

UDK 316.774(049.3)

Primljeno: 19. 02. 2024.

Stručni rad
Professional paper

Tanja Grmuša

KAKO POVRATITI POVJERENJE U MEDIJE?

(Dražen Hoffmann, Đurđica Klancir, Irena Radej, Mirjana Tonković, Andrea Vranić, Milica Vučković, *Dezinformacije: zašto uspijevaju i što možemo učiniti?*, GONG – Pro Fact, Zagreb, 2022)

Priručnik *Dezinformacije: zašto uspijevaju i što možemo učiniti?* skupine autora nastao je u izdanju GONG-a u sklopu projekta *Pro-fact: Istraživanje, edukacija, provjera činjenica i razotkrivanje dezinformacijskih narativa vezanih uz COVID-19 u Hrvatskoj*. Riječ je o projektu koji je sufinancirala Europska unija, a provodio se u suradnji sa sljedećim dionicima: Fakultetom političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Fakultetom elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu, Sveučilištem u Dubrovniku i Faktograf.hr-om.

U *Uvodu* autori analiziraju problem dezinformacija s kojima se građani i društvo suočavaju već neko vrijeme. Autori smatraju kako je riječ o dugotrajnoj krizi zbog slabe ili gotovo nikakve političke, medijske i digitalne pismenosti, ali i nedostatnog znanstvenoga obrazovanja (str. 5, 6). Svrha priručnika je opisati *karakteristike dezinformacija i nas samih kao primatelja informacija i dezinformacija* (str. 8), a sve kako bi se osnažila informiranost i pismenost građana izvan obrazovnog okvira. Problem dezinformacija nije samo problem pojedinca, već i države, medijskih sustava, kao i društava u cjelini (str. 9).

Priručnik je tematski podijeljen na pet dijelova. „Fenomen dezinformacija“ prvi je dio u kojemu se čitateljima objašnjava razlika između pojmova dezinformacija i misinformacija, pri čemu je fokus na ulozi namjere u distribuciji informacija. Širenje dezinformacija višestruko je motiviran fenomen, a posebno plodno područje djelo-

vanja pronalazi se u političkim temama, ali i izvanrednim okolnostima kao što su epidemije i prirodne katastrofe. Upravo je i nedavna pandemija virusa Covid-19 rezultirala prijelomnom točkom koja je pokazala snagu mobilizacije svih dionika, ali i otvorila pitanje povjerenja u medije zbog posredovanja dezinformacija.

Autori u drugome dijelu „Uvjeti rada medijskih redakcija“ zaključuju kako su razlozi tome politički i ekonomski pritisci. Nadalje, analizira se zakonodavni okvir koji još uvijek ne osigurava nužnu razinu zaštite, a donosi se i pregled primjera omalovažavanja rada hrvatskih novinara putem verbalnih iskaza visokih dužnosnika. Riječ je o retorici koja izaziva sve veću netrpeljivost građana prema novinarskoj profesiji, upozoravaju autori. Utjecaj političkih aktera i oglašivača na kreiranje medijskog sadržaja postao je sveprisutan, stoga autori koriste sintagmu *dogovorno novinarstvo* (str. 22) za opis okolnosti stvaranja medijskih sadržaja koji su praćeni cenzurom i odmakom od kritičkog promišljanja. Snižavanje profesionalnih standarda i slabljenje ekonomskog položaja novinara, posebice onih koji rade na portalima, rezultira masovnim odlaskom iz profesije. S druge strane, autori navode sve više pozitivnih inicijativa na europskoj razini koje nastoje očuvati profesionalne novinarske standarde kroz djelovanje brojnih zaklada, a tu su i doprinosi vodećih europskih medija kao što su „Deutsche Welle, DR, Axios ili Politico“ (str. 28). Iako je medijski okoliš prilično zagađen teorijama zavjera, ali i poluprovjerenim informacijama zbog moći algoritama, autori za njegovo osnaživanje navode tri društvena uporišta „**zakonodavno, akademsko/obrazovno i profesionalno** (novinarska udruženja i *grassroots* novinarske inicijative)“ (str. 29).

Digitalne platforme sve su prisutnije u našim životima, a time i nezaobilazni akter u proizvodnji medijskog sadržaja, ističe se u trećem dijelu „Digitalni kontekst“. Oslanjanje na algoritme kao važne kolekcionarne korisničkih preferencija odražava se na razumijevanje procesa selekcije vijesti. Nadalje, autori upozoravaju kako korisnički odabiri pomažu u profiliranju publike i serviranju tema, što može imati dalekosežne posljedice, o čemu svjedoče referendum o Brexitu i američki predsjednički izbori 2016. godine.

Informacije postaju važna valuta u poslovanju medijskih organizacija, ali i ostalih povezanih dionika. Posredovanje informacija zahtjevna je aktivnost koja se oslanja na kognitivne procese kako pošiljatelja, tako i primatelja poruke. Navedeno je posebno važno razumjeti u kontekstu distribucije lažnih vijesti koje se često pokušavaju opravdati znanstvenim idejama ili staviti u znanstveni kontekst, ističu autori u četvrtom dijelu „Mediji i kognitivni procesi“. Nadalje, autori razgraničavaju pojam znanosti od pseudoznanosti uzimajući u obzir sljedeće indikatore: dokazivanje, oslanjanje

na činjenice, sveobuhvatnost u prikazu nalaza, korištenje svima razumljivih znanstvenih termina, oslanjanje na prethodna znanja, otvorenost ka promjenama ovisno o novim informacijama i spoznajama, smanjivanje nesigurnosti, odmak od logičkih pogrešaka i vrijeđanja znanstvenika, oslanjanje na recenzije kao doprinos kvaliteti znanstvenih spoznaja i mogućnosti ponavljanja istraživanja, otvorenost za kritiku te propitivanje (ne)točnosti (str. 39-43). Autori zaključuju kako upravo nedovoljna razina znanstvene i medijske pismenosti hrani pseudoznanost i brojne teorije zavjere (str. 44). Nadalje, autori opisuju karakteristike loše znanosti, ali i oblike kognitivne pristranosti koja utječe na razumijevanje informacija. Značajnu ulogu pritom imaju i mediji kroz kreiranje naslova, redoslijed objava, ali i odabir grafičkih elemenata kao podupiratelja sadržaja.

„Što možemo učiniti drugačije?“ naslov je petoga, ujedno i posljednjega dijela koji donosi niz preporuka za osnaživanje novinarske profesije i vraćanje povjerenja građana u novinare i medije. Autori preporučuju korištenje tehnoloških alata za digitalnu provjeru sadržaja, isključivanje učinaka algoritama, kao i korištenje Google Lens aplikacije za provjeru vjerodostojnosti video materijala (str. 63). Ipak, jedini izlaz iz ove situacije prema autorima je konstruktivno novinarstvo o čemu svjedoči danski primjer (Constructive Institute). Javna podrška i javno financiranje ključ su postizanja novinarske izvrsnosti, uz nužno medijsko opismenjavanje publike, zaključuju autori (str. 67).

Priručnik *Dezinformacije: zašto uspijevaju i što možemo učiniti?* vrijedno je djelo koje analizira dezinformacije kao sveprisutni fenomen koji snažno utječe na medijsku industriju, ionako oslabljenu pritiscima različitih interesnih skupina, ali utječe i na društvo u cjelini u kontekstu povjerenja u institucije i u medije. Uzimajući u obzir činjenicu kako se naša komunikacija sve više odvija na digitalnim platformama kojima upravljaju algoritmi, osobito je važno razumjeti da naš digitalni otisak i preferencije predstavljaju vrijednu imovinu koja osigurava personaliziranu isporuku sadržaja. Stoga je važno informirati i educirati korisnike o manipulativnoj snazi platformi, te tehnikama plasiranja manipulativnog sadržaja, kao i alatima koji će im pomoći u prepoznavanju istoga, a dostupnost ovoga Priručnika u otvorenom pristupu tomu će zasigurno pomoći. Priručnik je namijenjen studentima komunikologije, novinarstva, medija i odnosa s javnošću, ali i svekolikoj zainteresiranoj javnosti koja želi bolje razumjeti odnos između medija, digitalnih platformi, interesnih skupina i korisnika.

Adresa autorice
Author's address

Tanja Grmuša
Poslovno veleučilište Zagreb
tanja.grmusa@pvzg.hr