno visok stepen obrazovanja novinara i urednika. Uzorak, kao što je rečeno, nije stratifikovan, nego su novinari gde god i sa kojim god kvalifikacijama da rade bili ponuđeni da popune upitnik, što znači da se formiranjem uzorka nije težilo da njegovi predstavnici imaju najviše obrazovne karakteristike. Može se možda pretpostaviti da je ova grupa novinara bila otvorenija da pristupi izradi upitnika, iako istraživanja koja su već rađena na datu temu govore da je nivo obrazovanja novinara nešto drugačiji. Tome u prilog treba dodati i nedavno rađeno istraživanje strukture redakcije nedeljnika NIN i Vreme, koji važe za renomiranu i kvalitetnu periodičnu štampu, u kojem se navodi da su “anketirani novinari manje obrazovani od srpskog novinarskog proseka i u najvećem broju slučajeva imaju završenu srednju školu, a u čak 90 odsto slučajeva nemaju obrazovanje novinarskog usmerenja” (Kljajić & Kljajić, 2015). Uprkos tome oni “u najvećem broju slučajeva imaju izuzetno visoko mišljenje o svom obrazovanju i sposobnosti za rad”, ali suprotno verovanju novinara, istraživanje dolazi do rezultata da novinari ovih kvalitetnih njuzmagazina “nemaju nikakvo iskustvo u onlajn novinarstvu” (Kljajić & Kljajić, 2015).

Anketi koja je rađena za potrebe ove doktorske disertacije nisu pristupili novinari koji imaju isključivo osnovno obrazovanje. Srednju stručnu spremu ima 25 ispitanika, što je 19,4% uzorka. Višu stručnu spremu ima gotovo svaki trinaesti novinar iz ovog uzorka, odnosno njih 7% (devet ispitanika). Fakultetski je obrazovano, odnosno visoku stručnu spremu ima 70 ispitanika, što je više od polovine ispitanika (54,2%). Postdiplomske studije (što uključuje master i doktorske studije) pohađa ili je pohađalo 25 ispitanika, odnosno 19,4 odsto.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tabela 5 Obrazovanje ispitanika

Školska sprema	Broj ispitanika	U procentima
Osnovna škola	0	0%
Srednja stručna sprema	25	19.4%
Viša stručna sprema	9	7%
Visoka stručna sprema	70	54.2%
Postdiplomske studije	25	19.4%

Svi ispitanici u svom profesionalnom radu koriste kompjuter, a društvene mreže redovno koristi 84 % , odnosno 109 ispitanika, “ponekad” ih koristi 10,1%, odnosno 13 ispitanika, a ne koristi ih 5,4% , odnosno sedam ispitanika.

Tabela 6 Učestalost korišćenja društvenih mreža

Učestalost korišćenja	Broj ispitanika	U procentima
Da, redovno	109	84,50%
Da, ponekad	13	10,10%
Ne	7	5,40%

5.1.3. Profesionalno okruženje – percepcija medijskih sloboda

Segment upitnika koji se našao pred novinarima u jednom svom segmentu odnosi se na percepciju medijskih sloboda u novinarskoj profesiji u Srbiji i značajan je jer donekle, koliko uzorak dozvoljava, određuje kontekst u kojem se istraživanje sprovodi. Reč je o, prema čestoj oceni medijskih poslenika, nepovoljnoj situaciji za rad u medijima, što potvrđuju i brojni monitorinzi i stavovi udruženja novinara. Redovni monitoring, koji na svaka tri meseca sprovodi Asocijacija nezavisnih elektronskih medija (ANEM) ukazuje da se medijska scena (govori se o elektronskim medijima koji su predmet analize ove asocijacije) bori sa mnogim izazovima, od problema sa vlasničkom strukturom i finansiranjem, zatim zakonskom regulativom i poštovanjem postojećih zakona, do problema sa elementarnim etičkim načelima profesije koja se svakodnevno krše⁷. Sličnu situaciju konstatuju i udruženja koja se bave izveštavanjem u štampi, ali i udruženja novinara. Nezavisno udruženje novinara ističe da je “uprkos deklarativnim obećanjima vlasti, proevropskoj agendi osnaženoj otvaranjem prvih pregovaračkih poglavlja, izmenama medijskog zakonodavstva i normativnim garancijama slobode izražavanja, medijska scena u Srbiji strogo kontrolisana” (NUNS, saopštenje, 21.12.2015). To udruženje, u istom saopštenju, ističe da “pritisci na novinare i medije u Srbiji ne jenjavaju, kao i da su novinari “podvrgnuti raznim pritiscima, bedno plaćeni i skloni autocenzuri”. Iz spomenutog udruženja zaključuju da je “tabloidizacija fenomen koji dominira ne samo u medijima, već i na političkoj sceni i u drugim sferama društva” (NUNS, saopštenje, 21.12.2015).

Istovremeno, neretke su situacije da se predstavnici vlasti, naročito njen najviši vrh, direktno na konferencijama za novinare obraćaju medijskim radnicima, detaljno ocenjujući medijske napise ili medijska gostovanja. Prema globalnoj slici, uz političke pritiske prisutni su i ekonomski, a imajući u vidu da je Srbija trusno tle po pitanju razvoja medija, situacija je još složenija. Produžena medijska tranzicija, nastala posle 2000. godine, dodatno je ruinirala već oslabljen medijski sistem. Netransparentno vlasništvo u medijima, uz loše ili neuspešne privatizacije uklonile su pojedine medije sa javne scene, a druge su naročito

⁷ 67. Izveštaj ANEM-a odnosi se na tromesečje u kojem su, u najvećem broju, novinari pristupali izradi upitnika ovog doktorata.
<http://www.anem.org.rs/sr/aktivnostiAnema/monitoring/story/17865/%C5%A0EZDESET+SEDMI+MONITORING+IZVE%C5%A0TAJ+ANEMA+++html>

ojačale, ali na način da su pojedini privatni mediji postali resurs za agitaciju partijskih sledbenika, dok nejasna vlasnička struktura publici ne omogućava da vrednuje plasiranu informaciju. Nejasni vlasnički odnosi, netransparentnost u pitanju ko upravlja datom medijskom kućom, doveli su mnoge medije u ruke političkih moćnika, u kojima su novinari, svesno ili nesvesno, u službi vlasnika medija za koje rade, a uz to su neretko finansijski osiromašeni i moralno degradirani. Javni servis, koji se posle odluke (izbornog obećanja) vlasti da će ukinuti pretplatu, dve godine finansirao iz budžeta, od 1. januara 2016. ponovo se finansira putem takse, a taj međuperiod tokom kojeg se tražilo rešenje za glomazni javni servis, učinio je ovu medijsku kuću zavisnijom od volje države da joj omogući stabilna primanja, što je nepovoljno uticalo na njenu profesionalnu poziciju. Država je imala zakonsku obavezu da se povuče iz medija do 31. oktobra 2015. godine⁸, što je mnoge novinare, uključujući 70 zaposlenih u Tanjugu, do poslednjeg momenta ostavilo u nedoumici da li će uopšte imati posao. Mnogi manji mediji potpuno su ugašeni. Osim finansijskog aspekta, nekažnjivost u profesiji dostigla je značajne razmere, pa su pojedina glasila i televizije sa nacionalnom pokrivenošću postale apsolutni servisi vlasti⁹. Očigledni su brojni primeri kršenja zakona, pretpostavke nevinosti, presude se donose na naslovnim stranicama novina¹⁰. U sveopštoj ekonomskoj degradaciji, nepopravljivo je stradao novinarski kodeks.

U stanju nestabilne i neuređene medijske scene, novinari su neretko u strahu za sopstvenu egzistenciju. Takvom trendu treba dodati globalno prisustvo društvenih mreža koje za jedne očito predstavljaju mogućnost da se medijski pejzaž promeni kroz lični i neposredni aktivizam novinara u virtuelnom prostoru, dok za druge postaju sredstvo manipulacije povezujući ga najčešće sa oznakom “površno” ili “neprovereno”.

Da bi se shvatio ukupan medijski kontekst, ali i da bi novinari mogli da jasno mapiraju uslove u kojima rade i u kojima koriste društvene mreže, bili su upitani da ocene

⁸Zakonom javnom informisanju i medijima Republike Srbije ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 58/2015)

⁹<http://www.nuns.rs/info/activities/25530/mediji-pod-kontrolom-novinari-pod-pritiscima.html>

¹⁰ Izveštaj Saveta za štampu za 2015 godinu.

http://www.savetazastampu.rs/latinica/izvestaji/111/2016/03/11/1018/izvestaj-o-radu-saveta-za-stampu-za-2015_-godinu.html (stranica posećena 15.05.2016)

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

medijske slobode u svojoj zemlji i medijske slobode u svojoj redakciji. Percepciju novinarskih sloboda u Srbiji u momentu kada je rađena anketa (decembar 2015) novinari su izražavali odgovarajući na pitanje u kojem je trebalo da skaliraju sopstvenu percepciju na lestvici od 1 do 10. Na pitanje: “Kako ocenjujete novinarske slobode u Srbiji?”, najveći broj novinara slobodama je dao nisku ocenu, trojku, taj odgovor zabeležio je 31 ispitanik (od koliko 128 ispitanika, jedan ispitanik nije želeo da odgovara na pitanja o percepciji slobode). U proseku, najveći deo uzorka dao je tu ocenu; za jedan stepen nižu (ocenu dva) dalo je 22 ispitanika, što je 17,2 odsto, a za jedan stepen višu (ocenu 4) dalo je 20 ispitanika. Granični slučajevi koji mapiraju najviše i najniže ocene vrlo su indikativni – u uzorku nema novinara koji najvišom ocenom ocenjuje novinarske slobode, ali zato ima 6 ispitanika (odnosno 4,7%) koji novinarske slobode vrednuju najnižom ocenom – jedan. U zbiru, na skali od 1 do 10, osamdeset odsto ispitanika (79,7%) u ovoj anketi medijske slobode ocenjuje ocenama do 5. To bi, uz ponuđene analize i monitoringe drugih institucija, mogao da bude pokazatelj da je medijska slika u Srbiji nepovoljna i da je takvom percipiraju novinari.

U narednom delu teksta, autorka će težiti da se ustanovi da li društvene mreže, kao vid direktne participacije građana, pomažu da se takva slika menja, da li sa druge strane daju samo privid participacije građana u informisanju i kao takve omeđeno deluju na novinarski posao, ili u sistemu ovičenih i krhkih sloboda samo otežavaju ionako težak novinarski manevar u neregulisanom medijskom prostoru.

Tabela 7 Percepcija novinarske slobode : Kako biste ocenili novinarske slobode u Srbiji na skali od 1 do 10?

Ocena	Broj ispitanika	Procentualni udeo
1	6	4,7%
2	22	17,2%
3	31	24,2%
4	20	15,6%
5	23	18%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

6	11	8,6%
7	9	7%
8	5	3,9%
9	1	0,8%
10	0	0%

Iako imaju generalno lošu sliku o funkcionisanju medija u medijskom prostoru Srbije, ispitanici, prema rezultatima do kojih je došla autorka, imaju značajno bolju sliku o medijskim slobodama u sopstvenoj redakciji. Stoga bi deo sa medijskim slobodama u zemlji mogao da se tumači kao deo projektovane analize – novinari će ređe priznati da je neposredno okruženje u kojem rade onoliko loše, koliko percipiraju okruženje u kojem se ne osećaju kao direktni participanti. Pojednostavljeno, novinari neće priznati da su njihove slobode i svakodnevna rutina direktno omeđeni različitim vrstama pritisaka, iako situaciju u zemlji, u kojoj se isto pitanje postavlja za druge novinare, vide kao višestruko lošiju.

Znajući da su na pitanja iz upitnika i intervjua odgovorali novinari različitih redakcija, autorka napominje da ne treba grešiti u generalnoj oceni da su svi ispitanici bili skloniji projektovanoj slici, odnosno da novinari različito vrednuju sistem svoje medijske kuće od medijske slike Srbije. I među medijskim kućama, kao što smo naveli, postoje značajne razlike i u medijskim slobodama, i u percepciji dozvoljenog i mogućeg što se ne očitava samo u izboru tema kojima se dati mediji bave, nego i u izboru sagovornika koji tumače pojave, u pristupu obrade teme, itd... Takvo istraživanje zahtevalo bi posebnu analizu, analizu sadržaja i analizu diskursa, a to nije tema ovog rada. Intencija ovog rada je da ukaže na moguća odstupanja prilikom davanja ocene i zaključka, odnosno da se ukaže da je moguće da nisu svi novinari koji su učestvovali u anketi skloni tolikim razlikama i takvoj projektovanoj slici jer je, moguće, slika sloboda u njihovim redakcijama zaista bolja nego što bi mogao biti nekakav prosek u medijskom sistemu Srbije. Ipak, značajne razlike i odstupanja, na istom uzorku, indikacija su da postoji veliki jaz između percepcije ličnog i generalnog, što, prema projektovanoj analizi, ukazuje da lično (ocena sloboda u sopstvenoj redakciji) u realnosti nije toliko visoko vrednovano.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tabela 8 Percepcija novinarske slobode: Kako biste ocenili novinarske slobode u vašoj medijskoj kući na skali od 1 do 10?

Ocena	Broj ispitanika	Procentualni udeo
1	2	1,6%
2	8	6,3%
3	16	12,4%
4	8	6,3%
5	13	10,2%
6	7	5,5%
7	14	10,8%
8	18	14,1%
9	23	18%
10	19	14,8%

Dobijeni podaci ukazuju na to da najviše novinara, 23 ispitanika (od 128 ispitanika, kao i u prethodnom pitanju, jedan ispitanik nije želeo da odgovara na pitanja o percepciji slobode), novinarskim slobodama u redakciji daje ocenu devet, što zauzima 18 % uzorka. Iako u prethodnoj analizi niko nije dao ocenu 10 za medijske slobode u zemlji, u ovoj analizi 19 osoba je dalo najvišu ocenu, što je ukupno 14,8% uzorka. Slični podaci su i za ocenu osam, za koju se opredelilo 14,1% uzorka odnosno 18 ispitanika. Gledano u zbiru i u proseku, situacija je gotovo obrnuta. Procenat od 73,5% ispitanika novinarske slobode u sopstvenoj redakciji ocenjuje na skali od 5–10, što je gotovo sasvim suprotno od pređašnje analize gde je 79,7% ispitanika ocenilo medijsku sliku Srbije ocenama između 1 i 5.

Zapažanje autorke prilikom ovog ispitivanja jeste da percepciju najvećeg jaza između sloboda na medijskog sceni u Srbiji i sloboda u sopstvenoj redakciji beleže novinari televizije N1 (televizije u vlasništvu kablovskog operatera SBB–a pod licencom CNN–a), nedeljnika Nedeljnik i lokalnog lista Južne vesti. U sve tri redakcije, novinari procenjuju da su medijske slobode u Srbiji zaslužile ocenu koja varira između 3 i 4, dok su medijske slobode u njihovoj redakciji zaslužile ocenu između 9 i 10.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Najmanja odstupanja u percepciji lične redakcijske slobode i slobode u medijima u Srbiji postoje kod novinara Radio–televizije Srbije i ovde treba napraviti razliku između rezultata analize među televizijskim i među radijskim novinarima. Najveći broj televizijskih novinara istom ocenom je vrednovao slobode u njihovoj medijskoj kući na srpskoj medijskoj sceni. Ta ocena varira između 2 i 9 (reč je o graničnim slučajevima koji su zabeleženi u po jednom slučaju) dok je prosek medijskih sloboda u Srbiji i redakciji vrednovan u proseku peticom. Međutim, može se zapaziti da najveći broj ispitanika među televizijskim novinarima RTS–a slobode u Srbiji izjednačava sa slobodama u svojoj medijskoj kući i one su u proseku ove ponuđene skale. Takođe, mora se primetiti da radijski novinari Javnog servisa mnogo bolje ocenjuju slobode u svojoj redakciji, dajući im ocene između 8 i 9, dok je percepcija slobode medija u Srbiji ocenjena peticom.

Upečatljivo je da su od troje ispitanika iz dnevnog lista Informer (1) i televizije Pink (2), koji se u ovom momentu percipiraju kao ekstremno provladini mediji (čak ih i politička vrhuška često apostrofira kao “jedine medije koji podržavaju vladu”), dvoje anketiranih iz oba medija ocenili da su slobode u medijima u Srbiji mnogo veće od sloboda u njihovoj medijskoj kući.

Vrlo indikativno za ovu analizu, iako uzeto na samo jednom primeru, odnosno u odgovorima jednog ispitanika (tretiraće se kao granični), najniže ocene za stanje u medijima i u medijskim kućama dao je ispitanik koji je naveo da je radio “u raznim” medijima. Takav odgovor bi mogao da se tumači kao celovitiji uvid u medijsku praksu, medijske slobode i različite pritiske sa kojima se suočavaju novinari i njihova uredništva.

Indikativan je i slučaj dnevnog lista Blic, polutabloida u stranom vlasništvu (Ringier Axel Springer), gde su od troje ispitanika, dvoje ocenili novinarske slobode na medijskoj sceni najnižom ocenom, a jedan ispitanik izjednačio je takvo stanje sa stanjem u svojoj medijskoj kući, što je takođe granični slučaj ovog istraživanja. Drugo dvoje ispitanika ocenili su stanje sa 4 i 6.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Ujednačene stavove u oceni medijskih sloboda u Srbiji imali su predstavnici gotovo svih inostranih medijskih kuća – predstavnici svih medija Deutsche Welle–a, Independent–a, BBC–a, AFP–a ocenili su medijske slobode ocenom 3, ali su zato gotovo uniformno stanje u svojim medijskim kućama, kada je reč o slobodama, rangirali visokim ocenama između 8 i 9. Takva percepcija mogla bi da bude potvrda da su novinarske slobode u Srbiji daleko od podrazumevanih u inostranoj praksi i da, iako globalno nedosanjani ideal, novinarske slobode i radna praksa u Srbiji daleko zaostaju za onim što je moguće i dozvoljeno u zapadnoj novinarskoj praksi.

Budući da se pojam novinarske slobode u ovom radu analizira u kontekstu aktivizma građana i odgovora novinara u korelaciji sa društvenom mrežom Tviter, autorka je analizirala i percepciju novinarske slobode u kontekstu ponašanja na društvenim mrežama. Percepcija slobode u korelaciji sa Tviterom, prema iskazima anketiranih novinara, snažno je izražena. Ispitanici u značajnim procentima smatraju da je Tviter povezan sa novinarskim slobodama, jer se tu debatuje o temama o kojima nije poželjno debatovati u tradicionalnim medijima. To smatra 55,4% ispitanika, koji su pristupili odgovoru na spomenuto pitanje. Gotovo 30 % njih vidi direktnu povezanost sa novinarskim slobodama u smislu da Tviter nije ograničen prostor, stoga priliku da iskažu svoje stavove i gledište imaju najrazličitiji sagovornici u situaciji kada ne mogu da uđu u javni medijski prostor. Znatno manji procenat, 14,8% ispitanika smatra da Tviter zajednica nema nikakve veze sa novinarskim slobodama. Ova tabela indikator je odnosa i uloge Tvitera u novinarskom izveštavanju i profesionalnom angažmanu novinara jer, u zbiru 85,2% ispitanika, među kojima su novinari i urednici, smatra da Tviter ima veze sa novinarskim slobodama. Takav stav doprinosi tvrdnji da, iako su novinari najčešće skeptični prema novim tehnologijama, novom načinu rada, prema promenama i uopšte prema učešću publike u njihovoj profesionalnoj dnevnoj rutini, pa i kada novinari visoko vrednuju i ekstremno brinu o principima na kojima počiva tradicionalno profesionalno novinarstvo, u situaciji na ovaj ili onaj način limitiranih novinarskih sloboda oni ovu društvenu mrežu vide kao jedan od ventila, odnosno, kao prostor gde je moguće čuti i druge stavove, koji možda

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

nisu dominantni u javnom medijskom diskursu, ili gde je moguće pronaći teme za koje nema prostora u tradicionalnim medijima, a percipirane su kao važne.

Tabela 9 Tviter i novinarske slobode: Da li je Tviter na bilo koji način povezan sa novinarskim slobodama?

Stav	Broj Ispitanika	U procentima
Da, o temama o kojima o kojima se ne sme debatovati u medijima, debatuje se na Tviteru	67	55.4%
Da, jer mnogi sagovornici uopšte ne mogu da uđu u javni prostor	36	29.8%
Ne, Tviter zajednica nema nikave veze sa slobodama	18	14.8%

5.1.4. Stav ispitanika prema društvenim mrežama

Nekoliko puta u prethodnom tekstu navedeno je da uzorak nije stratifikovan, odnosno da ne predstavlja odraz proporcionalno zastupljenih novinarskih grupacija. Pretpostavlja se da su anketi pristupili novinari koji su skloniji prihvatanju novih tehnologija, iako je već naglašeno da među novinarima generalno vlada nepoverenje prema autorefleksiji i samovrednovanju, pa je stoga i u prikupljanju podataka ovog uzorka bio izazov dobiti jasne i potpune odgovore od ispitanika. Pretpostavlja se da je slika dobijena ovim ispitivanjem nešto povoljnija u korist upotrebe društvenih mreža, nego što je generalna slika u Srbiji u kojoj ima oko 1500 medija i gotovo 10.000 novinara.

Tabela 10 Stav prema društvenim mrežama: Kakav je Vaš stav prema Tviteru ?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Veoma pozitivan	37	28.6%

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uglavnom pozitivan	61	47.3%
Uglavnom negativan	12	9.3%
Veoma negativan	2	1.6%
Nemam stav	17	13.2%

Prema rezultatima ovog istraživanja, veoma pozitivan stav prema Tviteru ima 37 ispitanika, što je 28,6% uzorka. Ipak, gotovo svaki drugi ispitanik ima donekle relativizovan stav kada je reč o upotrebi ove društvene mreže – “uglavnom pozitivan” stav ima 47,3% odnosno 61 ispitanik. Pet puta manje je onih koji imaju uglavnom negativan stav o Tviteru (9,3%), mali broj njih, tek dva ispitanika, izjasnilo se da ima veoma negativan stav, a uprkos temi ovog istraživanja, 13,2% njih nema stav o Tviteru.

Stav anketiranih u ovom istraživanju ukazuje na to da je Fejsbuk kao društvena mreža prisutniji nego Tviter u životima novinara, češće ga koriste, pa prema toj društvenoj mreži koja im je i poznatija imaju načelno pozitivan stav. Ipak, za predmet analize u ovom istraživanju uzeće se isključivo Tviter kao profesionalno otvorenija mreža namenjena lakom i vidljivom iznošenju stavova koji su u takvom prostoru automatski javno dostupni.

Tabela 11 Stav prema društvenim mrežama: Kakav je generalno Vaš stav o Fejsbuku?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Veoma pozitivan	19	15.1%
Uglavnom pozitivan	83	65.9%
Uglavnom negativan	11	8.7%
Veoma negativan	4	3.2%

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Nemam stav	9	7.1%
-------------------	---	------

Tviter prednjači u broju onih koji imaju veoma pozitivan stav u odnosu na stav prema Fejsbuku (19 ispitanika, odnosno 15,1% naspram pređašnjih 37 ispitanika, odnosno 28,7 odsto). Gotovo sva razlika između onih koji imaju veoma pozitivan stav prema Tviteru i Fejsbuku otišla je u korist onih koji imaju uglavnom pozitivan stav prema Fejsbuku – takvih je 65,9%, odnosno 83 ispitanika. Uglavnom negativan stav ima gotovo isti broj ispitanika u oba istraživanja (12 za Tviter, 11 za Fejsbuk), dok veoma negativan ima duplo više korisnika Fejsbuka nego Tvitera, iako je reč o malim ciframa (4:2). Istovremeno, gotovo duplo manje je onih koji nemaju stav prema Fejsbuku, u odnosu na one koji nemaju stav prema Tviteru (9:17).

Imajući u vidu navedene podatke, logičan je zaključak da su ispitanici, prema rezultatima analize bitno aktivniji na Fejsbuku nego na Tviteru. Takav podatak odražava i zastupljenost ovih društvenih mreža u zajednici u Srbiji, ne samo među novinarima. Međutim, iako aktivizam na Fejsbuku deluje zapanjujuće veći, u ovom odgovoru se ne negira aktivizam na Tviteru, već se on samo stepenuje i ne naglašava se da li su novinari u ovom odgovoru govorili o upotrebi Tvitera i Fejsbuka za privatne ili poslovne obaveze. Zato će analiza koja sledi u nastavku dati širu i dublju sliku i težiti da pronikne u smisao upotrebe Tvitera kao društvene mreže u profesionalnom izveštavanju novinara u Srbiji.

Čak 81 ispitanik (62,8%) je više vrednovao Fejsbuk kada je reč o sopstvenoj aktivnosti na društvenim mrežama, nego kada je imao priliku da uporedi Tviter i Fejsbuk. Tek 9,3%, odnosno 12 ispitanika izjasnilo se u korist Tvitera, kada je reč o ovakvoj vrsti stepenovanja.

Tabela 12 Odnos prema društvenim mrežama: Da li ste aktivniji na Tviteru ili Fejsbuku ?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Tviter	12	9.3%
Fejsbuk	81	62.8%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

I jedno i drugo	21	16.3%
Ni jedno ni drugo	15	11.6%

Kako bi se jasnije napravila komparacija i kako bi se uzorak uporedio sa svetskim trendovima, odgovor o upotrebi Instagrama dat je kao generalna slika stvari. Iako u svetu ekstremno popularan sa 400 miliona korisnika krajem 2015. godine¹¹, Instagram beleži najmanju zastupljenost među društvenim mrežama u Srbiji. Ovaj podatak, kako je navedeno, služi kao presek stanja, iako se ovo istraživanje neće detaljnije baviti Instagramom.

Tabela 13 Odnos prema društvenim mrežama: Kakav je Vaš stav o Instagramu?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Veoma pozitivan	18	14.6%
Uglavnom pozitivan	38	30.9%
Uglavnom negativan	7	5.7%
Veoma negativan	4	3.3%
Nemam stav	56	45.5%

¹¹<http://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uglavnom pozitivan stav prema ovoj društvenoj mreži ima gotovo trećina ispitanika (njih 38, odnosno 30,9%), ali sa druge strane o upotrebi te društvene mreže bez stava je gotovo svaki drugi ispitanik – u brojkama njih 56, procentima 45,5%.

Tabela 14 Frekventnost upotrebe Tvitera: Koliko često, na bilo koji način, koristite Tviter?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Ponekad, kada postoji neka tema koja bi mogla da me zanima	33	25.6%
Jednom nedeljno	3	2.3%
Dva puta nedeljno	6	4.7%
Svakodnevno	36	27.9%
Više puta dnevno	20	15.5%
Ne koristim ga uopšte	31	24%

Analizirajući odgovore na pitanja koliko se često upotrebljava Tviter kao društvena mreža, bilo da se govori o privatnim ili poslovnim aktivnostima, može se uočiti jasna pravilnost da se Tviter koristi predano, ili se gotovo ne koristi. To pokazuje podatak prema kojem 36 ispitanika, što je 27,9% Tviter koristi svakodnevno, a tome treba dodati 15,5% onih koji tu društvenu mrežu koriste više puta dnevno što u zbiru daje 43,4% onih koji tu društvenu mrežu koriste barem jednom u toku dana. Nemali je postotak onih koji Tviter upotrebljavaju sporadično, u slučaju da postoji tema koja bi mogla da bude predmet interesovanja – reč je o 33 ispitanika, odnosno 25,6%, ali kao pandan tome treba računati na 24% ispitanika koji uopšte ne koriste tu društvenu mrežu. Sporadičnost u korišćenju koja se očitava u odgovorima jednom ili dva puta nedeljno ukazuje na zakonomernost da se

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tviter koristi gotovo pasionirano – oni korisnici koji su privrženi ovoj društvenoj mreži, bilo da je reč o profesionalnom ili ličnom angažmanu koriste je svakodnevno i posvećeno. Opozit tome je da je ne koriste uopšte, a najređi stav je da je koriste sporadično. Ovaj podatak mogao bi da se koristi u prilog formiranju zajednice, takozvane “Tviter zajednice”, sličnog kruga ljudi, sličnog interesovanja i očekivane učestale aktivnosti koja na ovoj društvenoj mreži čini kritičnu masu i jedan segment društvene stvarnosti koji reaguje na određene pojave u društvu. Tako bi se donekle mogao i omeđiti krug Tviter aktivista, uprkos činjenici da je Tviter potpuno neograničen i heterogen virtuelni prostor. Međutim, merenje tog tipa uz analizu stavova na Tviteru u nepoznatom okruženju donekle anonimnih korisnika zahtevalo bi sentiment analizu koja bi iziskivala zasebno istraživanje. Zato je kroz pitanje o aktivizmu na Tviteru, u ovom stadijumu, važno zapaziti da se aktivizam praktično dvostruko grana – ka onima koji ovu društvenu mrežu koriste učestalo kao deo svakodnevnih rutine i one druge koji ga uopšte ne koriste. Pozicija sporadičnog korišćenja je najređa, prema ovom istraživanju.

Posmatrajući tipove redakcija, ne može se ustanoviti bilo kakva pravilnost u tome da novinari određenih redakcija isključivo koriste ili ne koriste ovu društvenu mrežu. To znači da su među onima koji ne koriste Tviter u ovom uzorku i novinari “modernih” redakcija, kao i obratno.

Tabela 15 Svršishodnost upotrebe Tvitera: Da li je i u kojoj meri Tviter koristan za novinarski posao?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Veoma je koristan	36	28.8%
Koristan je u određenoj meri	77	61.6%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Nije baš koristan	7	5.6%
Potpuno je bespotreban za novinarski posao	5	4%

Imajući u vidu prethodne nalaze po kojima su korisnici Tvitera, među novinarima, učestali aktivisti (gotovo tri četvrtine ispitanika) ili ignoranti ovog vida participacije, bilo da su subjekti ili su izloženi tom sadržaju, predmet dalje analize je stav novinara prema utilitarnosti Tvitera kada je reč o poslu kojim se bavi dati novinar. Tako 90,4% ispitanika smatra da je ova društvena mreža na neki način korisna u novinarskom poslu (pitanje je dovoljno otvoreno da ne prejudicira da li je reč o ličnoj promociji, preuzimanju informacija ili nekom drugom vidu aktivizma). Ipak, među onima koji vide pozitivnu ulogu ove društvene mreže najveći broj ispitanika pridaje joj određeni stepen relativiteta kad je reč o korisnosti upotrebe Tvitera, stoga se 61,6% ispitanika izjasnilo da je Tviter koristan “u određenoj meri”, što znači da nemaju apsolutno optimističan i nepodeljen stav kada je reč o korisnosti upotrebe Tvitera.

Težilo se da se ustanovi i kakav je odnos, odnosno stav prema Tviteru, s obzirom na tip, vrstu medija u kojoj novinar radi. Analiza pokazuje da novinari štampe imaju prevashodno pozitivan odnos prema Tviteru, neuporedivo pozitivniji od novinara radija, agencija ili portala. Slede ih novinari televizije, koji takođe visoko vrednuju društvenu mrežu Tviter.

Tabela 16 Upotreba Tvitera prema vrsti medija: Odnos prema Tviteru prema tipu medija

	Veoma pozitivan	Uglavnom pozitivan	Uglavnom negativan	Veoma negativan	Nemam stav
Televizija	12	26	5	–	9
Radio	2	4	2	1	–
Štampa	13	21	2	–	5
Portal	6	5	4	–	1
Agencija	4	4	–	1	2

Tabela 17 Upotreba Tvitera prema vrsti medija: Odnos prema Tviteru prema tipu medija u kome novinar radi (u procentima)

	Veoma pozitivan	Uglavnom pozitivan	Uglavnom negativan	Veoma negativan	Nemam stav
Televizija	23.1 %	50%	9,60%	–	17,30%
Radio	20%	40%	20%	10%	–
Štampa	31,70%	51,20%	4,90%	–	12,20%
Portal	37,50%	31,25%	25%	–	6,25%
Agencija	36,40%	36,40%	–	9,10%	18,20%

Treba imati u vidu činjenicu da je u uzorku ove analize najveći broj novinara zaposlen u štampi ili na televiziji, zato će se ovaj segment analize predstavljati u procentima, ne u brojkama – a procenti se odnose na zastupljenost stava u okviru istog medija.

Rezultati analize pokazuje da u zbiru 82,9 % novinara štampe ima pozitivan odnos prema Tviteru, od čega gotovo svaki treći ispitanik uzorka (31,7%) ima veoma pozitivan, dok svaki drugi (51,2%) ima uglavnom pozitivan stav. Negativan stav ima tek 5 % ispitanika (preciznije 4,9%), dok je među novinarima štampe 12,2% onih koji se izjašnjavaju da nemaju stav o ovoj društvenoj mreži.

Slede ih televizijski novinari koji takođe imaju atipično pozitivan stav, u zbiru 73,1% ispitanika, ali se beleži manji broj onih koji imaju “veoma pozitivan stav” (23,1% ispitanika) u odnosu na prethodnu grupu (komparira se sa stavovima novinara štampe, gde je takav stav imao svaki treći ispitanik, odnosno 31,7%), dok svaki drugi ispitanik (50%) ima uglavnom pozitivan stav. Više je i onih koji imaju uglavnom negativan stav (9,6%), kao i onih koji nemaju stav o ovoj društvenoj mreži (17,3%).

U ukupnom zbiru, na listi pozitivnog odnosa prema Tviteru, štampu i televiziju prate agencije, sa 72,8% ispitanika koji u zbiru imaju pozitivan odnos, ali ovde treba

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

naglasiti upečatljivo veći broj onih koji imaju veoma pozitivan odnos u poređenju sa novinarima štampe i televizije (36,4%), za razliku od onih anketiranih novinara koji imaju uglavnom pozitivan odnos. Agencijski novinari su u tom smislu “granični” slučajevi jer beleže i one koji imaju “veoma negativan odnos” (9,1%), što je granični slučaj, kao i značajan procenat onih koji nemaju stav (18,2%), ali bi trebalo imati na umu da se u njihovom slučaju radi o nešto manjem uzorku novinara.

Kada je reč o portalima, podaci su vrlo indikativni – iako je novinarima portala verovatno i najlakše da često i u originalu prenose informacije sa Tvitera linkujući na date postove ili jednostavno skenirajući stranicu: pozitivan stav, u ukupnom zbiru je niži u odnosu na sve ostale prethodno analizirane medije (u zbiru 68,7%). Evidentno je međutim, da i u ovom slučaju detektujemo značajne polarnosti. U poređenju sa svim drugim medijima, među novinarima portala najviše je onih ispitanika koji imaju veoma pozitivan odnos prema Tviteru, čak 37,5%, ali je i najviše onih koji imaju negativan (uglavnom negativan, ili veoma negativan) odnos prema ovoj društvenoj mreži a to je svaki četvrti ispitanik (25%).

Novinari radija su na začelju lestvice u kojoj se rangira pozitivan stav prema Tviteru – takav stav, u zbiru ima 60% anketiranih novinara. Među njima svaki peti ima veoma pozitivan stav, dok 40% njih ima uglavnom pozitivan stav. Međutim, gledano u zbiru, među novinarima radija najveći je procenat onih koji imaju negativan stav, ukupno 30% od čega svaki peti ima uglavnom negativan (20%), dok svaki deseti zauzima veoma negativan (10%).

Pozitivan stav izmeren je u zbiru, i računata su vrednosti u koje spadaju veoma pozitivan i uglavnom pozitivan stav. Po toj listi, najpozitivniji stav imaju novinari:

1. štampe (82,9%)
2. televizije (73,1%)
3. agencija (72,4%)
4. portala (68,7 %)

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

5. radija (60%)

Međutim, ako se mere granični stavovi, “veoma pozitivan” i “veoma negativan”, lista izgleda nešto drugačije. Prema toj lestvici, “veoma pozitivan“ stav imaju redom novinari:

1. portala (37,5%)
2. agencija (36,4%)
3. štampe (31,7%)
4. televizije (23,1%)
5. radija (20%)

Ako se posmatraju granični negativni stavovi, lista je ponovo drugačija od prvobitne. S tim što treba imati u vidu da u samo dva izuzetka postoje granični “veoma negativni“ stavovi, a u tim slučajevima reč je o pojedinim novinarima radija i agencija. Svi drugi novinari koji su mapirali negativan stav na ovoj lestvici uglavnom su pripali grupi u kojoj svoj stav definišu kao “uglavnom negativan“. Preglednija i rangirana lista prema kojoj novinari definišu “uglavnom negativan“ stav izgleda na sledeći način. “Veoma negativan” stav rangiraju novinari: radija (10%) i novinari agencije (9,1%).

1. portal (25%)
2. radio (20%)
3. televizija (9,6%)
4. štampa (4,9%)
5. agencija –

Ako se posmatraju granične vrednosti, veoma pozitivan stav imaju redom, polazeći od najvišeg rezultata, novinari portala, agencija, štampe, televizije i radija, a negativan stav (računa se “uglavnom negativan” budući da su u grupi “veoma negativan” odgovore dali novinari samo dva medija) imaju novinari: portala, radija, televizije, štampe, dok agencijski novinari nisu mapirali odgovor u ovoj grupi. Zato su pojedini agencijski novinari i radio novinari stav pozicionirali u grupi “veoma negativnog” stava.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Pređašnja analiza, kako je već naglašeno govori o procentualnoj zastupljenosti stavova u okviru istog medija, stoga je lestvica formirana prema procentima, a ne prema brojčanom stanju ispitanika. Ne bi trebalo zanemariti ni podatak da je u “graničnim slučajevima”, u slučaju radija i portala manje ispitanika nego u slučaju televizije i štampe, ali je zastupljenost stavova u okviru tog uzorka raspoređena na navedeni način. To se, izvesno je, ne može odraziti na celokupnu radijsku populaciju, niti se po tom uzorku može govoriti o pravilnosti, ali takva raspoređenost stavova značajno govori o uzorku na osnovu kojeg je rađeno ovo istraživanje.

Na koji način novinari upotrebljavaju Tviter bliže će, jasnije i preciznije definisati i odrediti odgovori na pitanja koja slede. Upečatljivo je to da na pitanje na koji način koriste Tviter najveći broj novinara ističe da ne objavljuje tvitove, to se odnosi na 46% njih, odnosno 59 ispitanika, međutim, u taj odgovor spadaju i ispitanici koji ne koriste Tviter.

Tabela 18 Kvalitet upotrebe Tvitera: Na koji način koristite Tviter?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Objavljujem lične "tvitove"	3	2.4%
Objavljujem lične "tvitove" i pratim šta drugi objavljuju	55	43.7%
Objavljujem samo "tvitove" u svrhu promocije svog posla	10	7.9%
Ne objavljujem "tvitove"	58	46%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Ovaj podatak mogao bi da bude indikativan u smislu relacije ličnog stava i stava medijske kuće u kojoj novinar radi, kao i celokupnog odnosa prema poslu kojim se bavi. Odvojivost ličnog stava u savremenoj komunikaciji, odnosno njegovog plasmana u javnom prostoru (a tu uključujemo i ispitanike koji ne koriste Tviter) očigledna je u slučaju 58 ispitanika, što je gotovo svaki drugi novinar. Bilo da je reč o tome da novinari ne koriste ovu društvenu mrežu, koja je neminovno globalno prihvaćen sistem savremene komunikacije, ili da lični stav eksplicitno odvajaju od stavova redakcije, podatak je indikativan i govori u prilog određenoj novinarskoj pasivnosti (u profesiji koja je prva izložena promenama tehnologije), a uzroke te pasivnosti trebalo bi tražiti i u ličnom i u društvenom i u profesionalnom kontekstu.

Uprkos pređašnjem podatku, važno je uočiti i sledeću pojavu: broj onih novinara koji objavljuju lične tvitove i prate šta drugi objavljuju je 43,7%, odnosno 55 ispitanika. Ako se iz prethodne grupacije oduzmu oni koji ni na koji način ne koriste Tviter, ovaj podatak bi mogao da ukaže da je broj takvih ispitanika veći od onih koji samo “ne objavljuju lične tvitove”, a koriste Tviter. Međutim, ovaj segment tabele (odnosno pojave) očigledno je najveći jer je i najuočljiviji – očekivano je da novinar koji koristi društvenu mrežu ima određenu vrstu interakcije sa tom mrežom – da objavljuje postove bilo da oni govore o stavu bilo o sopstvenoj promociji, ukoliko već, prema nalazima analize, takvo vrednovanje ima i prema odgovorima drugih aktera Tviter zajednice. Kada je reč o promociji, ali isključivo o promociji sopstvenog posla, ta funkcija Tvitera evidentna je za deset ispitanika, odnosno 7,9% koji tu društvenu mrežu koriste u cilju promocije svog posla. Najmanji broj, njih 2,4% Tviter koristi samo zbog objava ličnih tvitova, bez osvrta na ostale aktivnosti Tviter zajednice.

Prethodni odgovor zahteva da se pitanje upotrebe ove društvene mreže preciznije definiše, zbog čega je ispitanicima ponuđeno osam odgovora, kako bi se pojava lakše klasifikovala i kako bi bila merljiva. Pretpostavka je da ponuđenih osam odgovora nude dovoljno mogućnosti u okviru kojih bi ispitanik mogao da pronađe opciju koja najviše odgovara njegovoj ili njenoj dnevnoj rutini kada je o korišćenju ove društvene mreže reč.

Tabela 19 Načini upotrebe Tvitera: Koja od navedenih najviše odgovara Vašoj aktivnosti na Tviteru?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Ne koristim Tviter, niti me zanimaju informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži	22	17.7%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Koristim Tviter kada pratim neki događaj ili pojavu, ali to ni na koji način ne utiče na moje izveštavanje, niti prenosim informacije sa Tvitera	25	20.2%
Aktivan/a sam na Tviteru, ali su stavovi koje objavljujem potpuno odvojeni od mog izveštavanja	13	10.5%
Koristim Tviter samo kada smatram da je debata koja se vodi dovoljno značajna da bi mogla da se tiče mog posla	21	16.9%
Pratim Tviter, a informacije prenosim ukoliko potvrđuju tezu o kojoj pišem	7	5.6%
Pratim Tviter, a informacije prenosim kada potvrđuju stavove medijske kuće u kojoj radim	0	0%
Pratim Tviter i prenosim informacije jer građane smatram relevantnim i legitimnim izvorom informacija	16	12.9%
Na Tviteru nalazim teme o kojima kasnije izveštavam	20	16.2%

Prema rezultatima ovog istraživanja, najveći broj ispitanika u ovom upitniku koristi Tviter da prati neki događaj ili pojavu, ali uz tvrdnju da to ni na koji način ne utiče na njegovo izveštavanje, niti prenosi takve informacije. Takvih je 20 odsto, odnosno 25 ispitanika. Ukoliko se zajedno pogledaju odgovori pod b) i c) može se zaključiti da gotovo trećina ispitanika aktivno koristi Tviter prateći pojave, ali da to “ni na koji način ne utiče na njihovo izveštavanje”, a ukoliko ti novinari i iznose svoje lične stavove na Tviteru, oni su “potpuno odvojeni od izveštavanja”. Nijedan od ispitanika nije naveo da prenosi stavove koji idu u prilog medijskoj kući za koju radi, ali je njih sedam, odnosno 5,6% naveo da prenosi stavove ukoliko idu u prilog tezi koju su zauzeli pišući tekst, što možemo posmatrati kao dopunsku ulogu, ulogu potvrde u jednoj zajednici, što bi možda mogao da

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

bude pandan onome što je anketa bila za tradicionalno novinarstvo ili, sa druge strane, dodatni stav eksperta koji pojašnjava datu pojavu protežirajući stav autora određenog medijskog proizvoda.

Svaki šesti ispitanik, odnosno njih 16,9% koriste Tviter samo kad smatraju da je debata o temi kojom se bave dovoljno značajna da se tiče njihovog posla, što se može posmatrati kao određena korektivna funkcija – bilo da novinar, prateći aktuelnu debatu proverava koja su moguća gledišta na datu pojavu, bilo da formira svoje gledište naspram najupečatljivijih gledišta ili jednostavno njemu (njoj) bliskih gledišta.

U prethodnim stavkama nije se eksplicitno navodilo koji su to izvori koje novinar koristi i koja je, prema novinarskoj percepciji, funkcija informacije dobijene sa Tvitera – da li je reč o korektivnoj ulozi gde novinar formira svoje stavove prema stavovima koje je na različite načine pročitao na Tviteru ili o informativnoj ulozi gde on sa Tvitera prenosi informacije medijskih ličnosti i običnih građana. Ipak, trebalo bi naglasiti da tek 12,9%, odnosno 16 ispitanika od ukupnog broja, smatra da su građani legitiman i pouzdan izvor informacija, pa ta manjina stoga takve stavove i prenosi u sopstvenom izveštavanju.

Gledajući vrstu i tip redakcije novinara koji su skloni percepciji građana na društvenim mrežama kao legitimnog izvora informacija, može se ustanoviti da je reč o redakcijama čiji su novinari visoko vrednovali stepen slobode u okviru svoje medijske kuće, što je bilo jedno od pređašnjih istraživačkih pitanja u anketi. Ipak, reč je o najvećem delu preklapanja, ali bi se napravila greška ako bi se ustanovilo da postoji apsolutno saglasje, a u ovoj fazi istraživanja nije se ispitivalo da li postoji propisana politika kuće u pogledu tretmana društvenih mreža, odnosno građanina kao izvora informacija.

Pošavši od tipa, vrste anketirane redakcije, najveći broj novinara koji se izjasnio da “prati Tviter i prenosi informacije jer građane smatra relevantnim i legitimnim izvorom informacija” ustanoviće se da tu prevashodno spadaju novinari koji rade u redakcijama poput: Južnih vesti, Nedeljnika, TV N1, Cenzolovke, agencije Beta, Internet portal RTS–a, ali i novinari svetskih servisa poput BBC i AFP. Među novinarima koji su se priključili

ovom odgovoru našlo se i nekoliko primera onih koji nisu tako visoko vrednovali medijske slobode u svojoj redakciji poput Blica i Tanjuga, Portala Mondo, RTV-a i Večernjih novosti.

Da bi se stvorila što jasnija slika, i da bi se izbeglo bilo kakvo namerno ustanovljavanje pravilosti u odgovoru da novinar prenosi stavove građana sa Tvitera jer ih smatra legitimnim izvorom informacija, trebalo bi dodati i grupu onih novinara koji su se izjasnili da na ovoj društvenoj mreži nalaze teme o kojima kasnije izveštavaju. Ova dva odgovora pokazatelj su direktne upotrebe Tvitera u procesu izveštavanja iako drugi deo uključuje i reklo bi se određenu membranu kada su u pitanju takve informacije, naročito informacije dobijene od građana. U drugu grupu, u koju spada 20 ispitanika, što je 16,2 odsto od svih ispitivanih, spadaju novinari iz najrazličitijih redakcija, pa se pravilnost bilo po mestu izlaženja ili emitovanja, bilo po sadržaju, po vlasništvu ili tipu redakcije ne može jasno ustanoviti.

Možda bi jasnija slika i očiglednija pravilnost mogla da se uspostavi među onima koji uopšte ne koriste ovakav tip informisanja u svom izveštavanju, a takvih je 17,7 %, odnosno 22 ispitanika. Reč je o tradicionalnim, u pojedinim slučajevima hermetičnim redakcijama i njihovim ograncima – redakciji Večernjih novosti, RTS sa dopisništvima, Politici, ali i lokalnim stanicama poput Radija Lune iz Užica, vršačkog gradskog portala ili televizije Banat.

I prilikom ove analize treba naglasiti da postoje pojedini primeri redakcija u kojima novinari zastupaju granične stavove, ali dijametralno suprotne u okviru iste redakcije. Takve su redakcije RTS-a, RTV-a, Danasa, Večernjih novosti. Ta pojava mogla bi da ukaze na to da upotreba društvenih mreža jeste lična, donekle volontaristička, ali omeđena kontekstom i vrstom redakcije u smislu da najveći broj redakcija neguje određeni obrazac ponašanja iako on često nije normiran. U takvom sistemu, ali i u sistemu velikih strukturnih diskrepanci, koje se odnose na godine i staž novinara, poziciju u redakciji i vrstu posla kojom se bavi, dolazi se do ove vrste razlika, iako se grubo mogu ustanoviti određene pravilnosti koje se nikako ne smeju posmatrati kao kalupi ili modeli za određeno ponašanje.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tabela 20 Namena Tvitera: Ako objavljujem "postove" na Tviteru, tu društvenu mrežu koristim za

Privatne potrebe	21	24,10%
Posao	11	12,60%
I za private potrebe i za posao	55	63,30%

Najčešći broj novinara koji koristi Tviter, prema ovom uzorku, Tviter koristi i za privatne potrebe i za posao – 63,3% onih koji su odgovorili na dato pitanje. U ovom uzorku, već je uočena trećina koja se izjašnjava da ne koristi ovu društvenu mrežu, iako taj postotak varira od pitanja do pitanja, što znači da se pojedini ispitanici izjašnjavaju o pitanjima u vezi sa Tviterom iako nisu konzumenti. Ovu društvenu mrežu isključivo za posao koristi mali broj ispitanika – tek svaki osmi, odnosno 12,6%.

Tabela 21 Identitet novinara: Kada koristite Tviter za privatne potrebe, Vaše korisničko ime jasno ukazuje na to ko ste i čime se bavite?

Pišem pod punim imenom i prezimenom, a navedeno je gde sam zaposlena/a	67	79,80%
Pišem pod pseudonimom, iako je navedeno gde radim	4	4,80%
Pišem anonimno, niti je navedeno gde sam zaposlen/a	13	15,40%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Kada je u pitanju “identitet” novinara odnosno očiglednost onoga što reprezentuju kada govorimo o njihovoj medijskoj kući, odgovori na pitanje u tabeli ukazuju da apsolutna većina novinara, 79,8% njih piše pod sopstvenim imenom i prezimenom, uz mogućnost da uz njihovo ime bude navedeno gde su zaposleni. Pri svakom novom pitanju trebalo bi korigovati parametre i naglasiti da je sa specijalizacijom pitanja nužna eliminacija određenog broja učesnika ankete (ranije je objašnjeno zbog čega), stoga je ovom odgovoru pristupilo 84 ispitanika.

Jasno je da ova društvena mreža dozvoljava da se njeni korisnici obraćaju auditorijumu i pod pseudonimom (bilo da stoji gde su zaposleni ili ne) – i to čini svaki peti ispitanik ovog istraživanja (20,6%), dok je 15,4% onih koji pišu anonimno i nije navedeno gde su zaposleni. Najmanji je broj (4,8%) onih koji pišu pod pseudonimom koji su izabrali, iako je na njihovom Tviter profilu navedeno gde rade.

Posmatrajući korelaciju privatnih stavova novinara i stavova medijske kuće u kojoj rade, najveći broj ispitanika (odnosi se na naredno pitanje na koje je odgovorilo 87 anketiranih, videti tabelu ispod), ukupno je 90,7 % onih koji objavljuju privatne postove na neki način imaju obzira i dužnu pažnju prema tome kako će se dati sadržaj odraziti na njihovu medijsku kuću. Ipak, najveći broj njih, 67,8% ističe da vodi računa o sadržaju koji objavljuje, ali da “time nisu opterećeni”. Svaki deseti anketirani izjavljuje da ne vidi takvu vrstu korelacije, stoga ne vodi računa o tome da li će se i kako sadržaj odraziti na medijsku kuću u kojoj radi.

Sa naročitom pažnjom, prema kojoj novinari uvek vode računa o tome kakav sadržaj objavljuju u odnosu na medijsku kuću u kojoj rade ophodi se 22,9 % ispitanika u ovom uzorku, dok 67,8% ispitanika uzorka vodi računa šta objavljuje, ali “nije time opterećeno”.

Tabela 22 Odgovornost novinara: Kada objavljujete privatne “postove”, vodite li računa o tome kako bi se oni mogli odraziti na vaš posao?

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Da, uvek	20	22,90%
Vodim računa šta objavljujem, ali nisam time opterećen/a	59	67,80%
Ne, nikad	8	9,30%

Istovremeno, najveći broj onih koji ne objavljuje lične tvitove već “samo posmatra” odnosno na neki način prati raspravu na Tviteru to ne čini iz “obzira” ili straha prema medijskoj kući u kojoj radi, nego zato što je ispitaniku, prema njihovim izjavama, objavljivanje ličnih stavova najčešće dosadno. I u odgovoru na ovo pitanje neophodno je korigovati parametre – odgovoru su pristupila 64 ispitanika koja pripadaju ovoj grupi. Prema toj računici, 56,25 % onih koji ne objavljuju tvitove već samo posmatraju to čine jer im je “tvitovanje dosadno”, dok 26,5% to čini jer takvo ophođenje utiče na percepciju njihove novinarske objektivnosti. Gotovo da je izjednačen broj onih koji ne objavljuju tvitove iz dva “granična” razloga – jer bi mogli da ugroze medijsku kuću u kojoj rade (9,4%) ili jer “nikoga ne zanima šta mislim” (7,8%).

Tabela 23 Odgovornost novinara: Ako ne objavljujete “tvitove”, već samo posmatrate, zbog čega to radite?

Jer smatram da bi objavljivanjem ličnih “tvitova” mogao/la da dovedem u pitanje svoj posao	6	9,40%
Jer smatram da nije profesionalno, utiče na percepciju moje objektivnosti	17	26,50%
Jer smatram da nikoga ne zanima šta mislim	5	7,80%
Jer mi je “tvitovanje” dosadno	36	56,30%

5.1.5. Odnos prema informacijama dobijenim sa društvenoj mreži Tviter

U narednim segmentima rada nastojaće se da se svedu rezultati odgovora, odnosno da se detektuje koji su to sve načini na koji novinari koriste informacije dobijene sa Tvitera. U prvoj navedenoj tabeli, odnosno u prvom odgovoru, težnja je da se detektuje tip izvora informacija među korisnicima u tviter–zajednici. Namera istraživača je da se ustanovi da li je izvor na Tviteru neko ko je prepoznat kao tradicionalni izvor informisanja (medijska ličnost, odnosno institucija), a njegovo funkcionisanje je izmešteno na teren novih medija, ili je zaista reč o apsolutnom uključivanju građana, anonimnih participanata u proces novinarskog izveštavanja.

Odgovoru na pitanje na koji način ispitanici koriste informacije koje su našli na Tviteru pristupilo je 99 ispitanika. Iako je broj onih koji ne koriste tu društvenu mrežu u ovom uzorku oko 30 (precizni podaci navedeni su u jednom od odgovora, ali i oni su varirali iz odgovora u odgovor), autorku iznenađuje podatak da su pojedini ispitanici uprkos neučestvovanju pristupali odgovoru na određena pitanja.

Tabela 24 Upotreba informacija: Na koji način koristite informacije koje ste našli na Tviteru?

Uzimam ih u obzir samo ako ih je objavio neko ko je prepoznat kao medijska ličnost	13	13,1%
Uzimam ih u obzir samo ako su stav zvanične institucije	18	18,2%
Uzimam ih u obzir ako su stigle od bilo kog građanina	3	3%
Uzimam u obzir informacije koje su stigle i od građana i od medijskih ličnosti	39	39,4%

Uzimam u obzir ako je u pitanju vest, ko god da je plasirao	26	26,3%
--	----	-------

Gotovo svaki treći ispitanik (31,3%) Tviter posmatra kao novi vid tradicionalnog načina informisanja, pa informacije sa Tvitera prenosi isključivo ako je reč o medijskoj ličnosti (u 13,1% slučajeva) ili instituciji (18,2%). Sa druge strane, tek 3 odsto novinara preuzelo bi informaciju sa Tvitera koju je prethodno objavio “bilo koji građanin”, anonimni participant. O proverama takvih informacija biće reči kasnije. Za najveći broj ispitanika, gotovo 40 %, informacija sa Tvitera je prihvatljiva bilo da je stigla od medijske ličnosti ili od građanina, a svaki četvrti ispitanik (26,26%) ne pravi tu vrstu razlike u smislu da mu je nebitno ko plasira informaciju, važno mu je da ta informacija nosi u sebi vest. U zbiru, 65,6% je onih novinara koji Tviter posmatraju tako da im nije prioritet da izvor bude prepoznat kao izvor u tradicionalnom načinu informisanja (da ne postoji podela na medijsku ličnost i anonimnog građanina), nego da je u pitanju neka vrsta sadržaja koja je primamljiva auditorijumu ili je na neki način novinarski opravdana. Na tom tragu analiziraće se dalje koje su to opcije kada se prenose stavovi građana, aktivnih participanata, odnosno da li su to samo dve opcije – kada je reč o breaking news situacijama u kojima ne postoji nijedan drugi izvor informacija ili je reč o situacijama kada novinarstvo nije ispunilo očekivanja publike i umesto da samostalno traži odgovore na aktuelna pitanja prepušta građanima da se vode istom misijom.

Ovde ne treba zanemariti činjenicu da mnoge medijske ličnosti uključujući i nosioce važnih državnih funkcija koriste Tviter kao najbrži kanal komunikacije širokog opsega. Međutim, jedna od teza ovog istraživanja je da je u tom smislu reč o klasičnom načinu informisanja, po modelima koje tradicionalno novinarstvo poznaje i u tom smislu novi medij, iako je doneo nove mogućnosti, nije suštinski izmenio način komunikacije. U narednom segmentu istraživanja novinari su zamoljeni da definišu i vrednuju upotrebu Tvitera iz jednog od pet grupa razloga – radi:

1. saznavanja vesti,
2. saznavanja stavova građana,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

3. saznavanja stavova etabliranih sagovornika i medijskih ličnosti,
4. saznavanja konteksta i uvida u debatu o nekoj pojavi,
5. dobijanja informacija koje se ne mogu dobiti na drugi način.

Jasno je da se neke od ovih stavki prepliću u zavisnosti od vrste događaja, pa stoga saznavanje vesti u breaking news situacijama može da se analizira i kao dobijanje informacija koje se ne mogu dobiti na drugi način, ali će se za potrebe prvog dela istraživanja koristiti ova podela, da bi se kasnije pristupilo komparativnoj analizi datih odgovora.

Na pitanje da se definišu prema upotrebi Tvitera za saznavanje vesti svaki drugi ispitanik istakao je da je to važan razlog (56,6%), dok je svaki peti visoko vrednovao ovaj vid dolaska do informacija i saznavanja vesti istakavši da je saznavanje vesti ključni razlog za upotrebu Tvitera u novinarskom pozivu. Nešto manje ih je koji smatraju da to nije sasvim važan razlog (17,2%), dok 5,7 % ispitanika smatra da saznavanje vesti nije razlog zašto kao novinari koriste Tviter.

U zbiru 77% ispitanika pozitivno vrednuje Tviter kao način za saznavanje vesti, bilo da to granično stepenuju kao ključni razlog ili nešto umerenije, kao važan razlog.

Tabela 25 Izvor za saznavanje vesti: Prema Vašem mišljenju, Tviter novinarima služi za saznavanje vesti...

Ključni razlog	25	20,5%
Važan razlog	69	56,6%
Ne baš važan razlog	21	17,2%
To nije razlog	7	5,7%

U poređenju sa prethodnom računicom, duplo manje je onih novinara kojima je Tviter ključni razlog za saznavanje stavova građana (10,7%), neznatno je manje onih kojima je to važan razlog (53,2%), ali je porastao broj onih kojima to nije razlog (21,3%) i,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

iako govorimo o malim brojkama, 2,5 puta je porastao broj onih kojima to nije razlog zbog kojeg koriste Tviter.

Tabela 26 Izvor za saznavanje stavova: Prema Vašem mišljenju, Tviter novinarima služi sa saznavanje stavova građana...

Ključni razlog	13	10.70%
Važan razlog	65	53.20%
Ne baš važan razlog	26	21.30%
To nije razlog	18	14.80%

Ipak, ne treba izgubiti iz vida da su i prilikom ovog odgovora novinari visoko vrednovali stavove dobijene od građana jer u zbiru 64% njih pozitivno vrednuje Tviter kao način za saznavanje stavova građana. Iako je to za 13% manje od onoga kako su vrednovane vesti, taj podatak ne treba da iznenađuje imajući u vidu da je vest osnov novinarskog izražavanja i roba kojom novinar raspolaže ili kojom trguje, dok su stavovi građana sporedni na toj listi prioriteta. Stoga se i ovaj procenat procenjuje kao visok.

Tabela 27 Izvor za saznavanje stavova: Prema Vašem mišljenju, Tviter novinarima služi sa saznavanje etabliranih sagovornika i medijskih ličnosti

Ključni razlog	29	23,6%
Važan razlog	76	61,8%
Ne baš važan razlog	14	11,3%
To nije razlog	4	3,3%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

U segmentu u kome je trebalo da se odrede prema Tviteru kao načinu za saznavanje stavova etabliranih sagovornika i medijskih ličnosti, očigledno se izdvaja dominantna crta tradicionalnog novinarstva, gde je taj razlog pozitivno vrednovalo u zbiru 85,4% ispitanika. Od toga, gotovo svaki četvrti (23,6%) smatra da je to ključni razlog, dok 61,8% njih navodi da je reč o veoma važnom razlogu. Dakle, u poređenju sa prethodnim segmentima, saznavanje stavova medijskih ličnosti, odlika tradicionalnog novinarstva posredstvom novog medija, najviše je vrednovana na listi razloga zbog kojih novinari koriste Tviter. Važno je istaći da je tek 3,3% ispitanika odgovorilo da ta funkcija Tvitera nije važan razlog zbog kojeg novinari koriste tu društvenu mrežu.

Ovaj segment istraživanja naročito je značajan ukoliko se tumači iz ugla teoretičara koji smatraju da će novi vid aktivizma građana “osloboditi novinarsku profesiju”. To bi značilo da se prioritet daje tradicionalnim izvorima informisanja koji su trenutno prisutni na drugom mediju i koji tim putem komuniciraju sa javnošću. Novinar je, tradicionalno, u tom sistemu transmitter informacija i onaj ko ih vrednuje i ko, između ostalog, vrši selekciju za tradicionalne medije u kojima bi te informacije mogle da budu plasirane.

Mesto gde bi mogla da se očita direktnija uloga publike (građana) u procesu izveštavanja je ono na kome se novinar upoznaje sa različitim debatama i novim kontekstom u koji je moguće smestiti neku društvenu pojavu. Ono što su nekada bila pisma čitalaca, uključivanje u program, sada može da bude direktno pitanje postavljeno novinaru ili direktna debata o aktuelnom događaju koja okuplja sve one koji žele da postanu participanti. Za slučaj da je debata relevantna, ovde se, moguće, najočitije primećuje *korektivna* uloga društvenih mreža, gde novinar možda može i da menja sopstvene stavove ili preispita aspekte svoje priče prema onome što je dominantno ili autentično u tviter-zajednici i to samo upisivanjem ključne reči koja povezuje događaj i debatu. Mnogo je primera, a to će pokazati i kasnija analiza, u kojima su se određene teme od ekstremnog značaja za društvenu zajednicu pojavljivale najpre na društvenim mrežama, o njima su vođene debate, mnoštvo sagovornika nikada nije uspelo da uđe u javni prostor, a bili su pozvanii relevantni učesnici debate, prema kriterijumima koje postavlja tradicionalno novinarstvo.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Međutim, ispostavlja se da iako novinari u zbiru visoko vrednuju to da im Tviter može poslužiti za sagledavanje konteksta i debate o nekoj pojavi (ukupno 67,2% ispitanika), svaki treći ispitanik ove ankete (32,8%) smatra da to nije važan ili uopšte nije razlog zbog kojeg novinari koriste Tviter. Najjednostavnijom komparacijom uočljivo je da su ovi odgovori najbliži onima koje novinari imaju o upotrebi stavova običnih građana koji su plasirani na Tviteru.

Tabela 28 Okvir za kontekstualizaciju: Prema Vašem mišljenju Tviter novinarima služi za sagledavanje konteksta i debate o nekoj pojavi

Ključni razlog	14	11,5%
Važan razlog	68	55,7%
Ne baš važan razlog	27	22,1%
To nije razlog	13	10,7%

Ujednačeni su stavovi o Tviteru kao metodu za dobijanje informacija koje se ne mogu dobiti na drugi način – novinari umereno vrednuju ovu karakteristiku Tvitera iako su u teoriji gotovo prva asocijacija na Tviter – *breaking news* situacije.

U zbiru, tu funkciju visoko vrednuje 71% ispitanika, i to je za gotovo svakog petog ključni razlog za korišćenje Tvitera (19,4%), dok je za svakog drugog ispitanika to važan razlog (51,5%).

Tabela 29 Tviter kao izvor informacija: Prema Vašem mišljenju Tviter novinarima služi za dobijanje pojedinih informacija koje ne mogu dobiti na drugi način:

Ključni razlog	24	19,4%
Važan razlog	64	51,5%
Ne baš važan razlog	24	19,4%
To nije razlog	12	9,7%

Ako se analizira odnos prema izvoru, u narednom segmentu pitanja upečatljiva je slika koja ne odgovara sasvim kontinuitetu pređašnjih odgovora. U prethodnom segment

istraživanja novinari nisu najviše vrednovali situaciju u kojoj se vodi rasprava na Tviteru, niti je takva interpretativna funkcija Tvitera bila najviše rangirana među pet ponuđenih. Kontekstualnost događaja, koju bi eventualno mogla da donese debata na Tviteru nije bila prioritet u odgovorima novinara. Međutim, kada su u novom segmentu ankete upitani da uporede važnost rasprave na Tviteru, odnosno kontekst i važnost vesti na Tviteru što je njegova informativna funkcija, ispostavlja se da se novinari češće odlučuju za prvu opciju. Tako je 46,7% ispitanika izjavilo da stavove građana koji u javnosti nisu prepoznati kao medijske ličnosti uzima u obzir svakodnevno jer je “važno da se ustanovi šta o datoj temi misli zajednica na društvenim mrežama”, dok je 39,6% njih reklo da takve informacije uzima u obzir “kada su u pitanju vanredne situacije i kada nemaju drugi izbor”. Svaki sedmi ispitanik ne uzima u obzir stavove plasirane na Tviteru jer ih smatra potpuno irelevantnim.

U ovom segmentu treba imati u vidu da su novinari manje vrednovali informacije dobijene od građana, nego informacije dobijene od medijskih ličnosti. Međutim, ako se ima u vidu da građani najčešće “izveštavaju” o nekom događaju kada su njegovi očevici, kada ne postoji drugi izvor informacija ili kada tradicionalni novinari nisu sasvim ispunili očekivanja publike, a da stavove mogu iznositi svakodnevno o brojnim temama kojima bi eventualno mogli da se bave, jasno je zašto i ovaj odgovor ispitanika privlači posebnu pažnju istraživača. Novinar, po ovoj anketi, češće razmišlja o raspravi koju građani vode i u tom kontekstu “uzima u obzir” stavove koji su plasirali građani nego što to čini sa informacijom koju su oni poslali.

Ovoj analizi eventualno bi se moglo dodati i to da su vanredne situacije i one u kojima novinar nema pristup događaju ređe nego one u kojima postoji rasprava na Tviteru o određenoj temi, pa novinari nisu nužno imali na umu takvu vrstu situacije koja bi im bila asocijacija tokom davanja odgovora na pitanja iz upitnika. A ipak, upitnik je rađen u decembru 2015.godine, a u godini koja je pretekla u Srbiji je bilo nekoliko vanrednih situacija u kojima su novinari imali priliku da koriste građane kao izvor. Stoga, opravdanost i relevantnost ovih odgovora može se tumačiti i u svetlu ekskluziviteta i rariteta koje diktiraju vanredne situacije, a budući da je više novinara imalo priliku da posvedoči

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

raspravi o temi o kojoj piše nego da svedoči situaciji u kojoj nema pristup i u kojoj je građanin bio jedini izvor, može se reći da je odgovor u tabeli ispod očekivanja istraživača. Pretpostavka je i da je odgovore prema kojima je 13,7% ispitanika koji koriste Tviter reklo da “ne uzima u obzir te podatke”, takođe cifra koja bi mogla da varira, stoga ovaj odnos “snaga” možda i nije hirurški precizna slika stanja u novinarskoj profesiji – ako je korektivna uloga Tvitera dominantna, onda se može reći da ona nije lako uočljiva u izveštajima niti novinari priznaju da se u svom izveštavanju nužno vode stavovima građana i njihovim očekivanjima što će takođe biti obrađeno u drugim odgovorima i posebnim segmentima ove analize.

Tabela 30 Upotreba izvora informacija: Informacije koje su objavili građani (oni koji nisu u medijima prepoznati kao medijske ličnosti):

Uzimam u obzir samo kada su u pitanju vanredne situacije i kada nemam drugi izbor	38	39,6%
Uzimam u obzir svakodnevno, jer mi je važno da vidim šta o datoj temi misli zajednica na društvenim mrežama	45	46,7%
Ne uzimam u obzir jer ih smatram potpuno irelevantnim	13	13,7%

Ipak, i sa ovim saznanjem apsolutna većina novinara, čak 76,8% njih prenelo je u svoj medij informaciju dobijenu sa društvenih mreža. Od toga je 7% ispitanika istaklo da to čini često, dok je 69,8% njih odgovorilo da su imali takvu situaciju.

Tabela 31 Plasman informacija sa Tvitera: Da li ste nekada u svom poslu preneli informaciju sa društvenih mreža?

Da, često to činim	9	7%
Da	90	69,80%
Ne, nikada	30	23,30%

Među onih 7% koji navode da često prenose informaciju sa Tvitera uglavnom spadaju novinari redakcija koje su se i u prvom pitanju deklarirale kao redakcije visoke slobode izveštavanja – Južne vesti, Nedeljnik, Cenezolovka. Međutim, i tu postoje izuzeci poput Monda, Blica, Večernjih novosti. Interesantno je takođe da postoje redakcije čiji su se novinari izjasnili kao participanti u oba ova granična slučaja – da često prenose informacije sa Tvitera, dok su se druge kolege iz iste redakcije izjasnile da nikada ne prenose stavove sa Tvitera. Istraživač je uočio jedan primer takvog novinarskog “para” iz časopisa Nedeljnik i iz RTS–a.

Sa druge strane, 23,3% ispitanika reklo je da nikada nije prenelo informaciju sa društvenih mreža. Trećina od ukupnog broja ispitanika koji nikada nisu preneli informaciju sa Tvitera su novinari RTS–a, slede ih novinari Danasa iako u duplo manjem procentu, dok su preostali sa ove liste disperzovani po redakcijama. Takvu informaciju nikada nisu preneli ni novinari svetskih servisa poput BBC–ja i Deutsche Welle–a koji su učestvovali u ovom istraživanju.

5.1.6. Upitnik – pregled rezultata

Najveći broj anketiranih novinara koji čine uzorak su profesionalci koji u profesiji rade do 20 godina (81,5%). To ukazuje na činjenicu da se društvene mreže najčešće vezuju za mlađu generaciju novinara, onu koja je bila spremnija da odgovori na pitanja iz upitnika. Obrazovna struktura novinara u datom uzorku je takođe značajna, jer pokazuje visok nivo obrazovanja kod novinara koji su pristupili istraživanju, odnosno kod novinara koji koriste Tviter kao društvenu mrežu. Fakultetsku diplomu ima svaki drugi ispitanik (54 odsto), a

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

postdiplomske studije pohađa ili je pohađalo (bilo da je reč o master ili doktorskim studijama) gotovo svaki peti ispitanik (19,4%). Svi ispitanici u radu koriste kompjuter, a društvene mreže redovno koristi 84 % ispitanika.

Novinari nemaju pozitivan stav o medijskim slobodama u zemlji u kojoj rade, odnosno njihova percepcija novinarskih sloboda je negativna. Na pitanje kako ocenjuju novinarske slobode u Srbiji, najveći broj novinara dao je ocenu 3. U zbiru, na skali od 1 do 10 gotovo osamdeset odsto ispitanika (79,7%) u ovoj anketi medijske slobode ocenjuje ocenama do 5. Podatak koji percepciju medijskih sloboda čini konfužnijom, a time i indikativnom jeste da najveći broj novinara slobode u sopstvenoj medijskoj kući vrednuje visoko – to znači da novinari ili ne percipiraju ili teško priznaju da je okruženje u kojem rade na određeni način reprezent medijskog sistema Srbije. Iako je reč o uzorku od 44 redakcije, u kojima ima onih gde su medijske slobode povoljnije nego što je generalna slika u Srbiji (imajući u vidu vlasničku strukturu, uređivačku politiku, zavisnost od državnog ili pojedinačnog privatnog novca, vlasništva koji odgovara partijskim interesima, temama kojima se bave i istraživačkim novinarstvom), bilo bi nerealno očekivati da je sloboda u svim redakcijama očiglednija od slobode na medijskoj sceni. Imajući sve te faktore u vidu, situacija je gotovo obrnuta – 73,5% ispitanika novinarske slobode u sopstvenoj redakciji ocenjuje na skali od 5–10, što je gotovo krajnje suprotno od pređašnje analize gde je 79,7% ispitanika ocenilo medijsku sliku Srbije ocenama između 1 i 5. Tako percepciju najvećeg jaza između sloboda na medijskog sceni u Srbiji i sloboda u sopstvenoj redakciji beleže novinari televizije N1, Nedeljnika i Južnih vesti, ocenjujući novinarske slobode u redakciji ocenom 9–10, a u Srbiji sa 3–4. Najmanja odstupanja u percepciji redakcijske slobode i slobode u medijima u Srbiji postoji kod novinara Radio–televizije Srbije, pri čemu se razlikuju novinari televizije gde je najveći broj televizijskih novinara istom ocenom (u proseku peticom) vrednovao slobode u njihovoj medijskoj kući i na srpskoj medijskoj sceni. Radijski novinari Javnog servisa istom ocenom vrednuju stanje novinarskih sloboda u Srbiji (peticom), dok je percepcija sloboda u redakciji značajno viša (između 8 i 9). Jedini ispitanici koji su stanje u medijskim kućama u kojima rade vrednovali niže nego stanje medija u Srbiji su ispitanici lista Informer i televizije Pink, koji se, iako privatni, percipiraju

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

i predstavljaju kao provladini mediji. Komparativnu analizu medijskih scena u Srbiji i u drugim zemljama u mikroprostoru omogućava odgovor koji su dali novinari koji rade za svetske medijske servise (Deutsche Welle, Independent, BBC, AFP), a koji su medijske slobode u Srbiji rangirali ocenom tri, a gotovo jednoglasno su stanje u svojim medijskim kućama vrednovali ocenama između 8 i 9.

Pozitivan stav prema Tviteru ima 76% ispitanika (28,7% ima veoma pozitivan, dok 47,3% uglavnom pozitivan), a prema Fejsbuku 81% ispitanika (15,1% ima veoma pozitivan, dok 65,9% njih ima uglavnom pozitivan). Ipak, iako profesionalno podobniji, Tviter je u životima novinara daleko manje prisutan od Fejsbuka: 62,8% novinara izjasnilo se da je aktivnije na Fejbuku, dok je 9,3% novinara aktivnije na Tviteru. Tviter se, bilo u poslovnim ili privatnim aktivnostima koristi ili predano i pasionirano ili nikako – od onih koji koriste tu društvenu mrežu čak 43,4% koriste je bar jednom u toku dana. Visok procenat od 90,4% ispitanika smatra da je ova društvena mreža na neki način korisna u novinarskom poslu (pitanje je dovoljno otvoreno da ne prejudicira da li je reč o ličnoj promociji, preuzimanju informacija ili nekom drugom vidu aktivizma), ali joj najveći broj njih pridaje određeni stepen relativiteta – stoga se 61,6% ispitanika izjasnilo da je Tviter koristan “u određenoj meri”. Najveći broj ispitanika (43,7%) Tviter koristi tako što objavljuje lične tvitove i prati šta drugi objavljuju, dok 7,9% njih tvituje samo u cilju promocije svog posla. Kada je reč o upotrebi Tvitera u novinarskom poslu, gotovo trećina ispitanika (32,5%) aktivno koristi Tviter prateći pojave ali tako da to, kako ističu, “ni na koji način ne utiče na izveštavanje, a ukoliko iznose svoje lične stavove oni su “potpuno odvojeni od izveštavanja”. Svaki šesti ispitanik koristi Tviter samo kada smatra da je debata o temi kojom se bavi dovoljno atraktivna da se tiče njihovog posla, što se može posmatrati kao određena korektivna funkcija društvenih mreža gde novinar proverava svoje stavove u odnosu na puls određene zajednice ili teži diverzitetu gledišta o određenoj temi.

Generalno, pozitivan stav (veoma pozitivan i uglavnom pozitivan) prema Tviteru u zbiru imaju novinari štampe (82,9%), zatim televizije (73,1%), agencija (72,8%), portala (68,7%) i na začelju radija (60%). Veoma pozitivan stav ima svaki treći novinar štampe, odnosno svaki četvrti novinar televizije. Kada je reč o agencijama, značajno je više onih

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

koji imaju veoma pozitivan stav (36,4%), ali za razliku od prethodnih medija, postoje i oni koji imaju “veoma negativan” stav (9,1%). Portali su takođe odraz polarnosti – među novinarima internet portala najviše je onih koji imaju granični pozitivan stav, 37,5%, ali je i najviše onih koji imaju negativan (uglavnom negativan, ili veoma negativan) odnos prema ovoj društvenoj mreži i to je svaki četvrti ispitanik (25%). U zbiru najmanji broj novinara radija ima pozitivan stav prema Tviteru (njih 60%), ali je zato najviše onih koji u zbiru imaju negativan stav, bilo da je “uglavnom negativan” ili “veoma negativan” (30%).

Ako se posmatraju granične vrednosti, veoma pozitivan stav imaju redom, i počev od najvišeg rezultata, novinari portala, agencija, štampe, televizije i radija, a negativan stav (računa se “uglavnom negativan” budući da su u grupi “veoma negativan” odgovore dali novinari samo dva medija) imaju novinari: portala, radija, televizije, štampe, dok agencijski novinari nisu mapirali odgovor u ovoj grupi. Zato su pojedini agencijski novinari i radio novinari stav pozicionirali u grupi “veoma negativnog” .

Najčešći broj novinara Tviter koristi i za privatne potrebe i za posao – 62,5%, a isključivo za posao koristi ga mali broj ispitanika – tek svaki osmi, odnosno 12,5%. Kada je u pitanju “identitet” novinara apsolutna većina medijskih poslenika, 79,8%, piše pod sopstvenim imenom i prezimenom, uz mogućnost da uz njihovo ime bude navedeno gde su zaposleni. Posmatrajući korelaciju njihovih privatnih stavova i stavova medijske kuće u kojoj rade, najveći broj ispitanika ukupno, 90,7 % onih koji objavljuju privatne postove na neki način imaju obzira i dužnu pažnju prema tome kako će se dati sadržaj odraziti na njihovu medijsku kuću. Ipak, najveći broj njih, 67,8% ističe da vodi računa o sadržaju koji objavljuje, ali da “time nisu opterećeni”. Svaki deseti ne vidi takvu vrstu korelacije, stoga ne vodi računa o tome da li će se i kako sadržaj odraziti na medijsku kuću u kojoj radi. Među novinarima koji na Tviteru imaju neku vrstu pasivne participacije, odnosno oni koji ne tvituju nego samo prate aktivnosti drugih, prema rezultatima istraživanja, u najvećem broju slučajeva ne čine iz straha zbog svoje pozicije i pozicije svoje medijske kuće nego zato što takvo ponašanje ne smatraju privlačnim i interesantnim: tako 56,25 % onih koji ne objavljuju tvitove nego samo posmatraju to čine jer im je “tvitovanje dosadno”, dok gotovo svaki četvrti (26,5%) takvo ponašanje opravdava činjenicom da bi tvitovanje uticalo na

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

percepciju njihove novinarske objektivnosti. Svaki deseti anketirani isključivo brine o poziciji svoje medijske kuće (9,4%), a svaki dvanaesti ispitanik (7,8%) smatra da “nikoga ne zanima šta misli o određenoj temi”.

Kada se govori o Tviteru kao izvoru informisanja, konkretno o građanima na Tviteru, subjektima koji nisu prepoznati kao medijske ličnosti, može se uočiti da 12,9% ispitanika smatra da su građani legitiman i pouzdan izvor informacija i uglavnom je reč o novinarima koji su visoko vrednovali stepen slobode u okviru svoje medijske kuće. Ovde treba imati na umu i grupu od 16,1% novinara koji tvrde da na ovoj društvenoj mreži nalaze teme o kojima kasnije izveštavaju, ali nije precizirano da li one uvek dolaze od običnog građanina i u tom smislu nije moguće ustanoviti pravilnost u tipu redakcije koji koristi takav vid izveštavanja, bilo geografske, bilo po sadržaju, vlasništvu ili tipu redakcije ne može se jasno ustanoviti. Sa druge strane, 17,7% ispitanika ne koriste ovakav tip informisanja u svom izveštavanju i uglavnom je reč o tradicionalnim, u pojedinim slučajevima hermetičnim redakcijama i njihovim ograncima.

U daljem istraživanju pokazalo se da je za najveći broj ispitanika informacija sa Tvitera prihvatljiva bilo da je stigla od medijske ličnosti ili od građanina – u zbiru 65% je onih koji Tviter posmatraju tako da im nije prioritet da izvor bude prepoznat kao izvor u tradicionalnom načinu informisanja (da ne postoji podela na medijsku ličnost i anonimnog građanina), nego da je u pitanju neka vrsta sadržaja koja je primamljiva auditorijumu ili je na neki način novinarski opravdana.

Sa druge strane, gotovo svaki treći ispitanik (31,3%) Tviter posmatra kao novi vid tradicionalnog načina informisanja, pa informacije sa Tvitera prenosi isključivo ako je reč o medijskoj ličnosti (u 13,1% slučajeva) ili instituciji (18,2%).

Posmatrajući upotrebnu funkciju Tvitera u pet navedenih kategorija, potvrdiće se teza da se novinari, iako u modernom dobu, primarno služe principima tradicionalnog načina informisanja, pa Tviter najčešće koriste kao novi vid oglašavanja već etabliranih medijskih ličnosti i sagovornika koji su prepoznati u tradicionalnom novinarstvu. Dakle,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tviter se koristi kao platforma koja je brza i efikasna kada je reč o saznavanju stavova onih sagovornika i institucija koje bi novinari citirali ili navodili kao izvor u svakom drugom slučaju, pre nego saznavanje stavova građana. Ipak, imajući u vidu da je veliki broj novinara istakao da je važno da čuje stav građana, ne može se reći da je novi način komunikacije potpuno zanemaren, naprotiv, ali se prema podacima može konstatovati da novinari najmanje koriste tu funkciju Tvitera, iako je prema stavovima prvog talasa teoretičara koji tumače novi novi medij, ta funkcija društvenih mreža gotovo revolucionarna. Prema rezultatima dobijenim ovim upitnikom, a rangirano prema oceni korisnosti pojedinačne upotrebne funkcije od najvišeg ka najnižem procentu, Tviter je u zbiru “veoma koristan” ili “uglavnom koristan” radi sledećih svojstava:

1. saznavanje stavova etabliranih sagovornika i medijskih ličnosti (85,4% ispitanika),
2. saznavanje vesti (77% ispitanika),
3. dobijanje informacija koje se ne mogu dobiti na drugi način (71,1% ispitanika),
4. sagledavanje konteksta i debate o aktuelnoj pojavi (67,2%),
5. saznavanje stavova građana (64%).

Bilo koju funkciju Tvitera da najviše vrednuju, 76,8% anketiranih novinara prenelo je u svom poslu informaciju dobijenu sa društvenih mreža, od čega 7% njih navodi da često ima takvu praksu – uglavnom je reč o novinarima koji visoko vrednuju stepen novinarskih sloboda u svojim redakcijama, uz nekoliko izuzetaka. Sa druge strane, 23,3% ispitanika reklo je da nikada nije prenelo informaciju sa društvenih mreža. Trećina od ukupnog broja ispitanika koji nikada nisu preneli informaciju sa Tvitera su novinari RTS–a, slede ih novinari Danas–a iako u duplo manjem procentu, dok su preostali sa ove liste disperzovani po ostalim redakcijama.

5.2. Upotrebna funkcija Tvitera – analiza kroz primere

5.2.1. Funkcije građanskog novinarstva

U navođenju primera kada su informacije preuzete sa društvenih mreža, u ovom slučaju sa Tvitera i prenete u medije, u programe radija i televizije, na stranice štampe ili na veb portale, četiri su funkcije njihovih izvora prenetih sa društvenih mreža koje najčešće navode anketirani novinari, njihovi korisnici. Oni mogu biti:

1. očevidac, tj. ljudski primer, u vanrednim, kriznim situacijama;
2. vox populi, predstavnik određenog gledišta ili grupe gledišta;
3. etablirani sagovornik, stavovi institucija i medijskih ličnosti;
4. lokator, pretraživač tema o kojima se kasnije izveštava.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Iako su ove četiri funkcije navedene u korelaciji sa Tviterom, one sadrže značajne odlike tradicionalnog novinarstva koje se oličavaju u sličnim situacijama. Misli se prvenstveno na vanredne situacije u kojima ne postoji nijedan drugi izvor sem građanina očevica ili subjekta događaja koji je, novom medijskom platformom, dobio mogućnost da javno saopšti određenu informaciju. Za novinarstvo je ta mogućnost od nemejljivog značaja, ona ubrzava novinarski proces izveštavanja, olakšava ga, a građanima daje mogućnost da u bilo kojoj situaciji posvedoče o događajima u kojima su se našli, odnosno omogućava im direktnu participaciju u novom medijskom okruženju. Koliko će ta participacija biti dominantna, možda i revolucionarna, svedoče primeri Arapskog proleća i rata u Siriji. Upravo te situacije su i anketirani novinari najčešće navodili kao primere kada su koristili informacije sa društvenih mreža. Takvo svedočanstvo građana sa lica mesta iz krizne situacije ima interkontinentalni domet, neomeđeno je granicama, vremenom i prostorom. Tradicionalni novinar pristupom novoj platformi dobija mogućnost brzog i lakog komuniciranja, što je za novinarstvo u kome je faktor vremena sveden na minimum, neprocenjivo važno. Na tu funkciju naslanja se i ona naslovljena sa vox populi – što bi u tradicionalnom novinarstvu bio klasičan primer ankete. Anketa nije forma koja se koristi za sve novinarske teme, koristi se sporadično i periodično i odražava presek dominantnih, a suprotstavljenih stavova. Na isti način, ova funkcija Tvitera odražava tu funkciju tradicionalnog informisanja.

Anketirani novinari potvrđivali su i sve učestaliju praksu prenošenja sa društvenih mreža stavova zvaničnika, institucija, medijskih, u javnosti etabliranih ličnosti, što jeste jedna od dominantnih, tradicionalnih funkcija novinarstva. Nova platforma omogućila je brži prodor tradicionalnih sagovornika u medije, olakšala je komuniciranje i pospešila izražavanje stavova.

Četvrta vrlo važna funkcija novog novinarstva ukazuje na Tviter kao riznicu novih priča, kao lokator velikog broja tema o kojima se, uz proveru, kasnije izveštava u klasičnim medijima. To je suštinski, najočigledniji vid dvosmerne komunikacije kada nije samo reč o tome da ne postoji nijedan drugi izvor ili je situacija u svakom drugom smislu vanredna,

nego građani imaju mogućnost da ukažu na određenu temu, najčešće lokalnog karaktera, koja bi mogla da dobije medijsku pažnju.

Navođenje funkcija društvenih mreža u prenošenju informacija u klasične medije pokušaj je autorke da ih sistematizuje, grupiše i svrsta pri analizi odgovora novinarske struke na pitanja postavljena u upitniku. Ipak, jasno je i da je savremeno novinarstvo delatnost koja se tako brzo menja pa istraživač mora biti svestan činjenice da se ovako kompleksna i živa aktivnost ne može jednostavno omeđiti tabelama i grupama, što znači da se mnogi primeri koje su anketirani novinari navodili u odgovorima ne mogu uvek podvoditi pod jednu nego ih je moguće prepoznati u dve ponuđene, a nekad i u više funkcija novog novinarstva.

5.2.2. Od očevica do korektiva

Situacije u kojima su građani jedini izvori informacija, zato što su jedini bili prisutni na licu mesta ili zato što novinari nisu ispunili očekivanja, dominantne su kada se govori o ovoj društvenoj mreži, koja praktično postaje simbol za izveštavanje iz kriznih situacija. O tome su svedočili anketirani novinari navodeći sopstvene primere u kojima su, u takvim situacijama, koristili Tviter. Novinari iz raznih redakcija svedočili su u anketi da su vanredne situacije (breaking news) bile one u kojima su prenosili informacije sa Tvitera. Dominantna situacija koju su najčešće navodili novinari srpskih medija su majske poplave u Srbiji tokom 2014. godine¹², kada su delovi teritorije i pojedine grupe stanovništva bile fizički i komunikacijski odsečene, odnosno situacije u kojima novinari nisu mogli da dođu

¹² U poplavama koje su zadesile Balkan, a naročito Srbiju od 13. maja 2014. godine, najteže je bio pogođen Obrenovac gde je, prema procenama, 90% naselja bilo je potopljeno. Prema podacima Vlade Srbije od 29. maja 2014. godine, smrtno su stradale 24 osobe, a hiljade ljudi su evakuisane. U Obrenovcu se nalazi i najveća termoelektrana u Srbiji TE "Nikola Tesla" za koju se, takođe, strahovalo da će biti potopljena.

do sagovornika sa terena. Podsetićemo da tokom prva tri dana poplava novinari nisu mogli ni da uđu u poplavljeni Obrenovac koji je pretrpeo najveće štete i postao simbol stradanja. Bilo je i spekulacija, kao u svim kriznim situacijama, da novinari klasičnih medija iz određenih (političkih) razloga ne žele ili ne smeju da na pravi način izveštavaju građane o realnoj situaciji, što, prema svedočenju najvećeg broja novinara, nije bio slučaj. A društvene mreže su, sa druge strane, kako će se kasnije ispostaviti, bile preplavljene najrazličitijim, pa i preteranim, neutemeljenim svedočanstvima i informacijama o broju stradalih i slično. U tim slučajevima reagovao je i sud kaznivši one koji su ostavljali komentare uznemirujućeg i netačnog sadržaja, ali ne, koliko je poznato i medij na kojem su ti komentari plasirani, niti su do sada stigle presude za bilo koju naslovnicu koje su zasigurno dovele do širenja panike, a nisu uvek bile zasnovane na istinitim informacijama. Kao simboličan prilog toj tvdnji treba navesti i presudu tada devetnaestogodišnjem Petru Pešiću koji je komentarišući tekst pod nazivom “Do sada pronađeno 12 mrtvih u Obrenovcu” na (www.kurir-info.rs, 18.05.2014.) putem svog Fejsbuk naloga (Petar Pera Pešić) uputio poruku: ”Samo u prvom danu je bilo preko 300 ljudi, sada je mnogo veći broj, nažalost”) sporazumnim priznanjem krivice osuđen je na 10 meseci uslovno¹³. O datim situacijama govorićemo naročito u narednom delu, u dubinskim intervjuima sa urednicima.

Vesti, informacije, svedočanstva i ocene koje su se na društvenim mrežama pojavile tokom majskih poplava prenosili su svi mediji, ne samo oni koji se bave dnevnim novinarstvom i ne samo novinari iz regiona koji su ugroženi ovom elementarnom nepogodom. U tu grupu spadaju, prema svedočenju anketiranih novinara i urednika, novinari Južnih vesti, listova Danas i Alo, Blica, portala Mondo, televizije B92, Radija Luna (u kraju u kojem nije bilo poplava, ali su prenosili informacije iz drugih krajeva), ali i nedeljnika Vreme...U trci sa vremenom, društvene mreže imale su prednost, ali takav sadržaj niko nije mogao da kontroliše.

TV B92 *Prilikom poplava u Srbiji prenosio informacije sa lica mesta u područjima u kojima nije bilo medijske pokrivenosti.*

¹³ Sporazum o priznanju krivice, Petar Pešić, Više javno tužilaštvo u Beogradu, KT VTK br. 107/14, SK br. 104/14, 04.07.2014.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Iako o poplavama, kao o medijskoj i društvenoj pojavi, postoji konsenzus barem kada je reč o frekvenciji, a ne i o kvalitetu prenesenih informacija, u ovom upitniku novinari su svedočili i o drugim situacijama u kojima su društvene mreže bile dominantne. Primeri koje su navodili anketirani novinari:

Alo *Saobraćajna nezgoda, elementarna nepogoda bilo kog tipa.*

RTV MIR *Paljenje automobila u Kosovskoj Mitrovici. Vest sam videla na društvenoj mreži.*

Južne vesti *Informacija građana sa mesta događaja (udes, požar, koncert...) uz deo odgovora u kome se navodi: "Reakcije političkih i društvenih lidera, saopštenja" o čemu će biti reči u drugom delu.*

Mondo *Poplave u Srbiji, saobraćajne nezgode, koncerti.*

Independent *Poplave 2014. godine, protesti u Tuzli u zimu 2014.*

Javni servis je koristio informacije iz mesta iz kojih nije bilo moguće izveštavati, uprkos činjenici da javni servis ima razgranatu mrežu dopisništava širom Srbije. Po tom ključu, novinari i urednici tražili su pandane u svim globalnim situacijama, pa se ispostavilo da su i televizijski novinari i novinari Internet portala RTS-a naveli slične svetske događaje za vanredne situacije, pre nego neke lokalne događaje.

RTS *Rat u Siriji.*

Internet portal RTS-a *Praćenje krizne situacije u svetu.*

RTS *Teroristički napadi u Parizu – informacije ljudi koji su bili tamo.*

Pojedini novinari iskoristili su osobenost društvenih mreža, odnosno disperzivnost povezanu sa aktivizmom da tim putem pozovu na humanost i solidarnost sa onima kojima je pomoć u tom trenutku bila potrebna. Za određen broj ispitanika u ovoj anketi to je bila

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

jedna od ključnih funkcija društvenih mreža. Ta vrsta asocijativnosti vrlo je važna u poimanju karakteristika društvenih mreža u koordinaciji sa profesionalnim izveštavanjem.

NINAMEDIA *Akcije građana koje su nastale preko Tvitera, poplave.*

Večernje novosti *Uglavnom prenesem ako je nekome potrebna pomoć, recimo ako su u pitanju akcije za prikupljanje novca za lečenje.*

Pančevo.MojKraj *Više situacija vezanih za najavu nekog interesantnog događaja ili kada je poziv na humanost ili pomoć u pitanju, ali uvek uz saglasnost onog ko je objavio i eventualno dopunu.*

TV Banat *Informisanje o pokrenutoj akciji/najavljenom događaju.*

U ovom upitniku našli su se i odgovori koju ukazuju da su u pojedinim (bile vanredne, krizne situacije ili ne) situacijama bili važni i stavovi građana iz Tviter zajednice, kako bi novinari na neki način istakli značaj teme o kojoj izveštavaju. Ti odgovori, očigledno, izdvojili su se iz mase sličnih po svojoj osobenosti, važnosti, originalnosti, informativnosti i, naročito, po ličnom pečatu. Takvi “postovi” (uz “postove” medijskih ličnosti) nalaze se i kao stalne rubrike u štampanim izdanjima pojedinih novina i časopisa. Ipak, najčešće je reč o uskom krugu istih ličnosti koje su u aktuelnoj i još uvek ne prevelikoj Tviter–zajednici u Srbiji prepoznate kao “aktivni participanti”. Istraživač je težio, prvenstveno, da sazna koje su to situacije u kojima su novinari prenosili tvitove sa mreže u svom izveštavanju. Nije zanemarljiv podatak da su ovom delu ankete učestvovali novinari onih redakcija koji su u prethodnom delu istraživanja potvrdili da vrednuju stavove običnih građana i da ih rado uključuju u proces izveštavanja. U obe navedene redakcije (N1, Nedeljnik) novinari su vrlo visoko vrednovali i stepen novinarskih sloboda.

N1 *Objavljivao sam reakcije neetabliranih sagovornika kao reakcije na teroristički napad u Parizu.*

Nedeljnik *Svake nedelje prenosim stavove građana na aktuelne teme.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Pojedini mediji pojačali su na Tviteru svoju servisnu funkciju, pa tu društvenu mrežu koriste kako bi čuli stavove građana (funkcija vox populi), u ime kojih kasnije pitaju nadležne. Time su iskoristili dostupnost i otvorenost Tvitera da pojačaju moć i uticaj svojih novinarskih ingerencija (zadatak novinara i jeste da pitaju u ime građana, ne u svoje lično ime).

Pink *Kada je u pitanju mišljenje građana o nekom komunalnom problemu, pa ga prenesem kao stav nekih od građana ili kažem sagovorniku u programu kakav je stav ljudi na društvenim mrežama o tom pitanju kada postoji veći broj (ne)zadovoljnih ljudi.*

Telegraf *Najčešće je reč o statusima u kojima se građani žale na rad državnih institucija.*

Večernje novosti *Problemi građana koje su objavili na društvenim mrežama, kao i komentare medijskih ličnosti na određeni događaj.*

Ipak, češća je situacija da novinar prenese stav ili informaciju koju je plasirala osoba koja je u tradicionalnim medijima već prepoznata kao medijska ličnost. Na pitanje o tipu situacije u kojoj su preneli informaciju plasiranu na društvenoj mreži (Tviteru), novinari iz najvećeg broja redakcija (u pitanju su svi tipovi medija) dali su odgovor da su prenosili stavove zvaničnika ili institucija, sa profila za koje su bili sigurni da su zvanični. Time je dominacija tradicionalnog novinarskog načina komuniciranja potvrđena i u novom medijskom okruženju, višesmerne komunikacije.

Južne vesti *Reakcije političkih i društvenih lidera, saopštenja.*

Sport *Bilo ih je više, uglavnom informacije poznatih sportista.*

RTS *Stav političara na određenu temu.*

Tanjug *Reagovanje nekog zvaničnika.*

Tanjug *Informacija je bila vest ili je prenet relevantan stav relevantne ličnosti.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Politika *Kada je ličnost koja obavlja javnu funkciju iznela stav o dešavanju koje sam pratila.*

B92U *vanrednim situacijama, ili kada poznata osoba objavi neku vaznu informaciju.*

Istinomer *Tvit nekog zvaničnika o temi o kojoj sam pisala.*

AFP *Ukoliko zvanični izvor objavi informaciju ili reakciju na neku vest na Tviteru pre nego na neki drugi način.*

RSE *Kada je reč o nekom zvaničnom stavu državnika o nekom top događaju.*

Supersport *Transferi, golovi, potezi, statistika, koševi.*

Aljazeera *Kada su zvanične institucije saopštile informaciju na twitteru pre nego sto su poslale saopštenje.*

Eportal Vršac *Obaveštenja institucija i ustanova.*

U ovim i sličnim situacijama potrebno je ukazati na stavove institucija koje su medijsku politiku detaljno i dubinski razvile na Tviteru. Takve su evropske institucije, a novinari svedoče da su pojedine institucije Evropske unije, poput Evropske komisije i Evropskog parlamenta (odnosno njihove pres službe) napravile revolucionarni zaokret u komuniciranju sa medijima. Njihova ažurnost i pristup Tviteru kao najbržoj, a najdisperzivnijoj platformi bila je vidljiva i na lokalnom primeru, tokom pregovora predstavnika Beograda i Prištine u Briselu. Prve fotografije i prvi efekti pregovora bili su objavljeni na Tviteru, sa zvaničnog kanala posrednice u dijalogu, odnosno njenih pres atašea.

Danas *Kada je kasno u noć potpisan Briselski sporazum, kao i prethodni rezultati višesatnih pregovora Beograda i Prištine.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

RTV *Sastanak Evropskog saveta, Karl Bilt čestitao Srbiji kandidaturu pre kraja sastanka.*

Beta *Kada se komesar za proširenje EU Johanes Han sastao sa ombudsmanom Sašom Jankovićem i tvitovao o sastanku. Sastanak se dogodio nakon kampanje protiv Jankovića.*

Za ovu analizu naročito su indikativne situacije u kojima je Tviter poslužio kao izvor za pokretanje određene teme. Takvih primera je, svedoče novinari, bilo mnogo. U ovoj anketi navedeni su neki od njih, u daljoj analizi fenomena izabrani su primeri koji su na neki način osobeni ili referiraju na neku pojavu, odnosno pravilnost. Ovaj vid tviter-objava izuzetno je značajan jer ukazuje na dva fenomena: da je Tviter kao društvena mreža doprineo direktnijoj komunikaciji sa onim novinarima, odnosno medijskim kućama koje žele da učestvuju u toj vrsti komunikacije sa publikom; da je direktno učešće građana bez novinarske membrane retko, osim kada je reč, kao što je navedeno u tekstu iznad, o vanrednoj ili nekoj vrsti granične, krizne situacije. Uprkos činjenici da dobijaju informacije i priče od građana, prateći određene pojave na Tviteru novinari, prema rezultatima ove ankete, pristupaju proveru datih informacija kako bi ih kasnije obradili u svojim izveštajima. U ovu grupu informacija koje su (uz proveru) postale povod za novinarski tekst, spadaju i stavovi medijskih ličnosti koji, iz nekih razloga nisu mogli na drugi način da uđu u javni prostor. Tako je informacija preko Tvitera prodrila u medijski prostor tradicionalnih medija, zbog snage reakcije na društvenoj mreži, odnosno zbog efektnosti i atraktivnosti njenog sadržaja. Reč je najčešće o ličnostima koje su u odnosu na političku vrhušku politički nepodobne ili o situacijama u kojima se ta vrhuška na neki način kritikuje u okruženju vidljive zatvorenosti medija.

Blic *Kolega je na svom Tviteru pronašao tvit Baneta Trifunovića o Kokanu Mladenoviću, tj. njegovim problemima zbog intervju (prim. aut koji je ranije dao)O čemu sam potom napisala tekst u Blicu.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

N1 *Situacija u kojoj poštar ne može da uruči Gašiću (prim.aut. u tom momentu ministru odbrane) tužbu Dragana Šutanovca (prim.aut. nekadašnjeg ministra odbrane).*

RTS *Kada je zaštitnik građana ukazao na to da je na svečanoj sednici vlade u Nišu smenjen direktor Direktorata civilnog vazduhoplovstva Milan Živanović koji to zapravo nije bio. "V.d. status mu je istekao po sili zakona pre 10 dana", napisao je Janković na svom Tviter profilu.*

Južne vesti *Povod za traženje priče "Prebacivanje KK Radničkog iz Kragujevca u Niš".*

RTS *Najava seče hrasta na Savincu.*

RTS *Oko dress–koda predavača iz nevladine organizacije, a koji je komentarisala ličnost na položaju u gradu, i to neumesno.*

BIRN *Sprdnja sa hidžabom Maje Gojković.*

NINAMEDIA *Političar koji je objavio status obrativši se poznanicima da ga ne zovu da traže vezu za posao.*

Nedeljnik *Afera sa aflatoksinom.*

Politika *Vise puta u gradu iz koga sam dopisnik na Fejsbuku saznam neke informacije, uglavnom od lokalnih političara ili građana, ali uvek proverim.*

Novinari koji nisu prenosili informacije sa Tvitera to nisu činili iz dva razloga – jer je, kako su isticali, to nepouzdan izvor informisanja ili su te informacije zahtevale dodatnu i neophodnu proveru. Autorka istraživanja ukazuje na činjenicu da je najveći broj anketiranih novinara koji su navodili razloge zbog kojih nisu preneli informaciju sa Tvitera novinari Javnog servisa. Neki od njihovih karakterističnih odgovora, uz odgovore novinara Danas–a i RTV–a, navedeni su u daljem tekstu.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Danas *Informacija sa mreža može da se upotrebi kao predlog za dalje istraživanje, uključenih strana i nezavisnih izvora..*

Danas *Ne može da se proveriti verodostojnost informacije.*

RTS *Nije bilo potrebe za tim.*

RTS *Ne pre proveru.*

Nedovoljno relevantan izvor.

Informacije na Tviteru uglavnom se odnose na Beograd ili nacionalna pitanja, ne za region koji ja pokrивam.

Objavljenu informaciju ne prihvatam dok je ne proverim lično.

Nije bilo moguće proveriti istinitost informacije, koja je objavljena na društvenoj mreži u kratkom roku.

RTV *Sve radim sa terena i uživo vidim da li ima vesti.*

Rukovođena projektovanom analizom, prema kojoj će anketirani novinar govoriti o svojoj kao kroz praksu svojih kolega, autorka je ispitanicima predložila da navedu primer kada su njihove kolege iz redakcije prenele neku informaciju sa Tvitera. Projektovana analiza česta je metoda identifikacije – tom metodom ispitanici neretko izjašnjavaju sopstvene stavove, ukoliko iz nekog razloga ne žele da ih eksplicitno iskažu. Ova metoda, međutim, u ovom segmentu istraživanja koristiće da se ustanovi još jedna potvrda i još jedan segment novinarske prakse, kako bi odgovori bili što relevantniji, bez namere da se jasno utvrđuje istinitost iskaza ispitanika ili da se odvajaju njihovi stavovi od projekcije. Stavovi ispitanika izraženi u odgovorima na ovo pitanje potvrđivali su njihov stav o Tviteru – da njihove kolege često prenose informacije dobijene sa društvenih mreža i da im je to čest način dolaženja do novinarske priče koju će realizovati na tradicionalan novinarski način. Izdvojeni odgovori samo su primeri za autentične situacije i autentične pojave:

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

U slučaju RTS-a, navedeni odgovor asocijacija je na nepouzdanost Tvitera kao izvora za dolazak do informacija.

RTS *Bilo je brojnih situacija, a veliki broj neproverenih informacija. Na primer da su u mom gradu rođene petorke, što nije bilo tačno.*

Novinar Blica, koji je polutabloid, referira na to da se informacije sa društvenih mreža često koriste za soft news, što je segment koji se vrlo često zanemaruje.

Blic *Jesu. Najčešće tzv. pikanterije javnih ličnosti.*

Komercijalna televizija Pink, navodi primer korišćenja Tvitera u situaciji kada su samo oni imali specijalnu emisiju u kojoj su polemisali o navodnom državnom udaru. Informacije koje su citirali išle su u prilog njihovoj tezi da se u tom momentu dešava napad na vrh države, iako za to nije imalo nikakve zvanične ili bilo kakve druge potvrde ni u danima koji su usledili.

PINK *Rušenje Vučića.*

Novinari portala Mondo ukazuju na situaciju kada su građani, tehnološki opremljeni, najbolji svedoci, odnosno reporteri događaja u neposrednoj blizini, kao očevici koji direktno izveštavaju o određenom događaju. To je najeksplicitnija uloga Tvitera – izveštavanje u kriznim situacijama, bilo da su one na nacionalnom, globalnom ili lokalnom nivou.

Mondo *U gore navedenoj, ali i u situacijama kada su građani na Twitter postavljali fotografije ili informacije koje se tiču nečega što se odvija u njihovoj neposrednoj blizini.*

NINA MEDIA ukazuje na pojavu da Tviter može biti pogodan i za prenošenje pojedinih informacija koje ne mogu odmah i lako da uđu u javni prostor. Kroz ovaj odgovor može se postaviti pitanje zbog čega druga strana u novinarskom izveštaju, nema

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

ravnopravan tretman primarna strana novinarske teze, već se ti stavovi prenose iz drugog javnog prostora (sa društvene mreže).

NINA MEDIA *Jesu, mnogo puta. Npr. reakcije opozicionih političara na donošenje neke vladine odluke ili usvajanje nekog zakona u Skupštini Srbije.*

Odgovor koji je dat među ispitanicima u Večernjim novostima referira na činjenicu da je Tviter zajednica otvoren javni prostor u kojem se polemše o temama koje su ili značajne ili intrigantne, ali iz nekog razloga, novinarima možda nedovoljno zanimljive da bi se o njima javno polemislalo, ili što je opasnije, nepodobne da se o njima polemše. Predsednica Skupštine je, tokom posete Iranu, umesto neophodne marame čije nošenje zahteva islamski svet, nosila najekstremniju vrstu nošnje što je izazvalo najrazličitije komentare, polemiku i podsmehe u Srbiji.

Večernje novosti *U vanrednim situacijama, npr. havarije u Majdanpeku, ali svakodnevnim, npr. reakcija na hidžab Maje Gojković.*

Dnevni list Kurir ukazuje na situaciju kada je određen događaj, koji je paradoksalan, dobio na značaju i postao medijska tema pošto se proširio na društvenim mrežama. Reč je o tome da je gradski RTV servis, Studio B, dobio novog vlasnika, koji je bogatu arhivu ovog medija odložio na deponiju. Nešto od te arhive sa deponije su pokupili ljubitelji, među kojima čuveni košarkaš Žarko Paspalj. Informacija o ovoj temi potekla je baš sa terena, od građana, a kasnije je zavredila pažnju gotovo svih televizijskih i novinskih izveštaja.

Kurir *Slučaj Studio B. Bacanje ploča.*

Indikativan za sagledavanje medijske slike u Srbiji, kao i medijskih sloboda među novinarima koji rade u medijima na ovim prostorima jeste odgovor na pitanje da li je postojala društveno značajna situacija u kojoj je, prema mišljenju ispitanika, debata na društvenim mrežama bila relevantnija od one koja je manifestovana u medijima. Odgovarajući na to pitanje, 17% ispitanika istaklo je da ovakva situacija nije postojala, a značajan postotak novinara odbio je da odgovori na to pitanje. Značajan udeo u tih 17 %,

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

zauzimaju novinari RTS-a koji smatraju da nije bilo debate u kojoj su društvene mreže odnele prevagu nad profesionalnim izveštavanjem. U tom smislu novinari Javnog servisa su najnepoverljiviji i najhermetičniji prema ovakvoj vrsti aktivizma. Slede novinari Tanjuga, Politike i Danasa.

RTS *Svako na društvenim mrežama može da piše šta mu padne na pamet.*

RTS *Ne, uticaj tviter zajednice je precenjen.*

Blic *Teško da rasprava na društvenim mrežama može biti relevantna. Većina ljudi ipak ne ume da vodi dijalog, ili pak samo troluje temu (prim.aut – trolovati – u Internet zajednici koristi se za neargumentovanu raspravu, već na esktenziju rasprave u nebitno).*

U većinskoj grupi onih koji smatraju da je relevantnost debate na društvenim mrežama nadjačala onu u profesionalnom medijima, navode se različite situacije koje su indikativne za stanje u medijima. One pokazuju saglasje među novinarima iz različitih redakcija: novinari navode iste primere, što dalje ukazuje na tvrdnju da su određene debate u profesionalnim medijima zaista izostale. Evidentno je i saglasje anketiranih u odgovoru da adekvatna debata u medijima “uopšte ne postoji”, da se traga za alternativnim načinom informiranja, što implicitno svedoči o niskim novinarskim slobodama, budući da je elementarno novinarsko načelo da se predstavljaju stavovi svih strana debate. Dalje, sudeći po primerima koji su novinari navodili, reč je o situacijama koje su od izuzetnog javnog interesa, pa je debate, odnosno potpunog i pravovremenog izveštavanja moralo da bude. Na ovim primerima korelira novinarska sloboda i aktivizam u Tviter zajednici – eskpanzija (alternativnog) aktivizma na Tviteru dolazi u situaciji kada se novinari ne osećaju slobodno da govore o određenim temama, kada trpe pritiske, zbog toga njihovi izveštaji manjkaju sa informacijama ili su neizbalansirani (predstavljaju gledište samo jedne strane). Ovi primeri dokazuju generalnu hipotezu ovog rada, kada govorimo o percepciji sloboda, profesionalnoj rutini i aktivizmu građana u Tviter zajednici. Njihov epilog, dalje, govori u prilog drugom delu tvrdnje – da je domet takvog aktivizma građana – ograničen, a pojedini primeri (poput ovog koji sledi) govori o tome da u manjku informacija takav aktivizam

može da bude zaslepljujući, odnosno da postoji jak aktivizam, ali da njegov kvalitet ne doprinosi informativnosti.

Najčešći primer koji novinari navode jeste afera “Helikopter¹⁴” u kojoj je stradalo sedam osoba, članova medicinskog i vojnog osoblja i jedna beba. To je, moguće, i najekstenzivnija debata na društvenim mrežama, imajući u vidu da je na Tviteru pokrenuto pitanje odgovornosti dvojice resornih ministara (zdravlja i vojske), pošto je na istoj mreži pokrenuta debata da li je let organizovan u cilju lične promocije dvojice ministara. U kasnijem tekstu, u razgovoru sa urednikom Internet portala RTS–a ukazaće se i na opasnost ovakve debate i osnovanost rasprave bez jasnog pokrića, odnosno dovoljne količine informacija. Takođe, navode se i debate o slobodi medija, o optužbama za plagijat doktorata ministra policije Nebojše Stefanovića, o izgradnji projekta Beograd na vodi i drugima. Zajedničko za sve ove situacije je:

1. nedostatak jasnih informacija o datom događaju (one su nedostupne ili skrivene);
2. nekonzistentnost postojećih informacija bez jasne i dokumentovane potpore;
3. hiperboličnost događaja u odnosu na ostale dnevne događaje;
4. odsustvo “druge strane” odnosno suprotnog mišljenja od dominantnog, ili ograničenost tih stavova u okviru uskog kruga sagovornika koji zastupaju tezu ograničenog dometa, koja je za vlast kritički podobna;

¹⁴Slučaj pada helikoptera Vojske Srbije u Surčinu 13. marta 2015. godine, oko 22.30 časova, kada su poginula četiri pripadnika Vojske Srbije, dva medicinska radnika i jedna beba, prevozeći zdravstveno ugroženo dete iz Novog Pazara u bolnicu u Beogradu. Medicinska ekipa novopazarskog Doma zdravlja pokušala je da preveze bolesnu bebu sanitetskim vozilom u Kragujevac (u kasnijim izveštajima spominjalo se i Kraljevo), ali ih je zaustavio odron na putu, zbog čega je pozvana vazduhoplovna jedinica Vojske Srbije. Helikopter Vojske Srbije pao je neposredno pre sletanja u Beograd, dok se u medijima spekulisalo da je promenjeno mesto sletanja helikoptera (umesto na uobičajeni aerodrome VMA na civilni Aerodrom Nikola Tesla) pod, navodnom, komandom ministara vojske i zdravlja, u cilju medijske promocije. Prva informacija bila je da su pojedine novinarske ekipe čekale vojni helikopter na civilnom aerodromu, ali za to nema zvanične potvrde. Događaj je završen izveštajima vojnih komisija, koji nisu zaustavili debate o eventualnim političkim namerama i političkoj odgovornosti. Tokom čitave akcije, pojavio se niz propusta u izveštavanju od toga da je dete stiglo u bolnicu u Kragujevcu, do toga da je helikopter bezbedno sleteo u Beogradu, koju je agencija Beta ubrzo posle objavljivanja povukla.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

5. oštra, učestala i javna reakcija nadležnih, često uz polemike sa novinarima, ali i dalje sa nedovoljnom količinom informacija kako bi polemika prestala.

Umesto analize pojedinačnih primera, kojih ima dosta, autorka se opredelila da pokuša da pronade zajednički imenitelj stavova o tome zbog čega je debata na društvenim mrežama relevantnija od dominantnog javnog diskursa u profesionalnim medijima.

RTV MIR *Mislim da svakog dana imamo relevantniju debatu na društvenim mrežama nego u medijima kakvi su trenutno.*

Business Info Group *Apsolutno svaka – od afera do važnih ekonomskih događaja.*

Cenzolovka *Da, to se redovno događa. Mediji gube bitku sa društvenim mrežama kada su debate u pitanju, jednostavno zato što ih je tamo sve manje o ključnim temama, zato što su uglavnom kontrolisani.*

NIN *U većini tema u kojima se zvanična verzija bitno razlikuje od realnosti, na Tviteru je moguće pronaći tumačenja i informacije kojih nema u zvaničnim medijima. Ipak, smatram da ih ne bi trebalo uzimati "zdravo za gotovo" već samo kao impuls za dalji rad i proveru.*

Beta *Zavisi, nekada ume da bude relevantnija nego u medijima, ali to je do toga što novinari nisu umeli na pravi način da prenesu informacije.*

Pink *Sve kritične situacije u ovoj zemlji.*

Percepcija novinara takva je da je gotovo svaki put kada iz nekog razloga postoji diskrepanca između zvaničnog medijskog predstavljanja određenih događaja i realne slike, reakcija na društvenim mrežama je dominantna, a debata je, prema iskazima pojedinih novinara, relevantnija nego u klasičnim medijima. Učestalost takve situacije nepovoljno govori o medijskoj slici u Srbiji, ukazuje na nedovoljno profesionalnu novinarsku praksu i omeđenost slobode novinarskog manevra u tako složenim situacijama. Učestalost primera

ukazuje na to da Tviter zajednica u medijskom izveštavanju diše paralelno sa profesionalnim novinarima i njihovim profesionalnim izveštavanjem, dajući dužnu ekstenziju određenim pojavama, odnosno raspravama o njima. U prilično haotičnoj situaciji, Tviter zajednica nudi diverzitet mišljenja i gledanja na određenu pojavu, ali i mogućnost manipulacije, prenošenje netačnih informacija i opasno širenje dezinformacija, fame. Prilikom analize fenomena neophodno je imati u vidu domete takve zajednice, koja iako tehnološki inkluzivna, medijski je vrlo ekskluzivna, jer se rasprava vodi u uskom krugu standardnih, uobičajenih, učestalih korisnika. Ipak, navedeni stavovi onih novinara koji govore u prilog ovoj praksi, koji smatraju da su “amateri” odnosno neprofesionalci na ovaj ili onaj način omogućili relevantniju debatu u neograničenom medijskom prostoru, nepovoljan je indikator novinarske profesionalnosti i loš je pokazatelj mogućnosti da se u medijima u Srbiji kritički promišlja o akutnim, aktuelnim i problematičnim temama što podrazumeva i odgovornost medijskih poslenika za izrečene stavove u regularnom medijskom prostoru. Pouzdanu, novinarski “bezbednu” i najočigledniju ulogu Tvitera navode novinari dve tradicionalne hermetične medijske kuće i tako, iz svoje vizure, “mire” potrebu građana participanata i odgovora profesionalaca.

Kako biste opisali ulogu Tvitera u Vašem poslu?

RTS *Pomaže oko agende, osluškivanja tema i stavova.*

Politika *Važan je za praćenje odjeka određene vesti ili društvenog zanimanja.*

5.2.3. Simbolički i asocijativni kontekst društvenih mreža

Asocijativnost koju novinari imaju kada se spomene Tviter kao društvena mreža odražava polarnost koju stavovi prema upotrebi društvenih mreža nužno nose. Sa jedne strane, prva asocijacija na Tviter kao društvenu mrežu su informacija i brzina. To bi se

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

moglo klasifikovati kao pozitivna stavka. Sa druge strane, značajan broj novinara samoinicijativno, u otvorenom upitniku, ukazuje na to je prva asocijacija na mrežu – “samoreklamerstvo”. Pitanje na ovu temu u upitniku je otvoreno što znači da su ispitanici mogli da napišu bilo koju asocijaciju, neograničenu rečima i prostorom, indikativno je da je “samoreklamerstvo” reč koju je koristilo više od pet ispitanika. U toj vrsti samopromocije i neinformativnosti, u obilju sadržaja obojenog emocijama i neosnovanim hiperbolama, građani gube poverenje u društvene mreže. To znači da bi mogli da smatraju da društvene mreže imaju ulogu promocije već poznatog, a ne promocije informativnog sadržaja, vesti, koje drugi žele da sakriju. U tom smislu, valja se podsetiti skepticizma koji gaji Morozov, a koji takođe primećuje slične pojave tumačeći negativne efekte novih tehnologija. On uočava one informacije koje neko drugi želi da plasira, a ne one koje bi bile celishodne. Ako se posmatraju obe strane koje su iznosile gledišta, pozitivni stavovi mogli bi da se podvedu pod nekoliko ključnih reči koje izražavaju sličan stav – asocijacija na Tviter je, osim brzine načina za saznavanje informacija građana – “prva reakcija”, “humor” i “lični marketing”.

NIN *Borba protiv cenzure.*

RTS *Kratka, duhovita, kritički nastrojena poruka.*

VICE *Brza informacija koja mora da se proveri.*

Ipak, većina anketiranih novinara koji su eksplicirali stavove o tome šta im je prva asocijacija na Tviter imali su donekle negativno stanovište:

RTS *Ljudi koji pod lažnim imenima pričaju o stvarima o kojima pod svojim imenom ne bi.*

RTS *Mišljenje ima svako, argument malo ko.*

Blic *Ljudi koji kažu ono što misle, ali često ne kažu to kako bi trebalo.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tanjug *Samopromocija mediokriteta i polusveta.*

RTS *Informacije običnih ljudi sa lica mesta, kojih je mnogo manje od kada je broj korisnika porastao.*

Cenzolovka *Površnost. Istovremeno mislim da je jako važno sredstvo komunikacije u kriznim situacijama.*

I kada su anketirani novinari u upitniku tvrdili da ih ne interesuje debata na društvenim mrežama, indikativno je da je 55 od 94 ispitanika (što je 58,5%) odgovorilo da su nadležnima postavljali pitanje imajući u vidu debatu koja se u tom trenutku vodi na Tviteru. To znači da novinari prate debate koje se vode na društvenim mrežama i oslušuju njihovu korektivnu ili informativnu funkciju. To bi moglo da znači i da novinari vrednuju određen krug aktivista koji svoje stavove plasira u Tviter zajednici, ali i da, moguće, traže legitimitet za novinarsko pitanje, u nemogućnosti da ga postavi bez potpore koju nudi rasprava na društvenim mrežama. Istovremeno, 39 ispitanika (41,5%) ne oseća potrebu da postavi pitanje u ime određene grupacije čiji se stavovi plasiraju na Tviteru. Ostali ispitanici nisu odgovorili na ovo pitanje – bilo iz razloga što ne koriste Tviter, ili zbog utiska ovog istraživača da su i ispitanici ove anketa u velikoj meri bili pasivni.

Tabela 32 Učinkovitost debate u virtuelnom prostoru: Da li ste ikada tokom izveštavanja postavljali pitanje imajući u vidu raspravu koja se o toj temi vodila na Tviteru?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Da	55	58,5%
Ne	39	41,5%

Nemali procenat ispitanika, češće nego svaki drugi postavio je pitanje imajući u vidu raspravu koja se vodi na Tviteru što nije zanemarljiv podatak. To znači da novinari u najvećem broju slučajeva imaju senzibilitet za tu zajednicu ili im je u nekom smislu važno to što debata na Tviteru nosi. Pri tome, treba imati u vidu da se debata ne odvija uvek među anonimnim participantima, već često među već etabliranim sagovornicima, tako da je

moguće da je neretko debata imala obrise debate u tradicionalnim medijima, ali je izmeštena u ovaj virtuelni prostor. Ipak, ovaj podatak u značajnoj meri govori o tome da rasprava na Tviteru ima uticaja na novinarsko izveštavanje, bilo kao inicijator za ideju ili korektiv za formiranje stavova.

5.2.4. Percepcija Tvitera – lični stav i/ili stav medijske kuće

Utisak istraživača je da odnos pojedinih redakcija prema Tviteru diktira i odnos koji celokupna medijska kuća ima prema toj društvenoj mreži i društvenim mrežama uopšte. To, u većini slučajeva znači da pojedinačni novinar ne može voditi zasebnu politiku i najčešće ne može imati potpuno individualan odnos prema datoj društvenoj mreži, ako medijska kuća u kojoj radi propisuje drugačiji kodeks ponašanja, čak i da taj kodeks nije napisan već se sastoji iz podrazumevajućih prećutnih normi.

Najveći broj medijskih kuća u Srbiji, prema nalazima ovog istraživanja, Tviter koristi u svrhu promocije svog posla – novinari dvostruko više tvituju o medijskom sadržaju koji nude, nego o “tvitovima” u svrhu svoje lične promocije. Gotovo svaki drugi ispitanik u ovom istraživanju svedočio je da se u okviru njihove medijske kuće “tvituje samo o sadržaju koji nude” (46,4%), dok je svaki četvrti ispitanik (25%) iskazao stav da je medijskoj kući u kojoj radi “izuzetno važno da novinar objavljuje tvitove”. Isti je broj onih koji ne tvituju u ime kuće, nego samo prate druge na Tviteru kao i onih novinara koje Tviter uopšte ne interesuje – po 14,3%.

Tabela 33 Tviter i stavovi medijskih kuća: Na koji način se Vaša medijska kuća odnosi prema Tviteru?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Izuzetno im je važno da objavljujemo "tvitove"	28	25%
"Tvituje" se samo o sadržaju koje nudimo	52	46.4%

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Niko ne “tvituje” u ime kuće, ali pratimo druge na Tviteru	16	14.3%
Tviter ih uopšte ne zanima	16	14.3%

Odnoseći se prema Tviteru kao prema mogućem izvoru informacija, većina novinara i urednika u 44 medijske kuće koje su bile predmet ovog istraživanja, ima podjeljen ili neodređen stav o tome da li je Tviter relevantan izvor informacija. Najveći broj anketiranih novinara Tviter vidi kao prečicu u tradicionalnom načinu informisanja, pa 70% ispitanika smatra da je Tviter relevantan način dolaska do informacija ako dolazi od proverljivih, prepoznatih izvora, dok je gotovo svaki četvrti ispitanik (njih 24,2%) neodlučno u tom odgovoru, navodeći da takva karakteristika društvene mreže i jeste i nije tačna. Ukoliko je reč o vesti, Tviter je relevantan izvor za 43,3% ispitanika, dok je po tom istom pitanju neodlučan i neodređen svaki drugi anketirani (49,5%).

Tabela 34 Medijske kuće i vrednovanje izvora: U medijskoj kući u kojoj radite smatraju da je Tviter relevantan izvor informacija, ako dolazi od relevantnih izvora...

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Da	82	70.7%
I da i ne	28	24.1%
Ne	6	6.2%

Tabela 35 Medijske kuće i vrednovanje izvora: U medijskoj kući u kojoj radite smatraju da je Tviter relevantan izvor informacija ako je reč o vesti...

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Da	47	42.3%
I da i ne	55	49.5%
Ne	9	8.1%

Najmanji broj anketiranih smatra da je Tviter relevantan izvor informacija ako dolazi od građana, 14,5% ispitanika, dok je svaki drugi ispitanik neodlučan po tom pitanju.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Tabela 36 Medijske kuće i vrednovanje izvora: U medijskoj kući u kojoj radite smatraju da je Tviter relevantan izvor informacija ako je reč o informaciji koja dolazi od građana...

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Da	16	14.5%
I da i ne	55	50%
Ne	39	35.5%

Za 60% medijskih kuća čiji su novinari odgovarali na pitanja iz ovog upitnika, značajno je da njihovi novinari prate šta se dešava na Tviteru uz oprez, dok je 30% njih unelo i dozu relativiteta i neodlučnosti u ovu tvrdnju odgovorivši sa “i da i ne”. Tako su se novinari izjasni i prema tvrdnji:

Tabela 37 Medijske kuće i aktivizam novinara: U medijskoj kući u kojoj radim važno im je da novinari prate dešavanja, informacije i rasprave na Tviteru, ali uz neophodan oprez...

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Da	70	60,3%
I da i ne	35	30,2%
Ne	11	9,5%

Analizirajući stavove ispitanika, a posredno i njihovih medijskih kuća, autorka zaključuje da medijske kuće gaje skepsu prema društvenim mrežama, konkretno Tviteru, koji je predmet analize. Isti procenat ispitanika, njih 70% smatra da je Tviter relevantan ako je izvor već prepoznat kao relevantan, pa u skladu s tim stavom, da je dobro da novinari prate dešavanja na Tviteru, ali da tom prilikom budu veoma oprezni. Najmanji procenat ispitanika, odnosno njihovih medijskih kuća, blagonaklono gleda na odnos prema informacijama koje stižu od građana posredstvom društvenih mreža.

Moglo bi se zaključiti da, bilo da su u pitanju značajni urednici (upitnik su popunjavali novinari i urednici) ili je u pitanju menadžment određene medijske kuće koji u njeno ime propisuje (ili podrazumeva nepisane) kodekse ponašanja novinara, taj viši sloj

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

upravljača zadržava značajnu dozu skepse i tradicionalni način funkcinisanja kada je u pitanju odnos prema Tviteru.

Ovo istraživanje prepoznaje i određenu korektivnu ulogu Tvitera imajući u vidu da svaki drugi ispitanik (47,8%) razmišlja o kritikama koje su mu upućene putem ove društvene mreže, iako ne polemiše o njima. Ovaj podatak bi mogao da bude korisna sugestija za građane da iskoriste svoje mehanizme “kontrole”, odnosno uticaja na profesionalne izveštače, na novinare i urednike, iako je ovaj vid komunikacije odlika i tradicionalnog novinarstva. Novi oblik komunikacije bio bi delotvoran pod uslovom da novinar, koji primi kritiku, nastavi polemiku, sučeljavanje stavova ili da primi k znanju pohvalu izrečenu putem ove društvene mreže. Međutim, ukoliko je ta komunikacija jednosmerna, na šta ukazuje tabela ispod, komentari na Tviteru, osim što su u brzom mediju, vidljivi svima i globalno javni, nemaju drugačiju funkciju od nekadašnjih pisama čitalaca.

Novi način komuniciranja, polemiku na Tviteru nastaviće gotovo svaki peti ispitanik (18,6%), što nije zanemarljiva cifra, i kada postoji svest o činjenici da je reč o uzorku koji je već prepoznat kao onaj aktivniji deo profesije koji je, uglavnom, prijateljski nastrojen prema novim tehnologijama i prema Tviteru (više od dve trećine ispitanika na neki način koristi ovu društvenu mrežu).

Značajno je manji broj onih koji polemišu sa publikom u svojim narednim izveštajima, dajući drugu vizuru ili usvajajući gledište građana – takvih je 3,5% novinara i to dominantno iz redakcija koje su hermetičnije i orijentisane ka tradicionalnom načinu informisanja – RTS, Večernje novosti, Tanjug, ali sa druge strane i Južnih vesti, redakcije čiji su se svi novinari izjasnili kao ekstremno prijateljski nastrojeni i otvoreni prema ovoj društvenoj mreži.

Za trećinu ispitanika (30,1%) iz ovog upitnika kritike upućene putem Tvitera nisu nikakvo merilo rada i stoga se na njih ne osvrću, izjašnjavajući se, u odgovoru na pitanje da ih interesuju kritike na Tviteru, da ih one “uopšte ne zanimaju”.

Tabela 38 Evaluacija i korektiv: Kako reagujete na kritike na Tviteru?

Stav	Broj ispitanika	U procentima
Razmišljam o njima, ali ne objavljujem postove	54	47,8%
Polemišem na Tviteru	21	18,6%
Polemišem o njima u svojim narednim izveštajima	4	3,5%
Uopšte me ne zanimaju	34	30,1%

5.2.5. Aktivizam na Tviteru kao determinanta specifične novinarske prakse

Na pitanje pamte li neku situaciju kada je određeni događaj na Tviteru bitno uticao na novinarstvo, anketirani novinari su uglavnom detektovali dve vrste događaja: upečatljivu situaciju poplava u Srbiji i kritiku određenih nosilaca funkcija i donosilaca odluka, iz čega je nužno proizašao određeni vid aktivizma. Taj aktivizam, međutim, disperzivno je posmatran u ovom slučaju – to ne znači da je reč samo o određenoj reakciji koja bi usledila van Tviter zajednice, naprotiv, aktivizam je u ovoj podeli najšire postavljen. U njega spada i čest poziv na humano delovanje posredstvom tradicionalnih medija u korelaciji sa Tviterom i online zajednicom. Grupisanje oko ta dva segmenta, ukazuje na percepciju Tvitera kao medija u kriznim situacijama usled nepredvidivih događaja kada društvena mreža u novom dobu postaje najznačajnija i najbrža alatka za izveštavanje koja inkorporira stavove i veštine običnih građana. Istovremeno, reč je i o korektivnoj funkciji koja poziva na aktivizam i reakciju, u mediju koji je ekstremno inkluzivan. Postoji još primera koji su predmet dalje analize ali bi se, čini se, svaki od njih mogao podvesti pod jednu od ove dve funkcije – izveštavanje u nepredvidivim, kriznim situacijama, kada je Tviter (odnosno građanin) jedini izvor informacija i korektivna uloga društvene mreže, gde se angažmanom na Tviteru poziva na određeni društveni aktivizam, odnosno (re)akciju. U prilogu su pojedini odgovori koji osvetljavaju ova dva pojma i objašnjavaju njihove razlike. Primeri govore o ulozi Tvitera i ukazuju na situacije kada je izostalo učešće tradicionalnog novinarstva pa je građansko moralo da preuzme prevagu. Primeri koji će biti navedeni u obe grupe, odnosno u segmentima koji ukazuju na neku od funkcija koje društvene mreže

mogu proizvesti u odnosu na profesionalno novinarstvo, jesu pojedinačni, ali oni slikovito ukazuju na određenu situaciju koja će vremena postati učestalija nego u momentu dok je analiza rađena, a rad pisan. Tekstom koji sledi i pratećim fusnotama, autorka će pokušati da ukaže na kontekst navedenih događaja, iako neće pokušavati da se određeni događaj u celini potpunosti raščlani jer bi svaki od njih zahtevao kompleksnu, detaljnu studiju slučaja.

5.2.5.1. Nepredvidive situacije

Ovaj segment analize ima za cilj da ustanovi određene primere iz prakse i načine reakcije na njih u slučajevima u kojima je Tviter uzeo prvenstvo ili na bilo koji drugi način bio dominantan u nenajavljenim, nepredvidivim situacijama na koje ni tradicionalni mediji, ni građani nisu bili spremni. Prilikom prethodne analize Tvitera kao društvene mreže konstatovano je da je ovaj medij plodno tle našao upravo u takozvanim dramatičnim događajima, kriznim situacijama. O takvoj njegovoj ulozi govore i ispitanici koji su obuhvaćeni ovim upitnikom. Anketirani novinari su se bavili situacijama koje su bile neočekivane ili su njihove razmere i posledice tih pojava prevazilazile sve prognoze. Tu se pre svega misli na elementarne nepogode – poplave i zemljotrese, a percepcija datih događaja u korelaciji sa aktivizmom na Tviteru bila je slična: isticana je brzina, dok je upitnik stavljan na pouzdanost dobijenih informacija.

***ALO** Više je izveštaja bilo na Tviteru kada su bile poplave. I više je učinjeno da se pomogne ljudima u nevolji, nego što je učinio zvanični državni aparat.*

***RTS** Tokom majskih poplava su se pokazale i snaga i slabost Tvitera.*

***NIN** U vreme prošlogodišnjih poplava, ili izbegličke krize, mediji su pratili priče koje su pokretane na Tviteru.*

N1 *Zemljotres u Kraljevu. Tviter je bio brži od "klasičnih" medija. Mada i dalje 100% neprecizan.*

MONDO *Svaka situacija u kojoj se na Twitteru objavljivalo ono što u medijima nije (poplave, helikopter). Ali, u slučaju poplava smatram da je Twitter dokazao da više odmaže nego što pomaže, makar kada je u pitanju širenje proverenih i korisnih informacija*

5.2.5.2. Aktivizam građana i korektivna funkcija Tvitera

U temu pod ovim naslovom stavljeni su odgovori koji su inicirali drugu vrstu akcije, odnosno koji su navodili novinare da određeni aktivizam (bilo da pitaju u ime određene grupe građana koji plasiraju određenu temu, ili lansiraju neko pitanje na društvenoj mreži ili se objavljuju kao odgovori koji su novinarima služili da oblikuju, formiraju, preispitaju svoje stavove o datoj pojavi). Navedena funkcija društvene mreže ne može biti sasvim jasno omeđena jer je svaki događaj mogao da inicira na aktivizam, kao što je svaki događaj mogao da utiče na oblikovanje stavova, ali je važno da se u datoj analizi odvoji posebna grupa odgovora koji su, prema iskazu novinara, imali takvog uticaja. Ova analiza bavi se bihevioralističkim obrascem delovanja novinara, stoga je važno detektovati događaje koji su inicirali određeni obrazac ponašanja. Događaji koji su izabrani među navedenim odgovorima anketiranih govore o specifičnim situacijama koje su imale osobene odlike.

Danas *Novinari su pokazali solidarnost kada je reč o neprimerenoj izjavi ministra odbrane prema kolegici i inicijativa #NovinarkeNeKlece.*

Južne vesti *"Klečanje" – haš-tag Jovane Gligorijević je pokrenuo lavinu, koja je na kraju rezultirala najavom da "Gašić više neće biti ministar". Ne mislim da je tviter bio presudan (Jovanin tvit), ali verujem da je značajno uticao.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Pink Jedan od bitnih činilaca za objavljivanje smene ministra Bratislava Gašića su svakako tviteraši koji su bili jedni od "glasnijih".

N1 Istraživanja KRIK-a, BIRN-a, gašenje Utiska nedelje, utiče jer tih informacija retko ima u "tradicionalnim" medijima.

Nedeljnik Feketić¹⁵.

RTS Prva asocijacija je policajac iz Preševa koji se preko stranih novinara pojavio kao pozitivan primer iz Srbije u vreme migrantske krize.

B92 Poslednja je da je Borko Stefanović na Tw objavio da ide iz DS, ili za vreme poplava.

B92 Kada je Jovan Simić pokrenuo priču o prodaji dresova za lečenje male Nađe.

Pančevo.MojKraj Izveštavanje o poplavama u maju 2014. godine jer se brže dolazilo do informacija kojima je pomoć potrebna.

Telegraf Sve situacije u kojima su novine zanemarivale neko dešavanje, a onda bile "primorane" da se bave njime, jer se na Tviteru formiralo nešto što makar liči na kritičnu masu. Primeri najsvježiji bi bili navodne malverzacije gradonačelnika Siniše Malog i skandal koji je napravio ministar Gašić – tačnije, oba skandala koje je izazvao su našla svoje mesto u medijima tek kad je na društvenim mrežama reagovao dovoljan broj ljudi i kad je "pukla bruka".

Danas Optužbe da je ministar policije plagirao doktorat.

Al-Jazeera Kada je pronađen Osama bin Laden. Tada su tviteraši prenosili šta se dešava i to je bio najveći prodor tvitera u medije.

¹⁵ Snežna mećava u Vojvodini kada se u akciju spasavanja zavejanih građana na autoputu direktno uključio i premijer Vlade Srbije

U pređašnjim primerima, bilo da je reč o nepredvidivim situacijama ili o korektivnoj ulozi Tvitera i pozivu na građanski aktivizam, navedeno je nekoliko situacija na koje bi valjalo posebno obratiti pažnju. Kada su u pitanju bili izuzetno dramatični, krizni događaji, očigledno je da su majske poplave¹⁶ najdominantnija asocijacija na upotrebu Tvitera među građanima, kao i među novinarima u Srbiji. O tome svedoče izabrani odgovori – i među novinarima tabloida, nedeljnika, komercijalnih televizija, javnih servisa i portala. Međutim, novinari koji su se izjašnjavali po ovom pitanju neretko su isticali i drugu stranu slike, odnosno manjkavosti dobijanja informacija putem ove društvene mreže. Tako dok novinar tabloida Alo tvrdi da je na Tviteru bilo “više izveštaja kada su bile poplave” i da je “više učinjeno da se pomogne ljudima u nevolji, nego što je učinio zvanični državni aparat” novinari javnog servisa ističu da se tokom majskih poplava pokazala “i snaga i slabost Tvitera”. Indikativan je stav novinara portala Mondo, tehnički gledano medija kojem je najjednostavnije da preuzima informacije sa bilo koje društvene mreže. Njihovi novinari navode da je dominantna bila svaka situacija “u kojoj se na Tviteru objavljivalo ono što u medijima nije”, da je u slučaju poplava “Twitter dokazao da više odmaže nego što pomaže, onda kada je u pitanju širenje proverenih i korisnih informacija”. Korisnost što većeg broja informacija za novinare je važan kriterijum, a u situaciji kada ne postoji drugi izvor informisanja, tačnost i korisnost, bar u teoriji, imaju prvenstvo nad brzinom. Radi sagledavanja konteksta, potrebno je naglasiti da su se u danu posle poplave u Obrenovcu na Tviteru pojavile informacije o desetinama mrtvih i nestalih, što se ispostavilo kao netačno. Aktivizam na Tviteru postao je institucionalizovan kada su oni koji su glasine plasirali odgovarali pred domaćim sudstvom zbog širenja panike, ali oni koji su prenosili te informacije nisu imali konsekvence. Afera “helikopter” koja je takođe navedena kao primer dominacije izveštavanja na Tviteru u odnosu na profesionalno novinarstvo, takođe je vrlo indikativan primer i može se analizirati u dva pravca. Ta afera se po svojoj prirodi svrstava u nepredvidive situacije i u one slučajeve na koje se odnosi aktivizam i korektivna funkcija Tvitera. Moguće je da je taj događaj na najbolji način osvetlio svu složenost novog načina informisanja. Najpre, postavilo se apsolutno pravo građana i novinara da postave pitanje vinovnicima i odgovornima, ali je zapretila i opasnost da debata bude dominantna, ali

¹⁶ Objašnjenje i kontekstualizacija događaja već su dati

debata zasnovana na nepotpunim i nedovoljno preciznim informacijama o događaju. Danima potom, u javnom diskursu, na javnim konferencijama za novinare postavljana su pitanja referirajući na različite stavke koje su se odmah posle nesreće našle na Tviteru. Kako bi se jasno sagledala situacija, u ovom delu rada biće citiran deo iz drugog dela istraživanja, u kojem glavni i odgovorni urednik Internet portala RTS-a Ljubiša Obradović hronološki razmatra aktivizam na Tviteru tokom sporne večeri. U narednom delu rada navodiće se argumenti koji se odnose isključivo na kompleksnost situacije koja može biti izazvana nepreciznim i neproverenim prenošenjem informacija. Takvu praksu su, tokom noći 13. marta demonstrirali mnogi profesionalni novinari koji su imali brojne propuste u izveštavanju, objavljivanjem dezinformacija, da bi, sa dodatnim emotivnim reakcijama publike, taj medijski događaj dobio plodno tle da u opštoj konfuziji dobije daleko veće, trajnije razmere.

– Ljubiša Obradović, intervju, 30.maj 2015.

U početku (prva faza) akcija spasavanja bebe iz Novog Pazara nije privlačila veću pažnju ni tviteraša ni posetilaca sajtova. Na sajtu RTS-a, koji je tu vest pratio od 19.30, a u formi lajv bloga od 21.00, najčitanija je bila vest o policijskoj akciji u kojoj je, istog dana, oslobođena kidnapovana devojčica. Spasilačka misija MI 17 izgledala je kao rutinska akcija i nije privlačila veću pažnju javnosti.

U drugoj fazi, nešto veću pažnju, ali profesionalne javnosti – jedan broj online medija i specijalizovanih sajtova – pobudiće tek "informativni vakuum" od 22 sata do dva iza ponoći – nije bilo zvaničnih informacija šta se tačno događa sa letelicom. U to vreme, međutim, nema neke posebne dinamike na tu temu ni na Tviteru. Niko ne prepoznaje niti sluti razmere nesreće osim dežurnih u redakcijama, ali to je već duboka noć i prvi dan vikenda – vreme kada srpski Tviter zamire.

U trećoj fazi, subota pre podne "budi se" i Tviter i postovi se kreću u najširem mogućem dijapazonu, od žaljenja do ekspresnog utvrđivanja krivice i klasičnih hejterskih ispada, a da pri tome ni jedna činjenica o uzrocima pada nije bila oficijelno poznata niti

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

verifikovana od bilo koje stručne instance. Svi su znali sve, ali najveći broj komentara je bio baziran na naknadnom pametovanju, brzom guglovanju a po analogiji, ili čak na zaključivanju na osnovu filmskih inscenacija po kojima helikopter uvek pada uz eksploziju (otuda i priča da je rezervoar bio prazan jer se nije čula eksplozija).

Iz cehovskog ugla posebno je interesantna teza o navodno brojnim novinarima i snimateljima na Aerodromu NT, čemu su doprinos dale i pojedine kolege tvrdeći da pouzdano znaju da su čitave TV ekipe u konspiraciji sa ministrima koji su "želeli da se slikaju" i da je to osnovni razlog zbog koga je vazduhoplov upućen na ANT a ne na neko drugo "bezbednije" mesto.

Jedna stranka traži čak i da se formira anketni odbor i ispitaju novinari zbog navodno namerno objavljene netačne vesti o sletanju helikoptera i zbrinjavanju bebe. Reč je o pogrešnoj vesti agencije Beta.

Svedočanstvo urednika Internet portala RTS-a čija je pozicija posrednika između ekspanzionističke rasprave u Tviter-zajednici i opravdano znatiželjne publike koja je želela odgovore na dodatna pitanja, referira na kompleksnost postojanja ovakvog neograničenog medijskog prostora u kojem participanti nemaju nikakvu drugu, osim lične odgovornosti, koja je voluntaristička. Iskaz koji je dat najmanifestnije govori o opasnosti pred koju su stavljeni profesionalni novinari, pokušavajući da premoste jaz između dominantnog takozvanog "slobodarskog" mnoštva koje manifestuje Tviter-zajednica i sa druge strane, neophodnosti selekcije onoga što će pod odgovornošću novinara otići u javni medijski prostor.

Sledeći primer, pogodan za profesionalnu analizu, navodi ispitanik iz lista Nedeljnik koji tvrdi da je bitan događaj na Tviteru koji je uticao na tradicionalno novinarstvo događaj u Feketiću¹⁷. Radi razjašnjenja, na zavejanim putevima u Vojvodini, februara 2014. godine,

¹⁷ Zbog snežne mećave koja je zadesila Vojvodinu početkom februara 2014. godine, kolona automobila ostala je zavejana u mestu Feketić. Po nalogu Vlade Srbije, angažovane su spasilačke ekipe, helikopteri Vojske Srbije, kako bi ugroženi na putevima bili evakuisani. U akciju spasavanja lično je išao i premijer Vlade Srbije

tadašnji premijer spasavao je građane zarobljene u smetovima, daleko izlazeći iz svojih dužnosti, u scenama koje su filmične, a u javnosti, preciznije u tviter zajednici, mahom percipirane kao promotivne. Ne ulazeći u analizu diskursa, u težnji da se događaj kontekstualizuje kako bi se bolje razumeo, potrebno je istaći da je u ovom slučaju percipirana dominantna uloga Tvitera: reakcija zajednice na društvenim mrežama na postupak prvog čoveka u državi bila je toliko jaka, a komentari toliko provokativni i direktni, da je premijer na javnoj i zvaničnoj konferenciji za novinare u Vladi odgovarao na pitanja citirajući i pozivajući se na rasprave koje su se vodile na Tviteru (što nije ostalo kao izolovan slučaj, već će se glavni nosioci vlasti sve češće osvrtni na ovu vrstu debate, eksplicitno je apostrofirajući). Premijer je komentarisao i stavove sa snimka parodije koji je ubrzo uklonjen sa Interneta (pogledati fusnotu). Obraćajući se građanima, a direktno se pozivajući na stavove izrečene u raspravi na Tviteru, ukazano je na to da je Tviter–zajednica imala određenog uticaja na formiranje stavova i onih koji nisu učestvovali u raspravi, ne spominjući to da je institucionalnim odgovorom na raspravu koja je vođena u virtuelnoj zajednici, ta rasprava popularizovana i dat joj je dodatni legitimitet.

Iako nije bilo konkretnog odgovora, ovaj događaj je definisao još jednu situaciju u okviru segmenta koji je označen kao “aktivizam i humanizam”, a to je odgovornost prema učinjenom i izrečenom. Ukoliko za greške ili za nešto što je percipirano kao neprimereno i potencijalno opasno, ili sa druge strane pohvalno i promotivno, građani imaju priliku da se direktno izjasne na ovoj društvenoj mreži, to jeste najdelotvorniji i najbrži način komunikacije. Da li će rasprava i pitanja postavljena na ovoj društvenoj mreži dobiti šire razmere, zavisi od toga da li će se ona na neki način institucionalizovati – ili će na njih odgovoriti predstavnici institucija, najčešće na nekom javnom skupu (press konferencija) pre nego na društvenim mrežama, ili će dobiti prostor u tradicionalnim medijima, što je

Aleksandar Vučić, sa ministrom za saobraćaj Aleksandrom Antićem. Dvojica zvaničnika otišla su vojnim helikopterom, u kojem je bilo i nekoliko novinarskih ekipa koji su pozvani da zabeleže taj događaj. Javnost (naročito Tviter zajednica) oštro je reagovala stavom da je reč o ličnoj promociji, a ubrzo potom na Internetu se pojavila i parodija snimka (na osnovu originalnog snimka RTS-a) na kojem premijer spasava dete iz zavejanog područja. Taj video klip ubrzo je nestao sa Youtube kanala, i dalje pod nerazjašnjenim okolnostima. Novinarska udruženja NUNS i NDNV osudili su “cenzuru na Internetu”, a SHARE fondacija koja se bavi zaštitom prava građana na interentu podnela je krivičnu prijavu protiv nepoznate osobe zbog uklanjanja tog snimka sa Interneta. Zajedno su tražili da se utvrdi i odgovornost Radio-televizije Srbije, za koju se sumnjalo da ima veze sa uklanjanjem snimka, nastalog na osnovu snimka te medijske kuće.

često legitimistička funkcija. Ova situacija ukazala je i na boljke mladih demokratija u kojima je produžena tranzicija u političkom smislu rezultirala produženom tranzicijom u medijima i potpunim odsustvom političke kulture komuniciranja. Uklanjanje parodije i odgovaranje na parodiju sa press konferencije iz prostorija Vlade Srbije, kao i partijsko strategijsko angažovanje da se javna reč omeđi (sa koje god strane došlo), govori o nespremnosti vlasti da se suoči sa suprotnim stavovima i drugačijim mišljenjima, istovremeno koliko i govori o nespremnosti novinara da ovakvo ponašanje omeđe, osude i sa njim se izbore. I ovaj primer potvrđuje hipotezu da gde god je skućen prostor medijskih sloboda (ovde radi preciznosti govorimo o mikrodogadajima, a ne o medijskim slobodama kao takvim) virtuelna zajednica doživljava ekspanziju. Svaki pokušaj da se omeđi ova vrsta komunikacije kontraproduktivan je i za one koji je ograničavaju i za one koji istinski žele da učestvuju u raspravi tragajući za onim informacijama na koje nije odgovorilo profesionalno novinarstvo.

– Ljubiša Obradović, urednik Internet portala RTS–a

Uticaj Tvitera, kao i društvenih mreža uopšte, u važnim društvenim događajima je sekundaran. Po mom mišljenju i priča o tzv. Fejsbuk revolucijama je prenaplašena. Delimično možda i sa ciljem da se u nekim prevratima maskiraju ili prikriju pravi akteri.

U prethodnih nekoliko godina od kada se primećuje ekspanzija Tvitera, a slobode medija percipirane su kao nedovoljne, bilo je nekoliko tipičnih situacija koje su započele na Tviteru ili su težište imale na Tviteru, a onda su debate o njima postale toliko vidljive da su se profesionalni novinari, u okvirima propisane uređivačke politike intenzivno osvrtnali na njih i izveštavali o njima. Odgovori koji ovakve stavove potkrepljuju nalaze se u izjavama dvoje ispitanika, sa televizije N1 i iz dnevnog lista Danas. Prvi ispitanik naveo je da su događaji koji su bitno promenili tradicionalno novinarstvo, a čiji su inputi došli sa Tvitera “istraživanja KRIK–a, BIRN–a, gašenje Utiska nedelje... jer tih informacija retko ima u

"tradicionalnim" medijima". Drugi ispitanik je praktično samo dopunio ovaj odgovor precizirajući da u te događaje spadaju i "optužbe za plagijat ministra policije".¹⁸

Autorka rada ne teži da se bavi utvrđivanjem onoga što je u određenim informacijama istinito prikazano, niti teži da osvetli događaje iz nekog drugog ugla, ona ukazuje na onu vrstu novinarstva u kojoj se nosioci vlasti pozivaju na odgovornost, u skladu sa funkcijom psa čuvara društva od samovolje vlasti. U situacijama kada ta funkcija izostane u tradicionalnim medijima, javljaju se pokušaji da tu funkciju preuzme novi medij.

Pozivanje na odgovornost odgovornih u navedenim slučajevima delovalo je kao komplementarni nastup građanske akcije na društvenim mrežama i profesionalnog novinarstva. U slučaju velikih afera koje, očigledno, nisu mogle da dobiju prostor u tradicionalnim medijima, građanska inicijativa na Tviteru bila je pokretač neophodne medijske reakcije. Optužba za plagijat ministra policije bila je karakteristična po tome što su se prvenstveno na pojedinim Internet portalima našli tekstovi koji služe kao materijal "optužbe" (reč je o analizi koju su potpisala trojica profesora sa inostranih fakulteta), zatim su se putem društvenih mreža ekstremno proširile budući da je sajt portala Peščanik, na kojem se tekst našao ubrzo prestao da funkcionise, ali je publika u tradicionalnim medijima imala priliku da vidi samo jednu stranu – odgovore premijera na optužbe. Time su novinari profesionalci, pitajući u ime javnog interesa, koji je prema dometima reakcije osvešćen na društvenim mrežama, omogućili prodor tog pitanja u javni prostor, ali se u konačnom medijskom proizvodu video samo stav druge strane, one koja odgovara na optužbe. Takav lanac komunikacije bio je eklatantan primer krhkog novinarskog profesionalizma, ali i rastuće uloge Tvitera. Taj primer govorio je o omeđenoj svrsishodnosti kada je reč o korišćenju društvenih mreža, ali i narušenom profesionalizmu koji otvara vrata za svaku vrstu skepticizma i kada je o profesiji reč i kada je reč o upotrebi društvenih mreža.

¹⁸ Trojica akademskih radnika sa univerziteta u Notingemu, Istočnom Londonu i Londonu izložili su 3.6.2014. godine na sajtu Peščanik <http://pescanik.net/kako-do-doktorata-lako-slucaj-ministra-stefanovica/> argumente u prilog tezi da je ministar policije Nebojša Stefanović plagirao doktorat. Sajt je ubrzo oboren, tvrdilo se zbog visoke posećenosti, ali se tekst brzo širio putem društvenih mreža.

5.3. Realni i percipirani uticaj gradanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo (metod intervjua)

Uprkos relativno pozitivnom iskazu anketiranih novinara o upotrebi informacija sa društvenih mreža, svaka pojedinačna analiza primera koji su bili simbolični otvarala je i dijalog o opasnostima upotrebe društvenih mreža. Intervjuisani urednici analiziranih medija promišljali su o fenomenu iz svog ugla, služeći kao jedna vrsta kontrolnog glasa medija. Ovom delu istraživanja pristupili su predstavnici onih medija koji su imali naročito indikativne stavove, u smislu da su njihovi novinari u okviru iste redakcije davali dijametralno suprotna gledišta o istoj pojavi, zatim da su iskazali naročit tehnootimizam ili tehnopesimizam, paralelno sa tim što su izabrani urednici renomiranih medija u Srbiji koji u značajnoj meri utiču na to na koji način će ova profesija u Srbiji izgledati. U ovom delu istraživanja našli su se novinari renomiranih medijskih kuća, onih medija čiji su novinari u upitniku davali odgovore koji su na neki način simbolički. Ti odgovori, moguće je, anticipirali su nove obrasce ponašanja, poput potpunog tehnootimizma kakav se manifestuje u evropskim institucijama i onima koji se njima medijski bave (smatrajući da su društvene mreže u evropskim institucijama učinile potpuni preokret u procesu izveštavanja i postale neodvojiv deo novinarske profesije i institucionalnog komuniciranja) ili jedne vrste opreznosti kada je reč o upotrebi društvenih mreža kakvu su, na primer, manifestovali novinari Radio–televizije Srbije. Sumirajući odgovore u ovom delu

istraživanja, može se konstatovati da se, kao i u teoriji, u ovim intervjuima oličavaju dve grupe odgovora, tehnoptimisti i tehnoskeptici.

Imajući u vidu dominantan stav skeptika kada su u pitanju društvene mreže, u narednom tekstu biće predstavljeni stavovi urednika u vodećim medijskim kućama – od javnog servisa do nastarijeg lista na Balkanu “Politike”. U ovom delu istraživanja potencirano je da se kao suprotnost tehnoptimistima nađu tehnoskeptici, a ne tehnopesimisti, zbog toga što nijedan od urednika koji je pristupio ovom delu analize nema pesimističan stav o društvenim mrežama u celosti, ali je oprez koji su manifestovali vrlo očit. Stav o neophodnosti izveštavanja na pažljiv, samosvojan i tradicionalan način karakterističan je za ovu grupu ispitanika – oni primećuju očite promene u brzini izveštavanja, ali tvrde da baš zbog toga nijedno od novinarskih profesionalnih načela ne bi smelo da bude zamenjeno zbog kriterijuma brzine, već, naprotiv, smatraju da u moru informacija funkcije tradicionalnog izveštavanja treba da budu i pojačane.

Sa druge strane, tehnoptimisti iz ovog dela istraživanja ne smatraju da bi bilo koja tradicionalna funkcija u ovom segmentu trebalo da bude zamenjena, ali ističu da društvene mreže provociraju pozitivne tekovine savremenog novinarstva, uključujući brzinu i konciznost kao osnovnu karakteristiku novog doba. Njihova predikcija budućnosti, kada je u pitanju korelacija građanskog i profesionalnog novinarstva, krajnje je pozitivna i u tom smislu oni smatraju da negativni efekti koje primećujemo kada govorimo o manjkavostima aktivizma na Tviteru nužno moraju biti regulisani i anulirani, što će se, veruju, i desiti.

Razgovori o ovoj temi obavljeni su sa desetinama novinara i urednika, ali su za potrebe ovog rada citirani segmenti intervjuja sa pet osobenih predstavnika određenih stavova, po principu koji je naveden u prethodnom delu – onih koji spadaju u grupu tehnoptimista i onih koji spadaju u grupu tehnoskeptika. Poseban akcenat treba staviti na odgovor jedne od redakcija (Južne vesti), čiji su novinari u anketi konstatovali naročit slobodarski duh u redakciji i naročit tehnoptimizam, da bi njihovo rukovodstvo u ovom delu istraživanja isticalo naročit oprez kada je reč o preuzimanju informacija. Ispitanici koji su citirani u ovom delu analize:

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

1. Nikola Trklja, zamenik glavnog i odgovornog urednika Politike,
2. Zoran Panović, glavni i odgovorni urednik Danas-a,
3. Ljubiša Obradović, glavni i odgovorni urednik Internet portala Radio-televizije Srbije,
4. Ivan Ilić, dopisnik iz Brisela Radio-televiziji Vojvodine,
5. Predrag Blagojević, urednik Južnih vesti iz Niša.

Metod intervjuisanja urednika medija dopunski je metod kojim se detaljnije razrađuju stavovi medijskih poslenika o tematici koja je ostala nedovoljno osvetljena analizom anonimnih upitnika koji su popunjavali novinari. Cilj intervju sa urednicima medija bio je da se detektuje stav uredništava prema novom aktivizmu publike kroz detekciju stava prema upotrebi društvenih mreža. Stoga je analiziran:

1. stav prema društvenim mrežama,
2. stav prema sadržaju informacija,
3. svrsishodnost društvenih mreža – od upotrebe do zloupotrebe i opasnosti koje nosi ovakav vid aktivizma.

5.3.1. Stav prema društvenim mrežama

Intervjui ukazuju na to da je odnos prema društvenim mrežama u datim medijima u mnogome profilisaniji nego odnos sagovornika u anonimnom upitniku. Urednici u datim medijima društvene mreže uglavnom doživljavaju, prema rezultatima analize njihovih odgovora, kao mesto na kojem je moguće saznati informacije, ali im oni ne pridaju prevelikog značaja, osim ispitanika koji radi kao dopisnik u evropskim institucijama koje beleže veliku ekspanziju komuniciranja putem društvenih mreža. Međutim, ako se ustanovi da urednici tradicionalnih medija gaje određenu sumnju prema ovom vidu aktivizma, treba imati u vidu da se skepticizam koji je plasiran u datim stavovima, uglavnom bazira na oprezu koje gaje i novinari i urednici u tradicionalnim medijima. Oni neretko i reaguju na

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

samu konstrukciju “građansko novinarstvo” smatrajući da je reč o nepotrebnom laiciziranju novinarske profesije, jer smatraju da to, pre svega nije novinarstvo, i da se iz sintagme “građansko novinarstvo” novinari izuzimaju kao građani. Prema mišljenju ove grupe ispitanika, uticaj društvenih mreža, pre svega Tvitera na profesionalno izveštavanje krajnje je omeđen, a uz to i sekundaran. U ovom delu istraživanja autorka rada pokušavala je da ustanovi koji to elementi društvenih mreža i koja vrsta informacija koje su plasirane na njima izaziva ovaj vid skepticizma. Zbog čega urednici, ti koji odlučuju o plasmanu informacija, uprkos relativno pozitivnom stavu novinara prema sadržajima sa društvenih mreža izraženom u upitniku, tako često izražavaju suprotno mišljenje. Pretpostavilo se da će se u celovitim, detaljnijim i bolje obrazloženim odgovorima urednika dobiti bolji uvid u nijansiranost stavova o društvenim mrežama. Naročito se akcentuje stav urednika Južnih vesti, koji je dominantno oprezan imajući u vidu naročito pozitivan stav novinara te redakcije, koji je izražen u anketi. Međutim, pre nego što se pristupi detaljnijoj analizi njihovih stavova, neophodno je predstaviti osnovna gledišta kada je reč o građanskom novinarstvu i uopšte o novoj vrsti aktivizma, u korelaciji sa tradicionalnim medijima.

Ljubiša Obradović, RTS *Takozvano građansko novinarstvo, pa i informacije koje se pojavljuju na Tviteru, ako ne potiču od oficijelnih izvora ili od etabliranih medija, mogu biti od koristi ali samo kao dokument koji će biti predmet klasične, profesionalne, novinarske "obrade".*

Nikola Trklja, Politika *Ja volim paralelu sa kafanskim novinarstvom. Starije generacije novinara su saznavale informacije u kafani, stoga ja imam tezu da su društvene mreže kafana na mreži. To što se dešava na društvenim mrežama je ono što je bilo za kafanskim stolom, i to je taj nivo pouzdanosti – društvenu funkciju koju je imala kafana sad imaju društvene mreže. Tada nikome nije palo na pamet da objavi tu informaciju iz kafane, nego je išao u proveru. I tako je glavni problem onih koji uzimaju informacije sa Tvitera, to što ih uzimaju zdravo za gotovo. Vi možete da čujete izuzetno zanimljive stvari na Tviteru, možete čak i prvi da ih čujete, ali ne možete od toga da napravite tekst, to je inicijalni izvor koji morate proveriti.*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Zoran Panović, Danas *Građansko novinarstvo je ideološka konstrukcija, ne postoji “civilno novinarstvo”, postoji samo “novinarstvo”, tako da je to već jedna vrsta ideologizacije novinarstva kojoj se protivim. Postoje građanski orijentisani mediji, kao što ne postoji seljačko novinarstvo. Mislim da su društvene mreže i komentari na tekstovima izraz kolektivnog podsvesnog, to je jungovska kategorija jer je količina ludila koja izbija iz toga fascinantna. Mislim da tvit može da se koristi kao garnir u novinama, svi to praktično imate u svakom listu, kod nas se zove Twiterlend. To je važan segment u smislu da neka ozbiljna ličnost pošalje poruku i stav, u situaciji kada oni postaju relevantni.*

Predrag Blagojević, Južne vesti *Teško je očekivati i osloniti se na građansko novinarstvo u smislu da novinari pišu ono što su im građani javili. Ne mogu sa tim da se složim, pre svega jer su novinari izloženi stalnoj opasnosti kršenja kodeksa, nemaju drugu stranu priče, niti su proverili autentičnost izvora. Čak i da građani pošalju dokument, na primer fotografiju, novinar ne zna da li je autentična. Ono što ja mogu da pronađem u konstrukciji “građansko novinarstvo” je da definišem način izveštavanja, ne iz tehničkog ugla, nego suštinski, kada se izveštava tako što se odgovara na pitanje zašto je tema bitna građanima, odnosno da ono što građani plasiraju bude povod za novinarsko istraživanje.*

Ivan Ilić, RTV *Promenio se način komuniciranja, u smislu da se promenila informacija zato što se smešta u 140 kraktera. Tu više nema mesta za opširnost već samo za elementarnu informaciju što je dobro, jer izgleda da su ljudi uspeli da se izbaždare da se informišu u 140 karaktera i da dobiju mnogo više informacija. Tviter je pružio prostor i običnim građanima da iskažu mišljenje i da se bave građanskim novinarstvom, i tako smo naučeni da sve može da bude vest. Ne može se sve to podvesti pod kriterijum pouzdanosti, ali verujem da će u naredim godinama kad se bude kristalisao način upotrebe, a ne zloupotrebe društvenih mreža, mislim da ćemo imati zadovoljene sve kriterijume.*

Oprezu koji je iskazan među urednicima vodećih ozbiljnih informativno političkih medija korisno je konfrontirati obrazac koji je uočen među novinarima koji posluju u inostranom okruženju, a za domaće medije. Kao primer analize namerno je uzet novinar regionalnog javnog servisa, a dopisnik iz Brisela, jer je reč o trostrukom kriterijumu: prema

prvom, reč je o dopisniku koji prati rad evropskih institucija koje su prema svedočanstvu i novinara i atašea za medije potpuno promenile način komuniciranja sa javnošću u korist Tvitera. Prema rečima press atašea Evropske narodne stranke (European People's Party) čak 80% svih informacija o evropskim institucijama se prvo pojave na Tviteru¹⁹. Prema drugom kriterijumu (koji se odnosi na ovaj pojedinačni slučaj), intervjuisani novinar pokazao je obrazac ponašanja entuzijaste (Hedman & Djerf-Pierre, 2013) kada su u pitanju upotreba društvenih mreža i građanskog novinarstva u profesionalnim izveštavanju. Treće – uprkos radu u evropskim institucijama koje manifestuju određen obrazac ponašanja, uprkos stavu da su društvene mreže pozitivne, ovaj novinar radi za prilično krut sistem kakav je javni servis, čiji su se novinari i u upitniku često izjašnjavali kao oprezni korisnici novog medija. Stav o entuzijastičkom pristupu najviše se oslanja na teorijsku potku Dena Gilmora, jer iskazuje vidan tehnootimizam. Osnovu za takav stav daje i okruženje u kojem dati novinar i urednik radi – pre svega zato što se u institucijama Evropske unije provocira upotreba društvenih mreža kao legitimnog načina komunikacije, ali u smeru od članova institucija ka javnosti. Taj difuzni model komunikacije karakterističan je za masovne medije, stoga za nove medije nije nov, međutim novinari koji izveštavaju iz ovih institucija smatraju ga sasvim legitimnim i olakšavajućim vidom komuniciranja. O tome kako je promenjen način komuniciranja biće reči u daljem tekstu, analizom razgovora sa predstavnicima tih institucija koji svedoče o ovoj praksi, ali će se prikazati zbog čega je komunikacija difuzna sa stanovišta starog izvora informisanja i zbog čega je dati primer predstavljen kao entuzijastički obrazac tehnootimizma:

Ivan Ilić, RTV *Komunikaciju sa novinarima drastično su ubrzale društvene mreže, brendirajući društvene mreže kao kanal komunikacije koji je legitiman. Svi komesari, svi učesnici komunikacije imaju verifikovane naloge na društvenim mrežama poput Tvitera, pa se komunikacija promenila u smislu da je informacija mnogo brža. Navešću i primer koji se odnosio na naš slučaj, na slučaj Srbije: evropski komesar Herman Van Rompej objavio je na svom Tviter nalogu da je Srbija dobila kandidaturu 10 minuta pre nego što je zvanični*

¹⁹ Iz intervju sa Marinom Babarovićem, pres atašeam Evropske narodne partije. Intervju u cilju prikupljanja podataka rađen je za potrebe disertacije.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

sastanak ministara i završen. To znači da smo sve informacije mogli da koristimo, uz pozivanje na izvor i to pre završetka sastanka, a ne pre press konferencije.

Ako se posmatraju dosadašnji odgovori profesionalaca iz prakse, uočljivo je da u četiri tradicionalna medija u Srbiji postoje četiri različita stanovišta koja su u nekom smislu i reprezentivi stavova tradicionalnih medija. Ono što je zajedničko, biće da niko od ovih ispitanika ne negira kriterijum brzine i sveprisutnost ovakvog načina publikovanja informacija, ali se u sva četiri slučaja među ozbiljnim, kvalitetnim medijima ističe kriterijum pouzdanosti kao nešto što bi moralo da stavi branu na ulazak ovakvog vida informisanja u javni medijski prostor. Dok urednici RTS-a i Danas-a negiraju čak i konstrukciju "građansko novinarstvo" smatrajući je netačnom formulacijom i nedovoljno jasnim konceptom, nijedan od ovih predstavnika ne može da porekne prisutnost novog vida aktivizma publike, uprkos postojanju tradicionalnih izvora informisanja. Slični stavovi povezuju urednike Politike i Južnih vesti, iako u potpuno suprotnom kontestu. U prvom slučaju, Politici, reč je o štampi metropole, u drugom slučaju, Južnih vesti, reč je o lokalnoj štampi. Politika je najstariji ozbiljni informativno-politički list, dok su Južne vesti manja lokalna redakcija, relativno nova, koja okuplja novinare mlađe dobi, ali i publiku mlađe dobi. I na kraju, dok su novinari Politike i u anketi pokazali određenu vrstu suzdržanosti i opreznosti kada je reč o upotrebi društvenih mreža, novinari Južnih vesti pokazali su veliki tehnooptimizam i krajnje otvoren stav prema informacijama koje dolaze sa društvenih mreža. Ipak i jedan i drugi urednik ova dva lista delili su slične stavove opreza, kao i slična iskustva kada je reč o aktivizmu na društvenim mrežama, naročito Tviteru. Generalna je teza da ove informacije mogu služiti kao polazno odredište za početak istraživanja ili kao korektiv za dopunu informacije ako je reč o angažovanom i osvešćenom građaninu, ali da je svaka njihova drugačija uloga prenaplašena.

5.3.2. Stav prema sadržaju informacija

Ustanovljavanje razlike koje proističu iz sadržaja zahteva detaljnu analizu sadržaja i analizu diskursa, međutim, u ovom delu analize težiće se da se obrade stavovi novinara prema sadržaju koji potiče sa društvene mreže Tviter i u nekoj je vrsti korelacije sa novinarskom praksom u tradicionalnim medijima. Da bi se jasnije ustanovilo koji je to sadržaj koji direktno ili posredno iz društvenih mreža ulazi u medijski prostor i kakav je njegov kvalitet, poći će se od razlike u vrsti ponuđenog sadržaja:

1. poruke koje nose određenu informaciju,
2. specifične stavove i gledišta koji su atraktivni kako širem auditorijumu, tako i profesionalnim novinarima.

Govoreći o prvom kriterijumu, u kojem se analiziraju poruke koje su bazirane na strukturi informacije 5w's (Todorović, 2002) može se ustanoviti da je reč o sadržaju koji je najviše sporan za urednike tradicionalnih medija, odnosno reč je o sadržaju prema kojem urednici tradicionalnih medija imaju najviše zadržke i opreza. Nosioци poruka koje jesu bazirane na određenoj informaciji, na vesti, mogu biti obični građani, institucije i medijske ličnosti, međutim samo u prvom slučaju moguće je da ne bude reč o klasičnom, tradicionalnom izvoru informisanja, na šta urednici tradicionalnih medija obraćaju najviše pažnje. U prethodnom tekstu, novinari su se izjašnjavali o tome da li poruku "nose" medijske ličnosti ili građani i, tradicionalno, više poverenja imali su u medijske ličnosti, svoje etablirane sagovornike koje u svakom momentu mogu pozvati na odgovornost za izgovorenu reč.

Sa druge strane, kada je reč o publici, građanima, istaknut je značaj građanina kao očevica u kriznim situacijama, međutim, u svim slučajevima kada izvor koji nosi poruku baziranu na 5w's plasira određeni sadržaj, prema stanovištu urednika u ozbiljnim medijima, fokus se, sa reči "sadržaj", premešta na reč "provera". Dok urednik javnog servisa naročito ističe da izvor mora biti oficijelni i etabliran, bilo da se govori o mediju ili osobi, a da će sadržaj u svakom slučaju biti podvrgnut klasičnom načinu profesionalne obrade i provere podataka, urednik iz lista Politika na istom tragu ističe da su pouzdanost i provera iz više izvora osnovni novinarski postulati, stoga bi svaki drugi postupak bio primer loše ili čak

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

“ne–novinarske“ prakse. Da je važnije da se, zbog provere, kasni sa objavljivanjem sadržaja, pre nego da se bude prvi na uštrb kredibiliteta saglasan je i urednik Južnih vesti. Pouzdanost i provera su stoga osnovni i jedini kriterijumi i prva asocijacija za novinare u ozbiljnim informativno–političkim medijima. To ne znači da oni koji konfrontiraju stavove u ovom domenu negiraju bilo koji od ova dva principa, nego da u njihovom slučaju potreba za proverom motiviše Tviter aktivizam pre nego što stavlja kočnice na ovaj vid komuniciranja.

Ivan Ilić, RTV *Vrlo je koristan kada je reč o breaking news situacijama. Uzmimo na primer teroristički napad u Parizu, mogli smo da pratimo slike sa događaja, razne linkove, svedočanstva. I tu je uvek pitanje relevantnosti i pouzdanosti izvora. Znale su i slike da budu lažne, sve to treba uzeti sa rezervom, ali iako je 60–70% onoga što relevantan građanski izvor može da pruži to je jedan sasvim pristojan koncept.*

Nikola Trklja, Politika *Tviter može da bude relevantan u situacijama koje iziskuju određene humanitarne akcije. Za najbolji primer možemo uzeti poplave, kada su se, kako se sećam, pozivali “tviteraši” za određenu akciju. Ljudi su se angažovali u akciji spasavanja ljudi i tu se pokazalo da nijedan drugi medij nije mogao brže da informiše. Bilo je potrebno da građani napišu gde je potrebna pomoć i o kakvoj pomoći je reč. Ne postoji brža mreža koja se širi od Twitera, ali je pitanje da se to ne zloupotrebi i da se koristi u prave svrhe.*

Zoran Panović, Danas *Pošto tweet ima ograničen broj karaktera, neko će reći kratku poruku koja je relevantna i ona će na neki način ući u medijski prostor. Ali to može uraditi na isti način kao što bi to nekad uradila agencija i svi oni koji su pretplaćeni na agenciju.*

Petar Blagojević, Južne vesti *U našim tekstovima nije dozvoljeno da se ubaci bilo šta što ne možemo da dokažemo, odakle god da potiče, pa čak i kada se objavljuju komentari ispod teksta koristimo premoderaciju – komentar mora da se odobri, mišljenje može da bude objavljeno, ali ne i tvrdnja. Recimo da to jeste neka vrsta tradicionalne kontrole i kada je reč o novim medijima. Jer, ukoliko bi novinar uzeo tuđu fotografiju koju je neko objavio na Tviteru on je u opasnosti da prekrši kodeks, potencijalno objavi netačnu informaciju, a prezentuje je kao činjenicu i dalje potencijalno krši autorska prava, jer ni ta*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

fotografija ne mora da bude autorsko delo onog ko je objavio, iako je on predstavlja kao svoju. Dakle, nije problem da se ta informacija iskoristi kao polazna tačka ali ne smemo da se oslonimo da se to desilo. Nije poenta da budemo prvi u nečemu, već da budemo provereni.

Prema kriterijumu sadržaja iz prethodnih odgovora uočljivo je da poruka mora da ili nosi informaciju, vest u smislu da je nova, originalna, angažovana ili na bilo koji drugi način relevantna i da, pored toga, bude i proverena. Međutim, u javnom prostoru često se nalaze poruke koje se baziraju na ekspresiji stavova i gledišta, što je drugi segment ove primarne podele prema sadržaju objavljene informacije. Iako je pojava sve češća u tabloidima i polutabloidima, na način da u Srbiji gotovo nemamo list koji nema odvojenu rubriku koja je bazirana na stavovima objavljenim na Tviteru, posebno je interesantan list Danas koji takvom načinu informisanja daje i medijski prostor kroz posebne i stalne rubrike (Twitterland). Uprkos tome što se čini da su odgovori koji dolaze u štampu, a preuzeti su sa Tvitera, nasumično birani, treba imati u vidu da se i u tom slučaju koriste stavovi koji su osim kriterijuma koji su karakteristični za tradicionalne medije, morali da se u moru ostalih informacija, gledišta i stavova izbore sa naročito vrednovanim dodatnim kriterijumom – originalnošću. To znači da poruke koje se objavljuju u zasebnim rubrikama namenjenim samo za stavove preuzete sa Tvitera moraju sadržati određenu posebnost, autentičnost i kreativnost, a u izboru kome će se dati prostor ponovo prednjače već etablirane medijske ličnosti pripisujući im nove karakteristike ili, sa druge strane, ličnosti koje su već afirmisane u Tviter zajednici. Objavljivanjem takvog sadržaja u tradicionalnim medijima, ove poruke dobijaju određenu legitimnost, a njihovi autori dodatno (samo)vrednovanje.

U analizi ovih odgovora, objavljenim u različitim medijima, kada se vrednuju i citiraju ovakvi načini informisanja, trebalo bi znati da je često reč o promišljanju manje ili više objektivne kritičke javnosti o datoj temi od društvenog značaja. Takav proces višestruko je značajan u kontekstu formiranja kritičkog javnog mnjenja koje bi moglo da posluži kao korektiv, što novinarima tokom njihovog profesionalnog izveštavanja, što publici koja bi o datoj temi mogla da promišlja sa različitih stanovišta. Međutim, kao što je već navedeno, ni uredništvo lista koji navode najzanimljivije i na neki način osobene

poruke ne doživljava ih nikako više od “začina“, ukrasa, zanimacije, uprkos tome što bi mogli da služe kao kritičko mišljenje manje ili više neutralnog participanta. Tradicionalna funkcija medija ponovo dobija na važnosti jer se za prilog “začinu“ biraju stavovi manje ili više poznatih ličnosti, čak i da nisu afirmisani u medijskom prostoru, onda zasigurno jesu u prostoru koji se prepoznaje kao Tviter–zajednica. Istovremeno, te rubrike se mogu koristiti i za plasman stavova koji su u datom mediju poželjni kako bi se dala potpora uređivačkoj politici datog medija. Izbor “tvitova“ takođe može biti jedan od načina za politički marketing ili neku drugu vrstu skrivene propagande.

Iako manifestno služi kao garnir, nisu isključeni ni oni koji smatraju da bi praćenje stavova na Tviteru bilo korisno sa stanovišta korektivne uloge koju ova društvena mreža nosi, dajući prostor za komentarisanje i korekciju rada novinara. Novinar, bilo da radi u štampi, radiju ili televiziji može u istom momentu na Tviteru videti reakciju publike na svoje izveštavanje. Tu reakciju građana ni novinar niti bilo ko drugi ne može sakriti ili omeđiti, što je donelo novu vrstu transparentnosti u percepciji novinarskog posla, ali istovremeno i novi izazov i zadatak za novinare. U tim stavovima može biti i ključnih informacija, o čemu je više bilo reči u prethodnim poglavljima.

Nikola Trklja, Politika *Vi možete da saznate dobar deo informacija na Tviteru u komentarima čitalaca. Na primer, neko komentariše na Tviter nalogu Politike. Neka je svaki pedeseti ostavio komentar u vezi sa tekstem, to je vama neki trag. Ili recimo, komentarišući određeni tekst čitalac nekada ostavi uputstvo kojem navodi “pogledajte, pre 5 godina desilo se...” Takav stav nije samo od značaja meni kao novinaru i uredniku, već i svima drugima koji idu tim putem i bave se tom temom.*

Predrag Blagojević, Južne vesti *Građansko novinarstvo na Tviteru može da služi kao korektiv, kada nam građani ukažu na to da imamo pogrešne podatke, ili žele na neki način da dopune vest, dajući nam dodatne informacije. Na primer, na objavljen tekst oni dodaju “jeste li znali da...” i daju neki novi background vesti, koji pojašnjava kontekst. Ili nam alarmiraju da nešto o čemu smo već izveštavali ima nastavak za koji se novinari nisu interesovali, nisu videli, a informacija je od značaja za građane. Na primer, kada je ministar policije otvorio novu stanicu policije, nama su se građani sutradan javili da kažu*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

da je ta stanica zaključana. Nikome od novinara nije palo na pamet da proveri da li novootvorena stanica radi.

Kako je objektivno komentarisanje uz argumentovanu analizu odraz visoko osvešćenog i razvijenog društva odgovornosti, onda će postati jasno da će u Srbiji ovaj aktivizam naročito osvetliti onu drugu stranu, prema kojoj su društvene mreže zloupotrebene pre nego što su upotrebljene. Zloupotreba društvenih mreža i opasnosti koje dolaze iz takvog vida aktivizma predmet su polemike i uzrok novinarske skepse i opreza kada je reč o preuzimanju ovih informacija i taj ugao obrađen je u posebnom segmentu. Međutim, uprkos oprezu koji imaju kada je reč o svakoj vrsti upotrebe društvenih mreža, ispitanici bilo da su tehnioptimističkog ili tehnoskeptičkog stanovišta nalaze pozitivne aspekte korektivne uloge koju donose društvene mreže, smatrajući kritičku funkciju osvešćene publike blagotvornom za novinarski posao.

Nikola Trklja, Politika *Ono što je internet sam doneo, interakciju, koja još datira od foruma, to je za nas u štampanim medijima fantastično. Mi nikada ranije nismo znali kakva je reakcija publike na ono što smo napisali, dok nam se neko ne javi pismom, telefonom ili mail-om u redakciju. I ne samo što podspešuju interakciju, već društvene mreže mogu da budu i dobar korektiv. Morate da se suočite sa činjenicom da bilo šta da uradite imaćete određenu reakciju ljudi na društvenim mrežama. Međutim, ako znate da oni koji su oni koji su aktivni na mrežama često politički opredeljeni, a neki od njih naročito politički opredeljeni slika je nešto drugačija. Tako je recimo Radulović²⁰ po Tviteru trebalo da dobije najmanje 15 odsto glasova, ali kad su prebrojali glasove pokazalo se da je odlično uradio kampanju na Tviteru, ali da je domet tvitova u Srbiji mali.*

Predrag Blagojević, Južne vesti *Kod građanskog novinarstva možeš da uočiš šta građane muči, a sa druge strane oni vide nešto što novinari ne vide. Međutim, kada informacije koje su navedene kao građansko novinarstvo uđu u profesionalno, u mainstream medije, to može biti opasno.*

²⁰ Saša Radulović, predsednik stranke "Dosta je bilo" izbore za izbornu kampanju 2014. godine bazirao je na aktivizmu na društvenim mrežama, ali nije prešao cenzus potreban za ulazak u parlament (prim. aut)

5.3.3. Svrshodnost društvenih mreža – od upotrebe do zloupotrebe

Imajući u vidu stavove dobijene iz ankete i stavove intervjuisanih novinara, može se zaključiti da su društvene mreže višestruko korisne u situacijama kada ne postoji nijedan drugi izvor informacija. To mogu biti nepredvidivi događaji, ali te informacije u kvalitetnim medijima, kao što je već navedeno, podležu naročitim nivoima ograda i provera. Sa druge strane, ako je reč o događajima koje sadrže određeni stepen predvidivosti, može se govoriti o situaciji kada u tradicionalnim medijima ne postoji prostor za ulazak drugih i drugačijeg mišljenja, stavova i gledišta. To znači da Tviter može poslužiti kao prostor za manifestovanje i predstavljanje stavova u situacijama kada ne postoji drugi medijski prostor gde bi se mogla čuti polemika o određenim događajima i pojavama, na isti način na koji može postati izvor informacija, u situacijama u kojima ne postoji drugi izvor. Takve situacije, u kojima se jedino na društvenim mrežama mogu čuti određeni stavovi koji manifestuju kritičku grupu mišljenja, a ne ulaze u javni medijski prostor (pri tome ne pozivaju na mržnju, linč...) govore o krhkim demokratijama, neinstitucionalnim sistemima, krutim vladavinama, manjkavom novinarskom profesionalizmu i vrlo često, zloupotrebi moći na više nivoa. To primećuju i tehnootimisti i tehnoskeptici, ne negirajući da pojačani aktivizam na Tviteru korelira sa situacijama skućene propustljivosti u tradicionalnim medijima.

Zoran Panović, Danas *Situacije u kojima su mejnstrim mediji pod kontrolom, pritiscima ili nisu dovoljno jaki, možemo reći da su u tim situacijama društvene mreže jako dobre. Služe kao alternative tom zatvorenom izveštavanju, dobre su i korisne za ostvarivanje slobode. Međutim, teško ih je kanalisati i kontrolisati i često mogu da budu oružje u suprotnom smeru, na društvenim mrežama često može da ponikne i linč, čak i kad se rasprave vode pod "firmom" odbrane "pravih vrednosti".*

Imajući u vidu sposobnost aktivnih građana participanata na društvenim mrežama da budu kanal informisanja i kanal sagledavanja "nepodobnih" gledišta u situaciji kada

služe i kao lakmus papir za detekciju hermetičnosti tradicionalnih medija u nestabilnom društveno-političkom kontekstu, mora se obratiti dužna novinarska pažnja na opasnosti ovakvog vida komuniciranja. Na taj problem ponovo ukazuje i urednik Danas—a koji tvrdi da nekanalisana masa, možda čak i vođena dobrim namerama, može biti opasna, jer anonimni ili već protežirani interesni participanti nemaju svest o snazi i efektima javne reči. Za druge članove zajednice ili učesnike te komunikacije takva nesmotrenost može biti pogubna.

Zoran Panović, Danas *Sećam se dobro afere Nele Karajlić²¹. Neko ga je video u Sarajevu u nekoj kafani, zatim su krenuli da pišu i da kače fotografije po društvenim mrežama, a onda je Karajlić morao da se evakuše iz Sarajeva, pod pratnjom policije.*

Iako je primer manifestan i otrežnjujući, tehnooptimisti smatraju da pojedinačni ekscesi ne treba da važe za opšti princip odnosa prema društvenim mrežama. Ovo stanovište broji mnogo pozitivnijih tekovina od pojedinačnih slučajeva kada društvene mreže nisu na adekvatan način upotrebljene i nadaju se da će vreme koje dolazi uvesti regulative u ovaj sistem.

Ivan Ilić, RTV *Naravno da postoji zloupotreba sve što je korisno i upotrebljivo kao i za lek da postoji nus pojava. Ja ipak verujem da će dobro i korisno što nose društvene mreže preovladati iako nas u ovom momentu znaju da preplave informacije i da pritom budu konfuzne. Nadam se da će u budućnosti ljudi baviti uređenjem sajberprostora i da to može da bude od velike koristi.*

Uprkos postojanju krajnje različitih odgovora sa stanovišta optimizma i pesimizma, u smislu vode li društvene mreže svrsishodnoj upotrebi ili sve češćoj zloupotrebi, mora se razmatrati pitanje važe li novinarski postulati u situacijama kada ne znamo ni ko šalje informaciju niti na koji način i prema kome treba da uredimo sajber prostor, ako su akteri katkad potpuno nepoznati. Novinarski postulati kojima se težilo u prethodnim odgovorima mogu postojati i biti delotvorni samo u situaciji ako se zna ko je pošiljalac informacije,

²¹ Umetnik Nele Karajlić, koji je u predratnom periodu živeo i plodonosno stvarao u Sarajevu, po sopstvenom priznanju nikada posle rata nije otišao u prestonicu Bosne i Hercegovine, odnosno u grad u kojem je rođen i u kojem je odrastao.

odnosno iz kog i kakvog centra dolazi takva informacija, kako bi čitalac mogao da je vrednuje. Odgovor na to pitanje od početka je bacalo senku na potpuno slobodarski pristup novinarskom izražavanju jer se pretpostavilo da to što se komunikator ponaša kao anonimni participant u procesu komuniciranja ne znači nužno da je lišen bilo kakvog spoljnog interesnog uticaja a, sa druge strane, u najvećem broju slučajeva potpuno je lišen odgovornosti za izgovorenu reč.

Predrag Blagojević, Južne vesti *Nama se konkretno nije dešavalo, ali našim kolegama jeste, da su ljudi postavljali i slali tuđe slike o nevremenu, kao svoje. Nije samo problem što je slika tuđa, uzeta sa nekog foruma, već što našu redakciju može da tuži čovek čija je to slika. Mi uvek vodimo računa o tome, proveravamo ko je to poslao, pogledamo i ostale tvitove, šta piše taj čovek, da li su mu prethodne objave na neki način problematične, da li je fašista, promoviše li nasilje ili je savestan građanin. Onda smo se odlučili da “embedujemo”²² postove, što u velikoj meri skida odgovornost sa novinara – nisi prekršio autorska prava, a čitalac zna čija je to informacija.*

Ako je i u dobrim namerama, građanin participant nedovoljno upućen u elementarna pravila profesionalnog novinarstva, uključujući i svest o autorskim pravima, ne može se isključiti suprotna situacija u kojoj je građanin participant lišen uticaja različitih interesnih grupa kojima je svesno ili nesvesno izložen. Stoga se i deset godina od osnivanja Tviterra već slobodno govori o krizi javnog komuniciranja, smatrajući da je čitav proces zloupotrebljen na uštrb anonimnih bezinteresnih participanta. To znači da su etablirani mediji i već prepoznate institucije kroz svoje marketinške timove samo proširile uticaj na javni prostor pre nego što su anonimnim građanima participantima dozvolili da učestvuju u virtualnoj javnoj raspravi. Odgovori urednika ozbiljnih medija u Srbiji pokazuju da se već dolazi do određenog stepena zasićenja zbog neprestanog interesnog ometanja komuniciranja, takozvanog “trolovanja”, kako bi se postigli određeni interesi. To nije samo domaći trend, odnosno domaći strah. Novinar Fajnenšl Tajmsa Nil Bakli²³ je za potrebe

²² Embed (engl) – ugraditi, preneti sa izvornog mesta sa jasnim oznakama porekla (prim. prev aut).

²³ Neil Buckley, Financial Times, London, mart 2016. godine. Intervjui rađeni u okviru studijske posete Briselu i Londonu, pod pokroviteljstvom Delegacije EU u Srbiji. Segmenti su, uz dozvolu autora, korišćeni za ovu doktorsku disertaciju.

istraživanja u ovom intervjuu rekao da je “trolovanje“ i ubacivanje nebitnih ili zlonamernih informacija sklonilo mnoge učesnike iz debate sa društvenih mreža koje su u biti mogle da posluže korisnijem informisanju. Takve strahove opravdano dele i urednici u domaćim medijima.

Nikola Trklja, Politika *Danas ima dosta polarizacije na Tviteru, više političkog agitovanja nego tvitovanja, sve manje ljudi koji tvituju za svoj groš, jer im je to zanimljivo, vi imate tačno određene termine kada se nešto pojavi, tačno vidite one koji određene događaje po obavezi kritikuju i one koji im odgovaraju i to više ne može da se uzme kao relevantno za novinarski tekst u smislu “ova izjava je izazvala veliku pažnju“. Na početku ljudi su počeli da izlaze iz anonimnosti. Ono što je mene privuklo Tviteru pre 5 do 6 godina, to je bio na prvu loptu dobar smisao za humor, pošto je to kratka forma, neki cinizam, baš dobar humor. Ljudi su komentarisali Drugi dnevnik RTS–a, bio je to običaj, to je bilo uživanje: gledaš Dnevnik i gledaš u isto vreme komentare. Kasnije se to preselilo na Utisak nedelje, postavljala su se pitanja, mreža se proširila i tu su ljudi postavljali pitanja i dolazili u polemike. Dosta novinara je učestvovalo u tome.*

Predrag Blagojević, Južne vesti *Tviter nalog može da otvori bilo ko pod kojim hoćeš imenom i ne postoji nikakav način provere. Kada sam prilikom intervju sa Zoranom Kesićem, pitao čitaoce šta bi pitali mog sagovornika, javio se jedan korisnik koji je nosio ime jednog poslanika. Proveravao sam taj profil i u potpunosti je odgovarao aktivnostima tog poslanika, stavovima, broju pratilaca itd. Kasnije se ispostavilo da to nije bio pravi Tviter profil, iako sam ga ja citirao u intervjuu. Niko nije mogao da zna.*

Ako se posmatraju pređašnji odgovori dolazi se do zaključka da uredništvo tradicionalnih medija skepticizam prema novoj publici zasniva na nekoliko stavova. Pre svega, on i dalje nema poverenja u anonimnog participanta koji može biti očevidac događaja, s tim što tradicionalni mediji nemaju nikakvu potvrdu o autentičnosti, ni izvora, ni informacije. Čak i da se pođe od krajnje optimističnog stava da su anonimni participanti u najvećem broju pošli od dobrih namera, urednici sve češće primećuju organizovane grupe koje se bave interesnim plasmanom informacija – od toga da je reč o pripadnicima

određenih političkih partija, pripadnicima određenih interesnih grupa, do toga da je reč o reklamnom sadržaju različitih marketinških struktura. Stoga skepticizam sve više uzima maha, imajući u vidu da se za sve ove segmente može naći jasno utemeljenje. Svaki od ovih segmenata dominantno ukazuje na to da su društvene mreže, sudeći prema stavovima onih koji odlučuju u ulasku takvih stavova u javni medijski prostor, sklone različitim vidovima manipulacije, stoga se sve češće govori o krizi komuniciranja na društvenim mrežama, pre svega na Tviteru. Odnosno i sasvim precizno, kriza komuniciranja odnosi se na upotrebu društvenih mreža za profesionalno izveštavanje i na formiranje stavova onih kojima je zadatak da profesionalno informišu. Ekstenzirana kriza komuniciranja je, dakle, svoje mesto našla i na društvenim mrežama, barem ako govorimo o glasu anonimnih participanata. Shvativši uticaj društvenih mreža, lakoću plasiranja informacija i jačinu dometa takvog sadržaja, tradicionalni mediji su brzo shvatili da je mogućnost da svakodnevno dosegnu što veći broj čitalaca mnogo korisnija i celishodnija od toga da ekscesno uključuju auditorijum u proces profesionalnog izveštavanja što im nosi pregršt rizika. Stoga su se gotovo svi mediji okrenuli masovnom plasiranju sadržaja na Tviteru, povezujući linkovima kratke tviter poruke sa zvaničnim stranicama svojih onlajn izdanja, pre nego što su širom otvorili vrata svom novom aktivnom auditorijumu.

Predrag Blagojević, Južne vesti *Naš sajt ima između 40.000 i 50.000 poseta dnevno. Trenutno nam 40% ljudi dolazi sa Fejsbuk, dok tek 5 % sa Tvitera. Međutim, uticaj Tvitera po broju čitalaca je zanemarljiviji u odnosu na Fejsbuk , ali je realni uticaj mnogo veći. Ja znam ko me prati na Tviteru, pa je moja promocija, kao novinara, kroz stavove koje plasiram mnogo bolja i dolazi do većeg broja značajnih ljudi. Znam ko me “prati” na Tviteru i postoji realna šansa će se moji stavovi čuti u Beogradu, Briselu, Zagrebu.*

Kako se ovi primeri ne bi uzimali mimo globalnog konteksta i globalne prakse, u ovom delu analize razmatraće se i odnos vodećih svetskih medija prema novoj pojavi, a kroz razgovor sa urednicima i novinarima čuvenog britanskog ekonomskog lista Fajnenšl Tajmsa (FT). Ovaj list najbolji je primer toga da su veliki mediji proširili svoj opseg i uticaj na Internetu, koristeći društvene mreže da pridobiju veći broj čitalaca širom planete, ali i da po određenim geografskim područjima plasiraju teme koje su značajne za određenu grupu

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

čitalaca. Tome u prilog služi nekoliko podataka²⁴: FT je zastupljen na svim popularnim društvenim mrežama (Facebook, Twitter, Likedin, Instagram, planira se i Periscop i Snapchat). Čak 2,7 miliona ljudi pozitivno se izjašnjava na Fejbuku (ostavlja “like”), dok Tviter okuplja još veći broj pratilaca na dva zvanična naloga. Kako bi se pozicionirao u globalnom informatičkom svetu i među čitaocima širom planete, ovaj list poseduje:

1. nalog kojim se bave novinari isključivo orijentisani i obučeni za komunikaciju putem društvenih mreža, koji prilagođavaju sadržaj kontekstu na spomenutoj društvenoj mreži; taj nalog beleži 2,3 miliona pratilaca;
2. nalog koji nije eksplicitno kontrolisan od strane urednika, a koji se bavi najrazličitijim sadržajima koji su u sferi interesovanja FT-a; nalog beleži 5 miliona pratilaca.

Novinari ovog lista ističu da okupljaju značajnu Tviter zajednicu širom sveta, i veliki broj čitalaca grupisan po reonima – u Njujorku, Indiji, Brazilu, zbog čega i postavljaju sadržaj tako da bude i geografski orijentisan, odnosno zanimljiv i informativan određenoj regiji. Sudeći po funkciji koju obavljaju, društvene mreže su vrlo visoko pozicionirane u reklamiranju sadržaja koje proizvodi FT, a njihov značaj očit je svim novinarima ovog lista.

Rob Minto, Financial Times *Na primer, ako radimo važnu priču o američkim izborima, trudimo se da dotaknemo publiku u Americi. Naš auditorijum na društvenim mrežama je mlađi, okuplja trećinu žena (štampano izdanje uglavnom okuplja mušku populaciju čitalaca, prim. aut) i imamo veću geografsku pokrivenost. Sve se više trudimo da plasiramo video materijal, čak i nezavisno od teksta. Trudimo se da, iako smo štampa, plasiramo barem 10 % video materijala na mrežama i na onlajn izdanju.*

Međutim, značaj društvenih mreža ispostavlja se da je u jednosmernoj komunikaciji od novinara ka publici i to je u najeksplicitnijem vidu tradicionalni način informisanja, kroz novi medij. Uticaj medija na publiku je veliki i širokopojasni, a štampa je na ovaj način odgovorila zahtevu novih medija – ponudila je brzu informaciju, odmah dostupnu i video

²⁴ Svi podaci dobijeni su od novinara i od urednika Fajnenšl Tajmsa, u okviru spomenutih intervjua

izdanje. Ipak, proces nije reverzibilan u smislu da ovaj tradicionalni mediji nisu inkluzivni za nove participante kojima nude svoj stari sadržaj. Kada je reč o preuzimanju sadržaja sa društvenih mreža, čitaocima nije dozvoljen “neometan” pristup izveštavanju i profesionalnom analizi, a očit je i strah od zloupotrebe prostora za građanski aktivizam. U prilog toj tezi govori i podatak da nisu sve priče otvorene za komentare čitalaca jer je iskustveno utvrđeno da će može doći do zloupotreba, odnosno da je rasprava instruisana. Komparirajući sopstvenu praksu sa drugim medijima, FT se osvrće na New York Times, u kojem su komentari čitalaca dozvoljeni ako novinar pozove čitaoce da komentarišu. Tako su i u FT novinari podstaknuti da učestvuju u razgovoru sa čitaocima i da ih na neki način moderiraju.

Rob Minto, Financial Times *Neke priče uopšte nisu otvorene za komentare, jer znamo da apsolutno nema poente, da to nisu pravi komentari. Na primer, komentari na tekstove o Izraelu i Palestini spadaju u tu grupu jer ljudi pišu provokativne, rasističke komentare. Sa druge strane, dozvoljeni su komentari u situacijama kada novinari ili urednici dozvoljavaju da se priče “drže na vrhu”, kada i oni sami žele da se uključe u debate o određenoj temi. Ohrabrujemo novinare i komentatore da se uključe u debatu.*

Međutim, iako spoznaju nemerljiv značaj društvenih mreža, naročito Tvitera u ličnoj promociji, ovi novinari se ne pouzdaju u Tviter kao izvor informisanja. Baš zbog čestih zloupotreba i manipulacija, vrlo su oprezni prema informacijama koje su dobili od građana. Retko ih koriste kao novinarske izvore, budući da su svesni da su te informacije često baš ono što različite interesne grupe žele da vide. Time se podriva definicija novinarstva da je ono “sve ono što neko želi da sakrije, a ostalo je PR” (Todorović, 2002). U ovom kontekstu pod PR svrstani su najrazličitiji interesi i težnje različitih grupa, od političkih do ekonomskih.

Neil Buckley, Financial Times *Mi nećemo da remetimo slobodu govora, ali ipak nekada je standard i nivo debate veoma nizak, a sa druge strane imamo trolovanje od strane ljudi koji su na neki način instruisani da komentarišu. Uzmimo situaciju u Rusiji koju sam lično pratio, na početku sam težio da saznam šta se dešava na Tviteru, ali sam*

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

ubrzo shvatio da je reč o “trolovanim” komentarima. Mi moramo da vežbamo i prosuđivanje u istoj meri u kojoj procenjujemo i priču.

Praksa koja je ponuđena u navedenom tekstu pokazuje da strah tradicionalnih novinara u Srbiji nije izolovan. Oni u svakom slučaju primećuju očitost, prisutnost i utilitarnost društvenih mreža, pre svega Tvitera, ali su i jedni i drugi saglasni u stavu da posao obavljaju na način na koji su ga radili i ranije, dok građani ostaju marginalizovani kada je reč o direktnoj participaciji. Ako se, međutim, pogledaju primeri u kojima su novinari tražili da saznaju stavove građana, ispostavlja se da je reč o situacijama u kojima ne postoji dovoljno informacija, bilo da je reč o ratnim uslovima ili drugim nepredviđenim okolnostima, bilo da je prostor za slobodu izražavanja skućen. Tako je novinar FT-a za primer situacije u kojoj je pokušao da traži informacije na društvenim mrežama naveo primer Ukrajine, koja je u ratu i odakle, gotovo isključivo, stižu propagandne poruke, bilo da se radi o prozapadnoj ili o ruskoj propagandi.

Stoga valja imati u vidu ograničene domete društvenih mreža kada se govori o potpunom tehnootimizmu. Iako postoje ogromne razlike u uticaju, moći, broju zaposlenih, organizaciji rada, Fajnenšl Tajms i srpske ozbiljne medijske kuće gotovo da se ne razlikuju po načinu upotrebe Tvitera. U najkraćem, reč je o težnji da se sopstveni sadržaj što šire pozicionira, da se predstavi i plasira što većem broju čitalaca i da sadržaj na određeni način targetira određene ciljne grupe koje dati medij ne može ili ne okuplja u dovoljnoj meri. Sa druge strane, mediji u Srbiji stihijski prilaze novoj tendenciji dok su tradicionalni mediji u Velikoj Britaniji organizovano prišli novom tehnološkom izumu provocirajući sopstvene komparativne prednosti u odnosu na postojeće medije. i na kraju, iako su dometi bitno drugačiji, jer oba Tviter naloga FT-a zajedno imaju pratilaca onoliko koliko Srbija ima stanovnika, princip po kome će građaninu biti omogućen nesmetan pristup izveštavanju i u kojem će tradicionalni medij biti potpuno inkluzivan gotovo da ne postoji. Novinari najčešće neće koristiti stavove čitalaca kao svoje izvore, provociraće sopstvenu moć procene verodostojnosti izvora, što je dodatna veština ako se uzme u obzir da izvor može biti potpuno anonimn, ali ne lišen uticaja. I na kraju, interesne grupe, a i novinari prebrzo su spoznali mogućnosti zloupotrebe društvenih mreža i takozvane samostalne i lične

participacije koja potiče od građana, kao aktivnog javnog mnjenja. Imajući sve to u vidu, domet društvenih mreža u realnom smislu posve je ograničen, a svako vanredno isticanje ovog koncepta u svakodnevnom, a ne ekstremnom komuniciranju sa publikom, prema ovom istraživanju i prema sadašnjem stanju u profesiji, čini se ne odgovara realnosti.

6.Zaključak

Doktorska teza pod nazivom “Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji” imala je za cilj da ustanovi korelaciju između novog vida aktivizma građana, analizirajući aktivnost na društvenoj mreži Tviter i profesionalnog novinarstva u medijima u Republici Srbiji. Autorka je pokušala da ustanovi odnos profesionalnog novinarstva, odnosno odnos novinara koji posluju u redakcijama širom Srbije prema sadržaju koji je plasiran na društvenim mrežama, kao i reflektovanje tog vida aktivizma na novinarsku profesiju. Rad je nastojao da ustanovi korelaciju između građanskog i profesionalnog novinarstva, ali pre svega kroz percepciju profesionalaca, koji i jesu membrana i graničnik za infiltriranje građanskog aktivizma u redakcije.

Rad je imao za zadatak da praktično detektuje pojavu koja se nezaustavljivo menja. Autorka rada mogla je da posvedoči i da su određeni primeri i određene tvrdnje ustanovljene tokom pisanja rada ubrzo osporene, jer je brzina promene ove pojave kreirala takve situacije.

U dva predhodno izložena dela empirijskog istraživanja, rad je težio da, koristeći metod upitnika i intervjuja, ustanovi relaciju građanskog i profesionalnog novinarstva u medijima u Republici Srbiji. Cilj rada bio je da dokaže 6 polaznih hipoteza, zatim da izmeri stepen uticaja građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo, i da ta dva vida profesionalne prakse stavi u korelaciju sa dostignutim medijskim slobodama. Istraživačko pitanje na koje je autorka rada pokušala da odgovori bilo je: na koji način profesionalni novinari koriste informacije koje su plasirane na društvenoj mreži Tviter. Smatra se da je

zadovoljena težnja da se na ovo pitanje odgovori, svesno se omeđujući na moment u kojem je rad pisan. Rad je nastojao da dokaže hipoteze od kojih se pošlo u analizu pojave, ali i da ih dopuni i preoblikuje novim saznanjima, kako ovaj teza ne bi bila puko potvrđivanje zadatah ciljeva, već polemika o svim aspektima ove pojave, kao i baza za naredne istraživače da krenu u dubinsku analizu određenog segmenta ove složene teme.

Opšta hipoteza ovoga rada (H1) jeste da je *stepen uticaja građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo u direktnoj vezi sa stepenom medijske i političke kontrole usmerene ka profesionalnom novinarstvu*. U ovom najširem smislu možemo konstatovati da je hipoteza dokazana, jer je, oslanjajući se na teorijsku potku i svetske primere, ustanovljeno da građansko novinarstvo dobija na značaju u dve situacije – kada ne postoji nijedan drugi izvor informisanja ili kada tradicionalni izvori informisanja iz nekog razloga nisu ispunili očekivanja publike. Razmatrajući pojavu na području Srbije i imajući u vidu procenat novinara koji koriste ovu društvenu mrežu, i navedene i analizirane situacije u kojima su Tviter, odnosno informacije dobijene putem Tvitera, naročito dobile na značaju, može se konstatovati da takva korelacija postoji. Pojam medijske slobode kao kompleksan i, dosta manipulativan pojam, koji se može tumačiti i analizirati na različite načine u zemlji koja prolazi kroz dugotrajnu tranziciju, u ovom istraživanju posmatran je iz percepcije novinara. On je u ovom istraživanju koliko je bilo moguće kvantifikovan, iako se valorizacijom medijskih sloboda ovaj rad nije prevashodno bavio. Međutim, ako se na skali od 10 podeljaka meri percepcija novinarskih sloboda, ispostavlja se relativno negativan stav novinara, koji je u 80 odsto slučajeva vrednovan ocenama do 5, uz značajan disbalans između percepcije novinarskih sloboda u sopstvenoj redakciji i percepcije medijskih sloboda u zemlji. Diskrapanca između percepcije medijske slobode u medijskoj kući u kojoj novinari rade i medijske slobode u zemlji u kojoj žive očigledna je među novinarima televizije N1, Nedeljnika i Južnih vesti (slobodama u redakciji dodeljena je najviša ocena, a medijskim slobodama u zemlji dodeljeno je 3–4), kao i svetskih medijskih servisa (Deutsche Welle, Independent, BBC, AFP) dok su najmanja odstupanja u percepciji redakcijske i medijske slobode u zemlji među televizijskim novinarima Radio–televizije

Srbije. Ilustrativno je da su najniže ocene u percepciji slobode detektovali ispitanici tabloida Informer i komercijalne televizije Pink. Novinari ne isključuju različite vrste pritisaka, a urednici koji su dopunili stavove novinara iz istraživanja stavovima izraženim u intervjuu, ne isključuju ni društveni kontekst produžene tranzicije u kojoj su čak i pozitivne pojave nailazile na pogodno tle da se pretvore u sopstvenu suprotnost. Posmatrajući globalno, Srbija se ne razlikuje od drugih zemalja sveta u kojima se putem građanskog aktivizma u pojedinim situacijama može detektovati i stepen profesionalnih sloboda. Međutim, ovu hipotezu, prema rezultatima ovog istraživanja treba uzeti sa oprezom. Krhke medijske slobode jesu evidentan faktor i plodno tle za razvoj građanskog aktivizma svake vrste, pa i građanskog aktivizma na Tviteru, međutim, nisu jedini i determinišući faktor za definisanje nijednog od ova dva pojma – ni za građansko novinarstvo, ni za profesionalno informisanje. Tehnooptimističko stanovište po kojem su građani–novinari reper i pandan profesionalnom novinarstvu i jedini meritum stvari, nije sasvim osnovano. Primeri koje navode novinari skoncentrisani su na nekoliko ključnih slučajeva u kojima je protok informacija bio ograničen, a novinari u nemogućnosti da do datih informacija dođu. Sa druge strane, dopune stavovima novinara koje su dali urednici, donekle relativizuju ovu pojavu smeštajući sve događaje u koordinatni sistem interesnih uticaja, svrstavajući i društvene mreže u posebnu, takođe interesnu, grupu. Međutim, generalna hipoteza tražiće dokaze i potpore u opštim hipotezama, tako da ovaj deo ne treba posmatrati separatno.

Opšta hipoteza od koje se pošlo u ovom radu, logično je tražila dopunu u posebnoj hipotezi (H2) po kojoj *veći stepen medijske kontrole podstiče građansko novinarstvo, odnosno da njegov uticaj na profesionalno novinarstvo raste što je politički pritisak veći*. Dokazujući ovu hipotezu, analizirana je percepcija novinarske slobode i ponašanje novinara na društvenim mrežama. Opravdano je stanovište da društvene mreže postaju aktivnije sa svakom situacijom u kojoj ne postoji dovoljno informacija u javnom prostoru ili tradicionalni novinari nisu obavili svoj deo zadatka u okviru kojeg će zadovoljiti potrebu publike za celokupnijom slikom ili, u krajnjem, za istinom. Stanovište po kojem društvene mreže reaguju na negativnu klimu u tradicionalnom informisanju, iako potkovano teorijskim stanovištem i potvrđeno inostranim primerima koji su već analizirani u teoriji, ni

u slučaju Srbije nije sasvim provizorno. I novinari koji su učestvovali u ovom istraživanju smatraju da Tviter jeste u korelaciji sa novinarskim slobodama i takvo stanovište zauzima 85,2 % ispitanika, među kojima su novinari i urednici, a direktnu korelaciju između ova dva pojma vidi gotovo svaki drugi ispitanik (55,4% ispitanika). Značajan broj novinara Tviter vidi kao prostor gde svoje gledište mogu da iskažu oni sagovornici koji inače ne mogu da uđu u javni medijski prostor. Smatra se da uprkos tome što su novinari skloni da brane tradicionalne osnove na kojima je bazirana profesija, uprkos činjenici da teško menjaju svoju profesionalnu rutinu i da novinari koji posluju u medijima u Srbiji najčešće vrlo skeptično i bojažljivo pristupaju novim tehnologijama, navedeni podatak ukazuje na to da oni ipak u dovoljnoj meri brinu o svojoj novoj aktivnoj publici, kao i o stavovima sagovornika koje, iz različitih razloga, ne mogu da vide u svojim izveštajima, odnosno izveštajima sopstvene medijske kuće. Tako se društvene mreže smatraju ventilom za spoznaju stavova, naročito onih koji u situaciji skućenih medijskih sloboda nemaju drugi način da se oglase. Međutim, iako se kroz istraživanje detektuje takav stav novinara u velikom procentu onih koji su pristupili istraživanju, taj podatak ne ukazuje nužno na to da će se novinari ponašati na određeni način.

U rezultatima koji dokazuju ovu hipotezu trebalo bi dodati i percepciju medijske slobode putem tumačenja rastuće uloge Tvitera (pozitivan stav prema Tviteru ima 76 % ispitanika), kao i navođenjem pojedinačnih primera koje su birali novinari, težeći da objasne nemogućnost da se o određenim temama izveštava. Pregršt je primera navedenih kako u otvorenim delu upitnika, tako i u delu koji ga je dopunjavao, gde se eksplicitno navode situacije u kojima je Tviteru, odnosno građanima participantima omogućeno da imaju dopunsku ulogu u profesionalnom izveštavanju. Ukoliko nisu eksplicitno dopunjavali profesionalno izveštavanje, ta grupa aktivista stvarala je bazu u ime koje će novinar postaviti pitanje nosiocima vlasti, odnosno tragati za odgovorima koji su predmet polemike. Međutim, uz konstataciju da je ovakva pravilnost ustanovljena, ne treba gubiti iz vida činjenicu da je najmanji broj informacija koje su preuzete sa društvene mreže zapravo preuzeto od običnih građana (samo 12,9% ispitanika smatra da su građani legitiman i pouzdan izvor informacija i uglavnom je reč o novinarima koji su visoko vrednovali stepen

slobode u okviru svoje medijske kuće). Stepenn uticaja ne meri se isključivo prema količini informacija koje novinari prenose sa mreže nego i prema odnosu koji novinari imaju prema društvenoj mreži Tviter. U okviru percipiranih stavova i navedenih primera uočava se da Tviter kao društvena mreža može imati korektivnu ulogu u profesionalnom izveštavanju, kao i da vrlo očito služi kao suplement profesionalnom informisanju. Kao dodatak ovoj tvrdnji, treba podsetiti na rezultat po kojem je 58,5% ispitanika koji su se izjašnjavali o tom pitanju (odnosno 42,6% ukupnog uzorka) odgovorilo da su nadležnima postavili pitanje imajući u vidu debatu koja se vodi na Tviteru, ali i da istovremeno 41,5% onih koji su se izjašnjavali o tom pitanju (30,2% ukupnog uzorka) ističe da ne oseća nikakvu potrebu da pitanje postavi imajući u vidu interese Tviter–zajednice.

Kao potvrdu ove hipoteze može se navesti stanovište prema kome kada god postoji jaz između medijskog predstavljanja određenog događaja i njegove realne slike, taj jaz pokušavaju da nadomeste društvene mreže. Uzrok nastajanja jaza može biti različit, ali su u navedenim primerima (ukoliko nisu nepredvidive situacije) gotovo bez izuzetka isticane situacije u kojima je na tradicionalne medije vršen prvo politički, a potom i ekonomski pritisak. Činjenica da su novinari mogli da navedu nemali broj takvih primera negativno govori o medijskoj slici u Srbiji. Podatak da su te situacije sve češće obojene različitim vrstama zloupotreba, ukazuje na izvesnost da će taj jaz ubuduće nastojati da popune različite interesne grupe u čemu je i najveća opasnost ovakvog vida aktivizma.

Istraživanje je ukazalo na činjenicu da se medijske kuće ne odnose jednako prema aktivnijoj ulozi anonimnih participanata, na isti način kao što se ne odnose jednako prema informacijama dobijenim sa društvenih mreža. Ustanovljeno je nekoliko kriterijuma prema kojima je medijska propustljivost za informacije s društvenih mreža omeđena tipom medija čime je dokazana posebna hipoteza (H3) prema kojoj *vrsta medija određuje stepen propustljivosti informacija sa društvenih mreža: javni servis je manje propustljiv nego komercijalne televizije, kvalitetna štampa manje nego tabloidna*. Klasifikacija prema tipu medija i ustanovljavanje odnosa novinara u određenim medijima prema društvenim mrežama zahtevala je da, osim upitnika koji je obuhvatio novinare iz 44 redakcije, istraživanje bude dopunjeno intervjuima u kojima su govorili predstavnici onih redakcija

čiji su novinari na neki način imali indikativne stavove. Imajući ovu činjenicu u vidu, pristupilo se razgovorima sa urednicima ozbiljnih informativno–političkih medija, koji su izražavali oprez kada je u pitanju korišćenje društvenih mreža u profesionalnom izveštavanju. Dokazujući ovu hipotezu postalo je izuzetno važno da se razgraniče termini, odnosno da se termin “propustljivost“ ne poistovećuje nužno sa terminom “uticaj” na profesionalno izveštavanje. To znači da, kao u primerima koje je navodio urednik Južnih vesti, mali domet na društvenoj mreži nije proporcionalan sa niskim društvenim uticajem – mediji ne moraju nužno da prenose informacije sa Tvitera da bi uticaj Tvitera na njih i obratno uticaj medija na Tviter zajednicu bio značajan. Ako rangiramo pozitivan stav prema društvenoj mreži Tviter, iznenađujuće je da prednjače novinari štampe (82,9 %), koji imaju daleko pozitivniji odnos od novinara ostalih medija. Slede ih novinari televizije (pozitivan odnos prema Tviteru beleži 73,1% televizijskih novinara), zatim novinari agencija (72,8%), portala (68,7%) i radija (60%). Stoga, kada je reč o hipotezi 3, važno je istaći i da vrsta medija nije dominantan uslov za određivanje propustljivosti sadržaja koji su plasirani na društvenoj mreži Tviter, čemu se u prilog može pružiti krajnje pozitivan stav koji su novinari televizije N1, dnevnih novina Južnih vesti i nedeljnih novina Nedeljnik imali prema društvenim mrežama. Međutim, tip medija, imajući u vidu tradiciju i orijentaciju, utiču na to kako će se njihovi novinari odnositi prema preuzimanju informacija sa Tvitera. Tako, kada je reč o vrsti medija i njihovoj orijentaciji, tačno je da su najveću hermetičnost prema društvenim mrežama i prenošenju informacija dobijenih sa Tvitera pokazali novinari RTS–a, zatim novinari Tanjuga, Politike i Danas–a. Na pitanje da li je bilo situacije u kojima je debata na društvenim mrežama odnela prevagu nad profesionalnim izveštavanjem, 17% ispitanika je reklo da takva situacija nije postojala, od čega polovinu čine novinari RTS–a. U prilog ovoj tezi, rađeni su i dodatni intervjui sa urednicima “ozbiljnih” i tradicionalnih medija u Srbiji koji svoj ugled baštine na pouzdanom informativno–političkom sadržaju, nakon čega je ustanovljena gotova istovetnost kada je u pitanju ponašanje ove grupe opreznih novinara i urednika ozbiljnih informativno–političkih medijskih kuća. Ozbiljne informativno–političke redakcije Tviter koriste za saznavanje gledišta, za kontakt sa događajima, pojavama i pulsom jednog dela publike, međutim, gotovo po pravilu ne koriste ga kao jedini izvor u izveštavanju. Sa druge

strane, ako pogledamo krajnji optimizam najvećeg dela redakcije N1 shvatićemo da je reč o komercijalnoj televiziji koja svoj sadržaj bazira na ozbiljnom informativno–političkom sadržaju, ali je reč o modernoj redakciji koja je deo većeg medijskog konglomerata. Takođe, ako se razmotre stavovi koji ukazuju na pozitivan odnos novinara Južnih vesti i Nedeljnika postaje jasno da kriterijum kvaliteta nije uvek u korelaciji sa odnosom prema društvenim mrežama, ali s tim u vezi treba imati u vidu da pozitivan odnos koji su iskazali novinari ovih redakcija ne ukazuje uvek na otvorenost da se dati sadržaj plasiran na društvenim mrežama propusti u javni prostor. Prema ovom istraživanju, 76,8% novinara prenelo je u svom poslu informaciju dobijenu sa društvenih mreža, dok 7 % ispitanika navodi da je reč o svakodnevnoj praksi i reč je uglavnom o pripadnicima redakcija koje visoko vrednuju stepen novinarskih sloboda u svojim redakcijama, uz nekoliko izuzetaka. U grupi od 23,3% ispitanika koji nikada nisu preneli informaciju sa društvenih mreža trećinu čine novinari RTS–a, slede ih novinari Danas–a iako u dvostruko manjem procentu, dok su preostali sa ove liste disperzovani po redakcijama.

Ispostavlja se da su mediji koji imaju određene obrasce ponašanja i određenu rutinu poput navedenih (RTS, Politika, Tanjug...) vrlo teško skloni da odstupe od sopstvene rutine ili sopstvenog shvatanja odgovornosti. Nije tu samo reč o strahu prema novom mediju već je reč i o poverenju koje publika ima u date medije zbog čega bi eventualno neproverena informacija bila pogubna za kredibilitet ovih medijskih kuća, koji u sverastućem medijskom sistemu svoj opstanak baziraju na poverenju i pouzdanosti koje im publika poklanja. Stoga se može konstatovati da je ova hipoteza delimično dokazana. Ona u celosti važi ako se za merne jedinice po pitanju propustljivosti prema sadržaju plasiranom na društvenim mrežama porede javni servis i komercijalne televizije, zatim se u najvećem broju slučajeva može ustanoviti pravilnost u poređenju kvalitetne i tabloidne štampe, međutim, u slučaju drugih medija ne može se sa sigurnošću reći da ovaj kriterijum može biti razdelnica između tabloidnih i kvalitetnih medija. Odnosno, ne može se uvek postaviti pravilna korelacija kada je u pitanju preuzimanje informacija sa društvenih mreža i kvaliteta medija, iako se u pojedinim slučajevima može percipirati takva pravilnost.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Kada je reč o kontekstu u kojem se ovaj proces dešava, na šta referira posebna hipoteza 4 (H4), prema kojoj *kontekst mladih demokratija i široke društvene krize (neadekvatno pravno regulisan i manjkav medijski sistem) determiniše upotrebu informacija dobijenih putem društvenih mreža – od potpunog nepoverenja do njihove zloupotrebe kako bi se potvrdila zacrtana uređivačka politika*, konstatuje se da je hipoteza dokazana, uz dodatak da je reč o globalnom trendu nepoverenja prema novom sadržaju u gotovo svim ozbiljnim medijima. Osim generalnog konteksta koji ne traži izjašnjavanje i percepciju novinara o manjkavosti produžene tranzicije u medijskom sistemu, dokazivanju ove hipoteze poslužili su i odgovori urednika ozbiljnih medija u Srbiji. Globalna je tendencija da su društvene mreže izložene sve većim zloupotrebama u smislu da su plodno tle za delovanje interesnih grupa, što marketinških, što političkih. Tome u prilog treba dodati stavove urednika ozbiljnih medija date u intervjuima u drugom delu istraživanja, a koji svedoče o tome da prepoznaju momente, delove dana u kojima će se javiti određene organizovane političke grupacije koje imaju zadatak da se izjašnjavaju na društvenim mrežama ili tipove plasiranih informacija na koje su isti ti ljudi dužni da ostave komentar i tako pomere fokus rasprave ili kreiraju drugačiju sliku koju šalje takozvano Tviter javno mnjenje. Situacije koje su navedene u kojima su određeni ljudi kažnjavani zbog plasiranja određenih informacija, a mediji nisu zbog prenošenja ili plasiranja sličnih informacija, govori da je ovaj prostor i dalje slabo normativno regulisan i da, kao i što tehnooptimisti koji su pristupili ovom delu istraživanja kažu – sve dok ovaj aktivizam ne bude jasno regulisan biće izložen različitim vrstama zloupotreba. Ova hipoteza neodvojiva je od posebne hipoteze 5 koja govori da *kulturni kontekst u kome novinari posluju (nedostatak javne debate, dugogodišnja favorizacija jednosmernog načina komuniciranja) utiče da novinari tek sporadično uzimaju u obzir stavove plasirane na mrežama*. Naslanjajući se na hipotezu broj 4 koja u mnogome određuje i kulturni kontekst, ali i na hipotezu broj 3 koja referira na tip i vrstu medija analizirajući i tehnološku bazu, konstatuje se da je i ova hipoteza dokazana u datom istraživanju. Tviter kao izvor informisanja omogućava participaciju građana, ali u ekstremnim okolnostima koje nisu svakodnevnne, a tome u prilog ide i podatak da tek 12,9% ispitanika smatra da su građani legitiman i pouzdan izvor informacija, dok svaki treći ispitanik (31,31%) Tviter posmatra kao novi vid tradicionalnog

načina informisanja, pa informacije sa Tvitera prenosi isključivo ako je reč o medijskoj ličnosti (u 13,13% slučajeva) ili instituciji (18,18%). Dakle, Tviter najčešće služi kao novi medij za stare sagovornike, one koji su kao takvi prepoznati u tradicionalnim okvirima.

I na koncu, ako su društvene mreže lakmus papir za neadekvatno ponašanje aktera u demokratskom društvu, postavlja se pitanje da li je novi aktivizam zapravo opasnost za tradicionalno novinarstvo i da li će aktivni građani uspeti da preokrenu proces komuniciranja, kako veruju tehnootimistični teoretičari. Odgovor na ovo pitanje trebalo bi da da hipoteza broj 6 u kojoj se ističe da je *interakcija koju je trebalo društvene mreže da unesu u profesionalno izveštavanje u negativnom odnosu sa očekivanjima tehnootimista – mreže su pre poslužile velikim medijima da prošire svoj opseg uticaja, nego što su građanima omogućile participaciju u profesionalnom izveštavanju*. Prateći odgovore novinara i urednika koji su već navedeni u zaključcima ovih hipoteza, prateći podatak da se tek svaki osmi ispitanik izjasnio da koristi informacije koje plasiraju obični građani, postaje jasno da je domet građana u ovom kontekstu u Srbiji krajnje ograničen. Komparirajući ovu praksu sa primerima koje su dali novinari FT-a, a shvatajući da odgovori urednika u Srbiji sasvim odgovaraju ovoj praksi, može se zaključiti da proces nije dvosmeran, bar kada je reč o brzini protoka informacija u oba smera. Imajući u vidu pređašnje istraživanje, ispostavlja se da je jačina i brzina kojom novinari i njihove uticajne medijske kuće zaposedaju prostor na Tviteru neuporediv sa imaginarnim prostorom koji bi trebalo da “osvoje” građani participanti. Odnosno, mereći uticaj koje građani imaju u profesionalnom izveštavanju, očito je da je reč o zapaženim, ali ne i korenitim promenama koje bi bitno uticale na strukturu komunikacije.

Imajući u vidu obrasce ponašanja koje su u teoriji postavile Hedman i Derf-Pjer (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, p. 382), prema kojima postoje 3 indikativna obraca ponašanja novinara: skeptični bojažljivci (odbijaju da imaju bilo kakve veze sa društvenim mrežama), pragmatični konformisti (novinari koji regularno koriste društvene mreže, ali su selektivni i proračunati kada je o njihovoj upotrebi reč), i entuzijasti (koji su u potpunosti onlajn, i koji neprestano tvituju ili pišu blog), može se konstatovati da takva gruba podela važi i u Srbiji, ali smo centralnom kriterijumu analize dodali još specifikacija. Analizirajući

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

novinarsku praksu u Srbiji, potvrđuju se polazni obrasci ponašanja novinara, ali se centralnom delu analize Hedman i Derf-Pjer dodaju još neke osobenosti. Tako bi se moglo konstatovati da novinari manifestuju najmanje 6 obrazaca ponašanja kada je reč o odnosu prema Tviteru:

- nezainteresovani – novinari koji ne koriste Tviter, niti ih interesuju informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži;
- skeptičari – novinari koji koriste Tviter za praćenje pojave, ali to ne utiče na njihovo izveštavanje niti oni prenose informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži,
- individualisti – aktivni su na Tviteru, ali stavove na društvenim mrežama smatraju odvojjivim od sopstvenog izveštavanja ;
- reprezentanti – prate Tviter i koriste ga samo kada smatraju da je debata dovoljno široka pa su primorani da delaju u ime zajednice na Tviteru;
- pragmatičari – prate Tviter, a informacije prenose kada one pogoduju njegovoj/njenoj tezi u okviru date teme ili kada one pogoduju orijentaciji medija;
- entuzijasti – prate Tviter i prenose informacije, jer građane smatraju relevantnim i legitimnim izvorom.

Imajući u vidu sve navedeno, može se konstatovati da je uticaj građanskog novinarstva na profesionalno novinarstvo očit, u smislu da novinari u velikoj meri obraćaju pažnju na sadržaj koji plasiraju građani. Ipak, to ne znači nužno da će taj sadržaj postati deo novinarskog izveštaja, niti će na bilo koji način ući u javni medijski prostor. Ispostavlja se da čak i ako su novinari u ovoj anketi imali optimističan stav po pitanju Tvitera, u profesionalnom radu i oni i njihovi urednici negovali su dužan oprez koji je praktično čuvao građane od onoga što bismo mogli nazvati masovnijom participacijom u medijima. Nakon izloženih analiza i izvedenih zaključaka, konstatuje se da ozbiljni mediji imaju membranu za sadržaj koji plasiraju građani. Njihovi novinari i njihovi urednici gaje određenu skepsu prema neselektivnom preuzimanju takvih informacija, stoga informacije

dobijene sa društvenih mreža podležu naročitoj proveri, osim ako ne postoji tendencija i stav da se bilo kakav sadržaj objavi jer to pogoduje datom mediju u datom momentu (takvi primeri bili su očiti u praksi, ali nisu obuhvaćeni vremenskim periodom u kojem je rađen uzorak; pretpostavka je da bi ti primeri mogli da budu predmet neke naredne analize). U ovoj analizi naročitog značaja imala su svedočanstva i izjave urednika, koji su alarmirali i na situacije u kojima su ovi vidovi komunikacije namerno zloupotrebjeni, kao i na organizovano ometanje debate koja je sprečila da aktivna, a dobronamerna publika uđe u javni prostor pre nego što on bude interesno zagađen.

Međutim, uprkos svim mogućnostima zloupotreba i uprkos stanovištu da društvene mreže mogu biti privid komunikacije i privid stavova, ne sme se gubiti iz vida glavna teza ovog rada – da društvene mreže u dobroj meri detektuju slobode u medijima i da zaista postaju najvidljiviji način komunikacije u situacijama u kojima ne postoji nijedan drugi. U Srbiji u poslednje vreme takve situacije nisu bile retke, što zbog prisutnih elementarnih nepogoda što zbog situacija u kojima nije bila moguća apsolutna propustljivost informacija, uprkos suprotnim tvrdnjama najšireg spektra političkih i ekonomskih grupa sa jedne strane i, sa druge, sa sve manje želje novinara da govore i svedoče o izazovima svoje profesije. Istraživanje je pokazalo, i urednici su potvrdili, da su, osim kao izvor informacija, društvene mreže korišćene i kao kanal komunikacije, korektiv novinarskog izveštavanja, neka vrsta vertikale za oblikovanje novinarskih stavova, pa čak i neka vrsta agore u kojoj se raspravlja o temi o kojoj, u majstream medijima, zbog različitih interesa, nije bilo moguće govoriti. U tome jeste njihov najveći značaj, da budu budno oko javnosti i da sa te pozicije utiču na novinarski posao. Imajući u vidu istraživanje i nisku percepciju sloboda u Srbiji, takva funkcija građana participanata itekako je potrebna. Ovo istraživanje ponudilo je i komparativnu praksu ozbiljnih stranih medija koji su na najbolji način iskoristili brzinu i disperzivnost društvene mreže Tviter. Od krunskog značaja bio je razgovor sa novinarima i urednicima lista Fajnenšl Tajmsa, koji su ukazali na dve bitne zakonomernosti: novinari ozbiljnih medija teže da Tviter koriste kako bi dosegli do što većeg broja čitalaca, iz različitih delova sveta i da pri tome utiču na promenu strukture čitalaca (uključuje i veći broj ženskog dela publike), a sa druge strane ukazali su na tendenciju da savremeni čitalac traži

video svedočanstvo praktično svakog događaja. FT iako dnevna štampa (uz sva svoja periodična izdanja) ima ozbiljnu televizijsku produkciju koju koristi isključivo za online izdanje, odnosno za svoj plasman na društvenim mrežama. Istovremeno, društvene mreže u tom smislu mogu da budu reklamni prostor za novinare FT-a. Ali istovremeno, novinari ove ugledne kuće tvrde da su o određenim pojavama, poput krize u Ukrajini saznavali i informisali se imajući u vidu debatu na društvenim mrežama, ali to je bio samo jedan od izvora informacija, pojačavajući svoje veštine da razluče šta bi mogao biti tekst obojen različitom vrstom uticaja, a šta informacija ili gledište koju je plasirao građanin.

Da će ovaj vid aktivizma, virtuelna komunikacija i globalno informisanje u realnom vremenu biti naša budućnost jasno je, kao što je i jasno da će se forme menjati. Danas nam izgledaju kao relikti prošlosti blogovi i forumi koji su bili planetarno popularni pre samo 10 godina, stoga se veruje da će i Tviter doživeti sličnu sudbinu i biti zamenjen nekim novim, lakšim, funkcionalnijim, bržim i multipraktičnijim načinom za komunikaciju. Koliku moć ima, prepoznao je svetski politički establišment – od američkog predsednika Baraka Obame koji je predsedničku kampanju 2008. godine zasnovao na Tviteru, do odeljenja Evropskog parlamenta koji već računaju na pridobijanje svojih birača putem ove, ali i novih društvenih mreža. Toj tezi ide u prilog i intervju koji je obavljen za potrebe ovog rada sa press atašeoem jedne od najvećih stranaka u Evropskom parlamentu (Evropske narodne stranke), čija je pretpostavka da generacija koja u ovom momentu ima između 14 i 16 godina aktivno koristi društvenu mrežu Snapchat. Ta generacija biće punoletna u vreme redovnih izbora za Evropski parlament 2019. godine, što znači da stranke već sada moraju da pridobijaju tu populaciju na ovoj društvenoj mreži.

U takvoj, projektovanoj budućnosti, razvijaće se i nove društvene mreže, a pretpostavlja se i građanski aktivizam. Sa tom opasnošću, i neophodnim oprezom moraće da se nosi i profesionalno novinarstvo, stalno balansirajući između toga da zaista pusti osvešćene participante u medije koji su njima namenjeni, baš u svetu koji je komunikacijski višesmeran, i toga da se njihov aktivizam ne pretvori u sopstvenu suprotnost i nanese više štete i građanima i profesiji koja ionako teško odoleva i ovim tradicionalnim pritiscima i izazovima koji su pred nju stavljeni. Ipak, teza autorke ovog rada je da će novinarstvo

opstati, u svojoj tradicionalnoj strukturi, ali će novinar, ako želi da očuva profesiju, morati da i u tehnološkom i u etičkom i u obrazovnom smislu bude korak ispred onoga što zahteva bazična participacija.

Literatura

- Abbott, A. (1988). *The system of professions: an essay on the division of expert labor. advanced democracies*. Aldershot, UK: Ashgate Publishing, 121–138
- Ahmad, A. N. (2010). Is Twitter a useful tool for journalists?. *Journal of Media Practice*, 11(2), 145–155.
- Allan, S. (2006). *Online news: Journalism and the Internet*. McGraw–Hill Education (UK).
- Allan, S., & Thorsen, E. (2009). Citizen journalism: Global perspectives. *Peter Lang, New York*.
- Allan, S., Sonwalkar, P., & Carter, C. (2007). Bearing witness: citizen journalism and human rights issues. *Globalisation, Societies and Education*, 5(3), 373–389.
- Alvin, T. (1980). *The third wave*. New York: Morrow
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2012). *Post–industrial Journalism: Adapting to the Present: a Report*. Columbia Journalism School. <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/>
- Anderson, P. J., & Ward, G. (Eds.). (2007). *The future of journalism in the advanced democracies*. Ashgate Publishing, Ltd..
- Bentivegna, S. (2006). Rethinking politics in the world of ICTs. *European journal of communication*, 21(3), 331–343.
- Boczkowski, P. J. (2004). The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of communication*, 54(2), 197–213.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Bowman, S., & Willis, C. (2003). We media. *How audiences are shaping the future of news and information*.
- Bromley, M., & Romano, A. (Eds.). (2012). *Journalism and democracy in Asia*. Routledge.
- Bruns, A. (2010). Citizen journalism and everyday life. *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*, 182.
- Burns, L. S. (2012). *Understanding journalism*. Sage.
- Carroll, W. K., & Hackett, R. A. (2006). Democratic media activism through the lens of social movement theory. *Media, culture & society*, 28(1), 83–104.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. OUP Oxford.
- Cawley, A. (2012). Sharing the pain or shouldering the burden? News–media framing of the public sector and the private sector in Ireland during the economic crisis, 2008–2010. *Journalism Studies*, 13(4), 600–615.
- Chalaby, J. K. (1998). *The invention of journalism*. Macmillan Press. Chicago: University of Chicago Press.
- Chung, D. S., & Nah, S. (2013). Media credibility and journalistic role conceptions: views on citizen and professional journalists among citizen contributors. *Journal of Mass Media Ethics*, 28(4), 271–288.
- Coleman, S., Anthony, S., & Morrison, D. E. (2009). *Public trust in the news: a constructivist study of the social life of the news*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Correia, J. C. (2012). Online Journalism and Civic Life. *The Handbook of Global Online Journalism*, 101–118.
- Dahlgren, P. (2010). Charting the Evolution of Journalism: The Horizon of Democracy. *Medijske studije*, 1(1–2), 3–16.
- Deuze, M. (1999). Journalism and the Web An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. *International Communication Gazette*, 61(5), 373–390.
- Deuze, M. J. P. (2002). National News Cultures: towards a profile of journalists using cross–national survey findings. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1), 134–149.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New media & society*, 5(2), 203–230.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.
- Deuze, M. (2006). Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture. *The information society*, 22(2), 63–75.
- Deuze, M. (2007). Journalism in liquid modern times: An interview with Zygmunt Bauman. *Journalism Studies*, 8(4), 671–679.
- Deuze, M. (2009). Media industries, work and life. *European journal of communication*, 24(4), 467–480.
- Deuze, M. (2011). *Managing media work*. Sage.
- Deuze, M. (2012). *Media life*. Polity. *Media, Culture & Society* 33(1) 137–148.
- Deuze, M., Bruns, A., & Neuberger, C. (2007). Preparing for an age of participatory news. *Journalism practice*, 1(3), 322–338.
- Deuze, M., Paterson, C., & Domingo, D. (2008). Toward a sociology of online news. *Making online news: The ethnography of new media production*, 199–209.
- Domingo, D. (2008). Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(3), 680–704.
- Domingo, D., & Le Cam, F. (2014). Journalism In Dispersion: Exploring the blurring boundaries of newsmaking through a controversy. *Digital Journalism*, 2(3), 310–321.
- Duffy, M. J. (2011). Smartphones in the Arab spring. *IPI Report: Media and Money*. Vienna: International Press Institute, 53–56.
- Eaton, T. (2013). Internet activism and the Egyptian uprisings: Transforming online dissent into the offline world. *Westminster papers in communication and culture*, 9(2).
- Fenton, N. (2010). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. Sage Publications.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Fiedler, T. (2009). Crisis alert: Barack Obama meets a citizen journalist. *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang.
- Fortunati, L., Deuze, M., & De Luca, F. (2014). The new about news: How print, online, free, and mobile coconstruct new audiences in Italy, France, Spain, the UK, and Germany. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2), 121–140.
- Friend, C., & Singer, J. (2015). *Online journalism ethics: Traditions and transitions*. Routledge.
- Gerbaudo, P. (2013). The ‘Kill Switch’ as ‘Suicide Switch’: Mobilizing Side Effects of Mubarak’s Communication Blackout. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 9(2).
- Gillmor, D. (2004). We the media: *Grassroots journalism by the people, for the people*. O’Reilly Media, Inc.
- Gordon, R. (2003). The meanings and implications of convergence. *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*, 57–73.
- Granovetter, M. (1983) “The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited”, *Sociological Theory*, Volume 1, pp. 201–233.
- Grbeša, M. (2005). Kriza javnog komuniciranja i ideja građanskog novinarstva. *Političko obrazovanje*, 1(3), 184–196.
- Gulyas, A. (2013). The Influence of Professional Variables on Journalists uses and Views of Social Media: A comparative study of Finland, Germany, Sweden and the United Kingdom. *Digital Journalism*, 1(2), 270–285.
- Haas, T. (2005). From “Public Journalism” to the “Public’s Journalism”? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, 6(3), 387–396.
- Haas, T. (2012). *The Pursuit of Public Journalism: Theory, Practice and Criticism*, Routledge.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms* (W. Rehg, Trans.). Cambridge: Polity Press.
- Hackett, R., & Carroll, W. (2006). *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. Routledge.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Hafez, K. (2002). Journalism ethics revisited: A comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia. *Political Communication*, 19(2), 225–250.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). The social journalist: Embracing the social media life or creating a new digital divide?. *Digital Journalism*, 1(3), 368–385.
- Hermida, A. (2011). Mechanisms of participation. *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*, 11–33.
- Hong, Y. J. (2014). *Framing Citizen Journalism in Mainstream News Coverage: A Quantitative and Qualitative Analysis (1999–2012)* (Doctoral dissertation, University of Minnesota).
- Jakubowicz, K. (2009). A new notion of media?. Keynote speech prepared for delivery during the 1st Council of Europe Conference of Ministers Responsible for Media and New Communication Services, Reykjavik.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- Jevtić, M. (2015) Novinarska etika u izveštavanju o osetljivim temama: (Zlo)upotreba fotografije tokom migranške krize 2015.godine. *Indikatori profesionalnog / neprofesionalnog ponašanja novinara i medija; Mogućnost za poboljšanje stanja* (Ur.Veljanovski, R), Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, str .171–191.
- Katz, E. (1996). And deliver us from segmentation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 22–33.
- Kawamoto, K. (Ed.). (2003). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Kleut, Jelena; Drašković, Brankica (2014). Participacija publike i novinarska praksa u Srbiji: stavovi novinara i urednika. Ur. Nikolić, Mirjana. *Zbornik radova sa naučnog skupa “Menadžment dramskih umetnosti i medija – izazovi XXI veka*.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Beograd: Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, str. 335–348.

- Kljajić, V. & Kljajić, M. (2015). Srpski nedeljnici u tranziciji i potreba za celoživotnim obrazovanjem novinara (studija slučaja NIN i Vreme). *Teme–Časopis za Društvene Nauke*, 39(4), 1549–1562.
- Krejg, R. (2010). *Onlajn novinarstvo. Beograd: Clio.*
- Kunzick, M & Zipfel, A. (2006), Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Zagreb: Fondacija Friedrich Ebert.
- Lasica, J. D. (2003). What is participatory journalism. *Online Journalism Review*, 7(08), 2003.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C., & Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism studies*, 13(1), 19–36.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37, 215–228.
- Lewis, S. C. (2012). The tension between professional control and open participation.,SAGE Publication.
- Lewis, S. C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D. L. (2010). Thinking about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163–179.
- Lindner, A. M., Connell, E., & Meyer, E. (2015). Professional journalists in ‘citizen’journalism. *Information, Communication and Society*, 18(5), 553–568.
- Lowrey, W & Mackay, J.B. (2008), Journalism and blogging, A test of a model of occupational competition. *Journalism Practice* 2(1)
- Mancini, P.(2015) Fragmentation, Digitalisation and Consequence on Democracy,Presentation onThe Eight Central and East–European Communication and Media Conference (CEECOM2015), Zagreb.
- Martinoli, A(2015) Društvene mreže I UGC kao izvori profesionalnog novinarskog izveštavanja Indikatori profesionalno/neprofesionalnog ponašanja novinara i

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

medija; Mogućnost za poboljšanje stanja (Ur.Veljanovski, R), Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, str .193–206.

- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media* New York. *McGraw Hill*.
- Meyer, P. (2009). *The vanishing newspaper: Saving journalism in the information age*. University of Missouri Press.
- Milivojević, S., Radojković, M., Raković, M., Milojević, A., Ugrinić, A., & Matović, M. (2011). Profesija na raskršću—novinarstvo na pragu informacionog društva. *Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za medije i medijska istraživanja*.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562–586.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. PublicAffairs.
- Mosca, L. (2008). A double-faced medium? The challenges and opportunities of the Internet for social movements. *Net Working/Networking: Citizen Initiated Internet Politics*, 41–73.
- Nah, S., Yamamoto, M., Chung, D. S., & Zuercher, R. (2015). Modeling the Adoption and Use of Citizen Journalism by Online Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1077699015574483.
- Nel, F., Ward, M., & Rawlinson, A. (2007). Online journalism. *The future of journalism in advanced democracies*. Aldershot, UK: Ashgate Publishing, 121–138.
- Nip, J. Y. (2006). Exploring the Second Phase of Public Journalism 1. *Journalism studies*, 7(2), 212–236.
- Örnebring, H. (2008). The consumer as producer—of what? User-generated tabloid content in The Sun (UK) and Aftonbladet (Sweden). *Journalism Studies*, 9(5), 771–785.
- Örnebring, H. (2013). Anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European countries. *International Communication Gazette*, 75(1), 35–53.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Paterson, C. A. (2008). *Making online news: The ethnography of new media production* (Vol. 1). Peter Lang.
- Paulussen, S., & Ugille, P. (2008). User generated content in the newsroom: Professional and organisational constraints on participatory journalism. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2).
- Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and new media*. Columbia University Press.
- Pavlik, J. V. (2008). *Media in the digital age*. Columbia University Press.
- Petrović, D. (2007). Od društvenih mreža do umreženog društva: Jedan osvrt na makro mrežni pristup u sociologiji. *Sociologija*, 49(2), 161–182.
- Petrović, D. (2007). Od društvenih mreža do umreženog društva: Jedan osvrt na makro mrežni pristup u sociologiji. *Sociologija*, 49(2), 161–182.
- Quandt, T. (2008). News on the World Wide Web? A comparative content analysis of online news in Europe and the United States. *Journalism Studies*, 9(5), 717–738.
- Radojković, M. (2015). Da li će građansko novinarstvo zameniti profesionalno? Politički identitet Srbije u globalnom i regionalnom kontekstu (Ur. Knežević Predić, V.), Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, 305–314.
- Rosen, J. (1996). *Getting the connections right: Public journalism and the troubles in the press*. Twentieth Century Foundation.
- Rosen, J. (2006). The people formerly known as the audience. Press Think http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html
- Russell, A. (2011). The Arab Spring| Extra–National Information Flows, Social Media and the 2011 Egyptian Uprising. *International Journal of Communication*, 5, 10.
- Sarfatti–Larson, (1977). *The rise of professionalism: A sociological analysis*. Berkeley, CA.
- Scheufele, D. (1999), Framing as a theory of media effects, *Journal of Communication*, 49, 103–122.
- Schudson, M. (1999) ‘What Public Journalism Knows about Journalism but Doesn’t Know about “Public”’, in T. Glasser (ed.) *The Idea of Public Journalism*, pp.118–34.

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Schudson, M. (2003). *The sociology of news* W.W.Northon & Company.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.
- Siaper, E., & Veglis, A. (Eds.). (2012). *The handbook of global online journalism*. John Wiley & Sons.
- Singer, J. B. (2001). The metro wide Web: Changes in newspapers' gatekeeping role online. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(1), 65–80.
- Singer, J. B. (2005). The political j–blogger ‘normalizing’ a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173–198.
- Singer, J. B., & Ashman, I. (2009). User–generated content and journalistic values. *Citizen journalism: Global perspectives*, 233–242.
- Singer, J. B., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., ... & Vujnovic, M. (2011). *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. John Wiley & Sons.
- Singer, J. B. (2014). User–generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55–73.
- Splichal, S. (2015) Internetisation on Publicity and Privatisation, Presentation on The Eight Central and East–European Communication and Media Conference (CEECOM2015), Zagreb.
- Steensen, S. (2009). What's stopping them? Towards a grounded theory of innovation in online journalism. *Journalism Studies*, 10(6), 821–836.
- Storck, M. (2011). The role of social media in political mobilisation: a case study of the January 2011 Egyptian uprising. *University of St Andrews, Scotland*, 20.
- Stroud, N. J. (2011). *Niche news: The politics of news choice*. Oxford University Press on Demand.
- Taki, M., & Coretti, L. (2013). The Role of Social Media in Arab Uprisings–Past and Present. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 5(2).
- Thurman, N., & Hermida, A. (2010). Gotcha: How newsroom norms are shaping participatory journalism online. *Web journalism: A new form of citizenship*, 46–62.

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

- Todorović, N. (2002). Interpretativno i istraživačko novinarstvo. *Beograd: Čigoja štampa*.
- Todorović, Neda (2013), *Prilog teoriji žanrova u postnovinarstvu*, *Medijski dijalozi*, br. 17(6):11–44, Podgorica.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. *New York: Morrow*.
- Ursell, G. D. (2001). Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism. *Journalism*, 2(2), 175–196.
- Wall, M. (2009), *Citizen Journalism an The War in Iraq*, *Citizen journalism: Global perspectives*, 33–42.
- Wall, M. (2015). Citizen Journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797–813.
- Ward, S. J. (2015). *The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond* (Vol. 38). McGill–Queen's Press–MQUP.
- Weiss, A. S., & Domingo, D. (2010). Innovation processes in online newsrooms as actor–networks and communities of practice. *New Media & Society*.
- Wicks, R. H. (2005). Message framing and constructing meaning: An emerging paradigm in mass communication research. *Annals of the International Communication Association*, 29(1), 335–362.
- Wilson, T. (2012). Community Reporting and Citizen Journalism: A Venn Diagram. *Institute of Community Reporters Discussion Paper June 2012*, 1–8.
- Xu, W. W., & Feng, M. (2014). Talking to the broadcasters on Twitter: Networked gatekeeping in Twitter conversations with journalists. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(3), 420–437.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Sage Publications.

Dokumenta:

- Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) .

- Izveštaj Saveta za štampu za 2015.godinu .
<http://www.savetzastampu.rs/latinica/izvestaji/111/2016/03/11/1018/izvestaj-o-radu-saveta-za-stampu-za-2015-godinu.html> (stranica posećena 15. 04.2016.) .
- Šezdeset i sedmi monitoring izveštaj Asocijacije nezavisnih elektronskih medija
<http://www.anem.org.rs/sr/aktivnostiAnema/monitoring/story/17865/%C5%A0EZD ESET+SEDMI+MONITORING+IZVE%C5%A0TAJ+ANEMA+++> (stranica posećena 24.04.2016.).
- Saopštenja novinarskih udruženja:¹ (stranica posećena 15.04.2016.).
- <http://www.nuns.rs/info/activities/25530/mediji-pod-kontrolom-novinari-pod-pritiscima>.
- Saopštenje Nezavisnog udruženja novinara Srbije publikovano 21.12.2015
http://www.danas.rs/danasrs/ukratko/nuns_kontrolisana_medijska_scena.83.html?news_id=102535 (stranica posećena 23.12.2015.).

Prilog 1

<i>Tabela 1</i> Struktura uzorka	103
<i>Tabela 2</i> Polna struktura ispitanika	104
<i>Tabela 3</i> Starosna struktura ispitanika.....	104
<i>Tabela 4</i> Staž ispitanika	105
<i>Tabela 5</i> Obrazovanje ispitanika	106
<i>Tabela 6</i> Učestalost korišćenja društvenih mreža.....	107
<i>Tabela 7</i> Percepcija novinarske slobode.....	110
<i>Tabela 8</i> Percepcija novinarske slobode	111
<i>Tabela 9</i> Tviter i novinarske slobode.....	114
<i>Tabela 10</i> Stav prema društvenim mrežama.....	115
<i>Tabela 11</i> Stav prema društvenim mrežama	116
<i>Tabela 12</i> Odnos prema društvenim mrežama.....	117
<i>Tabela 13</i> Odnos prema društvenim mrežama.....	118
<i>Tabela 14</i> Frekventnost upotrebe Tvitera	118
<i>Tabela 15</i> Svršishodnost upotrebe Tvitera.....	120
<i>Tabela 16</i> Upotreba Tvitera prema vrsti medija.....	121
<i>Tabela 17</i> Upotreba Tvitera prema vrsti medija.....	121
<i>Tabela 18</i> Kvalitet upotrebe Tvitera.....	125
<i>Tabela 19</i> Načini upotrebe Tvitera.....	127
<i>Tabela 20</i> Namena Tvitera.....	130

Građansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

<i>Tabela 21</i> Identitet novinara.....	131
<i>Tabela 22</i> Odgovornost novinara.....	132
<i>Tabela 23</i> Odgovornost novinara.....	133
<i>Tabela 24</i> Upotreba informacija.....	134
<i>Tabela 25</i> Izvor za saznavanje vesti.....	136
<i>Tabela 26</i> Izvor za saznavanje stavova	136
<i>Tabela 27</i> Izvor za saznavanje stavova.....	137
<i>Tabela 28</i> Okvir za kontekstualizaciju.....	138
<i>Tabela 29</i> Tviter kao izvor informacija.....	138
<i>Tabela 30</i> Upotreba izvora informacija	141
<i>Tabela 31</i> Plasman informacija sa Tvitera.....	141
<i>Tabela 32</i> Učinkovitost debate u virtuelnom prostoru.....	166
<i>Tabela 33</i> Tviter i stavovi medijskih kuća	167
<i>Tabela 34</i> Medijske kuće i vrednovanje izvora	168
<i>Tabela 35</i> Medijske kuće i vrednovanje izvora.....	168
<i>Tabela 36</i> Medijske kuće i vrednovanje izvora.....	168
<i>Tabela 37</i> Medijske kuće i aktivizam novinara.....	169
<i>Tabela 38</i> Evaluacija i korektiv.....	170

Prilog 2

Tuesday, June 28, 2016
6:57 PM

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dlmR74Nzbl-GpnASMUh... [Edit this form](#)

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje

* Required

Medijska kuća *
U kojoj medijskoj kući (redakciji) radite?

Option 1

Pozicija u redakciji *

Sektor koji pratite *

Vaše godine *

Pol *

muški
 ženski

Vaše obrazovanje *

Osnovna škola
 Srednja stručna sprema
 Viša stručna sprema
 Visoka stručna sprema
 Postdiplomske studije

Koliko dugo radite kao novinar ? *

do 5 godina
 5-10 godina
 10-20 godina
 više od 20 godina
 više od 30 godina

1 of 6 6/28/2016 6:55 PM

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dlrmR74Nzbh-GpnASMUh...

Da li koristite kompjuter u svom radu?

- Da, redovno
- Da, ponekad
- Ne

Da li na bilo koji način koristite društvene mreže?

- Da, redovno
- Da, ponekad
- Ne

Kako biste ocenili novinarske slobode u Srbiji na skali od 1 do 10?
Nema medijskih sloboda (1) do izraženih medijskih sloboda (10)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Kako biste Vi ocenili novinarske slobode u vašoj medijskoj kući na skali od 1 do 10?
Nema medijskih sloboda (1) do izraženih medijskih sloboda (10)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Kakav je generalno Vaš stav o društvenim mrežama?

	Veoma pozitivan	Uglavnom pozitivan	Uglavnom negativan	Veoma negativan	Nemam stav
Tviter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fejsbuk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Da i ste aktivniji na Tviteru ili na Fejsbuku?

- Tviter
- Fejsbuk
- I jedno i drugo
- Ni jedno ni drugo

Koliko često, na bilo koji način, koristite Tviter?

- Ponekad, kada postoji neka tema koja bi mogla da me zanima
- Jednom nedeljno
- Dva puta nedeljno

2 of 6 6/28/2016 6:55 PM

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje

https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dIrmR74Nzbl-GpnASMU...

- Svakodnevno
- Više puta dnevno
- Ne koristim ga uopšte

Da li je i u kojoj meri Tviter koristan za novinarski posao?

- Veoma je koristan
- Koristan je u određenoj meri
- Nije baš koristan
- Potpuno je bespotreban za novinarski posao

Na koji način koristite Tviter?

- Objavljujem lične "tvitove"
- Objavljujem lične "tvitove" i pratim šta drugi objavljuju
- Objavljujem samo "tvitove" u svrhu promocije svog posla
- Ne objavljujem "tvitove"

Koja od navedenih stavki najviše odgovara Vašoj aktivnosti na Tviteru?

- a) Ne koristim Tviter, niti me zanimaju informacije koje su plasirane na toj društvenoj mreži
- b) Koristim Tviter kada pratim neki događaj ili pojavu, ali to ni na koji način ne utiče na moje izveštavanje, niti prenosim informacije sa Tvitera
- c) Aktivan/ a sam na Tviteru, ali su stavovi koje objavljujem potpuno odvojeni od mog izveštavanja
- d) Koristim Tviter samo kada smatram da je debata koja se vodi dovoljno značajna da bi mogla da se tiče mog posla
- e) Pratim Tviter, a informacije prenosim ukoliko potvrđuju tezu o kojoj pišem
- f) Pratim Tviter, a informacije prenosim kada potvrđuju stavove medijske kuće u kojoj radim
- g) Pratim Tviter i prenosim informacije jer građane smatram relevantnim i legitimnim izvorom informacija
- h) Na Tviteru nalazim teme o kojima kasnije izveštavam

Ako objavljujem "postove" na Tviteru, tu društvenu mrežu koristim za ...

- Privatne potrebe
- Posao
- I za privatne potrebe i za posao
- Ne koristim Tviter

Kada koristite Tviter za private potrebe, Vaše korisničko ime jasno ukazuje na to ko ste i čime se bavite?

- a) Pišem pod punim imenom i prezimenom, a navedeno je gde sam zaposlen/a
- b) Pišem pod pseudonimom, iako je navedeno gde radim
- c) Pišem anonimno, niti je navedeno gde sam zaposlen/a
- Ne koristim Tviter

3 of 6

6/28/2016 6:55 PM

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dIrmR74Nzbl-GpnASMUh...

Kada objavljujete private "postove", vodite li računa o tome kako bi se oni mogli odraziti na vaš posao?

- Da, uvek
- Vodim računa šta objavljujem, ali nisam time opterećen/a
- Ne, nikad
- Ne koristim Tviter

Ako ne objavljujete "tvitove", već samo posmatrate, zbog čega to radite?

- Jer smatram da bi objavljivanjem ličnih "tvitova" mogao/la da dovedem u pitanje svoj posao
- Jer smatram da nije profesionalno, utiče na percepciju moje objektivnosti
- Jer smatram da nikoga ne zanima šta mislim
- Jer mi je "tvitovanje" dosadno
- Ne koristim Tviter

Na koji način koristite informacije koje ste našli na Tviteru?

- Uzimam ih u obzir samo ako ih je objavio neko ko je prepoznat kao medijska ličnost
- Uzimam ih u obzir samo ako su stav zvanične institucije
- Uzimam ih u obzir ako su stigle od bilo kog građanina
- Uzimam u obzir informacije koje su stigle i od građana i od medijskih ličnosti
- Uzimam u obzir ako je u pitanju vest, ko god da je plasirao
- Ne koristim Tviter

Option 1

Prema Vašem mišljenju, Tvite novinarima služi za...

	Ključni razlog	Važan razlog	Ne baš važan razlog	To nije razlog
Saznavanje vesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saznavanje stavova građana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saznavanje stavova etabliranih sagovornika i medijskih ličnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sagledavanje konteksta i debate o nekoj pojavi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dobijanje nekih informacija koje ne mogu dobiti na drugi način	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Informacije koje su objavili građani (oni koji nisu u medijima prepoznati kao medijske ličnosti)...

4 of 6 6/28/2016 6:55 PM

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje

https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dImR74Nzbl-GpnASMUh...

- Uzimam u obzir samo kada su u pitanju vanredne situacije i kada nemam drugi izbor
- Uzimam u obzir svakodnevno, jer mi je važno da vidim šta o datoj temi misli zajednica na društvenim mrežama
- Ne uzimam u obzir jer ih smatram potpuno irelevantnim
- Ne koristim Tviter

Da li ste nekada u svom poslu preneli informaciju sa društvenih mreža?

- Da
- Da, često to činim
- Ne, nikada

Ako jeste, možete li opisati o kojoj je situaciji reč?

Ako niste, zbog čega niste?

Da li je neko od Vaših kolega preneo informaciju sa društvenih mreža (bilo da je reč o "postu" koji je objavila medijska ličnost ili građanin)? U kojoj situaciji?

Da li je postojala društveno značajna situacija da smatrate da je debata na društvenim mrežama bila relevantnija od one koju smo mogli da vidimo u medijima ?

- Option 1

Kako biste opisali ulogu Tvitera u Vašem poslu?

Kada kažete Tviter koja Vam je prva asocijacija?

Da li ste ikada tokom izveštavanja postavljali pitanje imajući u vidu raspravu koja se o toj temi vodila na Tviteru?

Na koji način se vaša medijska kuća odnosi prema Tviteru?

- Izuzetno im je važno da objavljujemo "tvitove"
- "Tvituje" se samo o sadržaju koje nudimo
- Niko ne "tvituje" u ime kuće, ali pratimo druge na Tviteru
- Tviter ih uopšte ne zanima

5 of 6

6/28/2016 6:55 PM

Gradansko i profesionalno novinarstvo u medijima u Republici Srbiji

Uticaj društvenih mreža na profesionalno izveštavanje https://docs.google.com/forms/d/1vcow_mLh9dlmR74Nzbl-GpnASMUh...

Option 1

Na koji način urednici u medijskoj kući za koju radite gledaju na upotrebu Tvitera?

	Da	I da i ne	Ne
Smatraju da to nije relevantan izvor informacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smatraju da je relevantan izvor ako dolazi od relevantnih izvora	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smatraju da je relevantan ako je reč o vesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smatraju da je relevantan izvor ako dolazi od građana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Važno im je da novinari prate, ali se od novinara traži opreznost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Da li smatrate da je Tviter na bilo koji način povezan sa slobodama?

- a) Da, o temama o kojima o kojima se ne sme debatovati u medijima, debatuje se na Tviteru
- b) Da, jer mnogi sagovornici uopšte ne mogu da uđu u javni prostor
- c) Ne, Tviter zajednica nema nikave veze sa slobodama

Kako reagujete na kritike na Tviteru?

- Razmišljam o njima, ali ne objavljujem postove
- Polemišem na Tviteru
- Polemišem o njima u svojim narednim izveštajima
- Uopšte me ne zanimaju

Da li pamтите neku situaciju kada je događaj na Tviteru bitno uticao na novinarstvo? (Opišite)

Never submit passwords through Google Forms. 100% You made it.

Powered by [Google Forms](#) This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

6 of 6 6/28/2016 6:55 PM

Biografija

Milica Jevtić rođena je 8. juna 1986. godine u Užicu. Diplomirala je na Odseku za novinarstvo i komunikologiju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu 2009. godine, zatim je, na istom fakultetu, nastavila studije na master akademskim studijama novinarstva, odbranivši master tezu “Žanrovske odlike naslovnih blokova u dnevnoj štampi: Analiza dnevnih listova Blic, Večernje novosti, Politika i Danas“. Potom je, 2011. godine, upisala doktorske studije na Fakultetu političkih nauka, smer Kultura i mediji.

Tokom poslediplomskih studija bila je angažovana u nastavi na Fakultetu političkih nauka, u okviru novinarskih predmeta – najpre od 2009. godine kao saradnica u nastavi, a 2014. godine izabrana je u zvanje asistenta.

Učestvovala je na domaćim, regionalnim i međunarodnim naučnim konferencijama: *Vjerodostojnost medija* (Zagreb, 2015), *8th International Central and East European Communication and Media Conference* (Zagreb, 2015) i drugim. Tri godine bila je članica evropske akademske mreže European Journalism Observatory (EJO), kao članica srpskog akademskog EJO ogranka.

Milica Jevtić već gotovo deceniju radi kao novinarka Radio–televizije Srbije, angažovana u Informativnom program Javnog medijskog servisa Srbije. Izveštavala je sa važnih domaćih i međunarodnih događaja za centralne informativne emisije, angažovana je u dnevnim emisijama polu–dokumentarnog tipa *Oko* i *Oko* magazin, a radila je kao novinar i koordinator na Internet portalu RTS–a.

Изјава о ауторству

Име и презиме аутора _____ Милица Јевтић _____

Број индекса _____ 397/2010 _____

Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

Грађанско и професионално новинарство у медијима у Републици Србији

- резултат сопственог истраживачког рада;
- да дисертација у целини ни у деловима није била предложена за стицање друге дипломе према студијским програмима других високошколских установа;
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио/ла интелектуалну својину других лица.

Потпис аутора

У Београду, __24.06.2016.____

Милица Јевтић

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторског рада

Име и презиме аутора	Милица Јевтић
Број индекса	397/2010
Студијски програм	Култура и медији
Наслов рада	Грађанско и професионално новинарство у медијима у Републици Србији
Ментор	проф. др Раде Вељановски

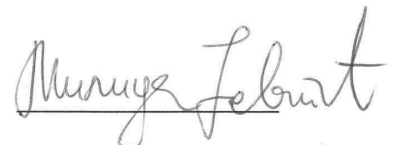
Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла ради похрањена у **Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског назива доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Београду.

Потпис аутора

У Београду, 24.06.2016.



Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку „Светозар Марковић“ да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Београду унесе моју докторску дисертацију под насловом:

Грађанско и професионално новинарство у медијима у Републици Србији

која је моје ауторско дело.

Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.


Моју докторску дисертацију похрањену у Дигиталном репозиторијуму Универзитета у Београду и доступну у отвореном приступу могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство (CC BY)
2. Ауторство – некомерцијално (CC BY-NC)
3. Ауторство – некомерцијално – без прерада (CC BY-NC-ND)
4. Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима (CC BY-NC-SA)
5. Ауторство – без прерада (CC BY-ND)
6. Ауторство – делити под истим условима (CC BY-SA)

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци.
Кратак опис лиценци је саставни део ове изјаве).

У Београду, 24.06.2016.

Потпис аутора



1. **Ауторство.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце, чак и у комерцијалне сврхе. Ово је најслободнија од свих лиценци.

2. **Ауторство – некомерцијално.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела.

3. **Ауторство – некомерцијално – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела. У односу на све остале лиценце, овом лиценцом се ограничава највећи обим права коришћења дела.

4. **Ауторство – некомерцијално – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца не дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада.

5. **Ауторство – без прерада.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, без промена, преобликовања или употребе дела у свом делу, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела.

6. **Ауторство – делити под истим условима.** Дозвољаваате умножавање, дистрибуцију и јавно саопштавање дела, и прераде, ако се наведе име аутора на начин одређен од стране аутора или даваоца лиценце и ако се прерада дистрибуира под истом или сличном лиценцом. Ова лиценца дозвољава комерцијалну употребу дела и прерада. Слична је софтверским лиценцама, односно лиценцама отвореног кода.