

UDK 316.774:659.3](082)(049.3)

Primljeno: 25. 08. 2019.

Stručni rad

Professional paper

**Nataša Ružić**

## **ZBORNİK U RANGU UDŽBENIKA ZA MEDIJSKO OPISMENJAVANJE I PREVENCIJU MANIPULACIJE**

***Vjerodostojnost medija: Doba lažnih informacija*, ur. Zarfa Hrnjić  
Kuduzović, Milica Kulić i Jelena Jurišić, Filozofski fakultet  
Univerziteta u Tuzli, 2019.**

Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije "Vjerodostojnost medija: Doba lažnih informacija" objedinio je medijske eksperte koji s teorijskog aspekta i na osnovu empirijskih istraživanja analiziraju jedan od glavnih etičkih problema na savremenom medijskom tržištu koji urušava novinarsku profesiju i dovodi do pada kvaliteta medijskog sadržaja. Posljednjih godina lažne informacije, dezinformacije ili informacijski poremećaji su u fokusu medijskih istraživača u svijetu i regionu, te ovaj zbornik daje doprinos u borbi sa ključnim etičkim problemima.

U okviru Zbornika objavljeno je devet naučnih radova koji su strukturirani u formi udžbenika u kojem teoretičari obuhvataju sve aspekte naslovne problematike: najprije upoznaju čitaoce sa pojmovnim određenjem lažnih vijesti, klasifikacijom, zakonodavnim okvirom, a zatim kroz studije slučaja analiziraju način i svrhe u koje se koristi ova tehnika manipulacije u regionu, tačnije u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj. Analiza uključuje plasiranje lažnih vijesti pri izvještavanju o temama od javnog interesa, iz oblasti nauke, kao i manipulisanje građanima kroz tzv. hibridne odnose s javnošću. Autori ne samo da konstatuju probleme, već iznose svoja viđenja i predlažu načine rješenja. Također, nude se nove originalne ideje i klasifikacije. Na primjer, na osnovu analize stanja medijskog tržišta Bosne i Hercegovine, autorke Turčilo i Buljubašić predlažu sljedeću klasifikaciju medijskih poslenika: „novinari (oni koji poštuju

standarde i rukovode se javnim interesom), anti-novinari (oni kojima standardi ne znače ništa, jer im je cilj zastupanje partikularnih interesa moćnika, a ne javnog interesa) i građani (razočarani u medije, koji smatraju da će sami sebe bolje informisati od onih kojima je to struka)“.

Prvi naučni rad u ovom Zborniku „Definisanje lažnih vesti: stari koncept, novi pojmovi“ obrađuje temu lažnih informacija s teorijskog aspekta počevši od istorijskog pregleda do pojmovnog određenja i klasifikacije. Autorka Milica Kulić naglašava razliku između tri ključna pojma: satire, pogrešne vijesti (false news) i lažne vijesti (fake news). Ona objašnjava da se lažne informacije mogu koristiti kao satira, parodija, fabrikovane vijesti, foto-manipulacija, reklame i promotivni sadržaji i propaganda. Kulić daje pregled plasiranja lažnih vijesti kroz istoriju i iznosi tvrdnju da lažne vijesti nisu proizvod društvenih mreža, već su se „društvene mreže ispostavile kao jednostavno sredstvo za prenošenje neetičnog sadržaja, kako u svetu, tako i u lokalnim i regionalnim okvirima, ali nisu isključivi izbor niti prenosilac lažnog sadržaja“.

Nakon pojmovnog određenja, Marina Đukić kroz rad „Evropski regulativni okvir za kontrolu lažnih vijesti“ upoznaje nas sa zakonodavnim okvirom, direktivama i preporukama Evropske unije, tačnije Evropskog parlamenta, Evropske komisije i Vijeća Evrope u pogledu borbe protiv lažnih vijesti. Ona objašnjava da Evropsko vijeće umjesto termina lažne vijesti koristi termin informacijski poremećaj, dok su lažne vijesti klasifikovane na sljedeći način: nenamjerne pogrešne informacije, dezinformacije i tačne informacije koje imaju za cilj nanošenje štete. Đukić navodi da Evropska unija u *Izveštaju o lažnim vijestima i online dezinformacijama: multidimenzionalan pristup dezinformacijama* predlaže upotrebu precizne terminologije. „Komisija ‘koncept lažnih vijesti’ smatra neprikladnim i uključuje pojam dezinformacije.... Dezinformacije su tako definirane kao lažne, netočne ili obmanjujuće informacije, dizajnirane, prezentirane i promovirane za profit ili namjerno kako bi uzrokovale javnu štetu“.

I dok su prva dva rada u zborniku razmatrala lažne vijesti s teorijskog aspekta, Lejla Turčilo i Belma Buljubašić u radu „Lažne vijesti u 21. stoljeću: Da li je javni interes interesantan bosanskohercegovačkoj javnosti i ko i kako kreira agendu?“ analiziraju aktere koji utiču na kreiranje medijske agende. One upozoravaju na probleme na medijskom tržištu u Bosni i Hercegovini koji se prvenstveno ogledaju u porastu lažnih vijesti u digitalnom prostoru, političkim i ekonomskim pritiscima kojima su izloženi novinari i koji su rezultirali kršenjem etičkih standarda i zanemarivanjem pitanja od javnog interesa. Autorke ističu da „lažne vijesti nisu samo laži, ma kako to na prvi pogled apsurdno zvučalo. Cijeli koncept fake novinarstva

zapravo je manipulativna kategorija usmjerena na manipulaciju javnošću i ovladavanje tom javnošću“. One upozoravaju na posljedice antinovinarstva i tehnike kojima se koriste anti-novinari. „Anti-novinari koji kao svoje glavno oruđe koriste fake news, rekli bismo da su to novinari spremni da služe. Ali, ne javnosti i javnom interesu, već onome ko ponudi više ili ko ucijeni i pritisne snažnije“. Na osnovu intervju sa 37 sagovornika u Sarajevu i Banja Luci Turčilo i Buljubašić dolaze do zaključka da medijsku agendu kreiraju političari, oglašivači, marketinške agencije, vlasnici medija i urednici.

Rad „Analiza naslova u hrvatskim dnevnim novinama: Primjer ratifikacije Istanbulske konvencije“ Suzane Peran i Anđelke Raguž posvećen je kvantitativnoj analizi navedene teme od javnog interesa u šest hrvatskih dnevnih novina (*24 sata*, *Jutarnji list*, *Večernji list*, *Slobodna Dalmacija*, *Novi list* i *Glas Slavonije*) u periodu od 22. marta do 14. aprila 2018. godine, tačnije od dana kada je Vlada Republike Hrvatske usvojila Nacrt prijedloga zakona o potvrđivanju Konvencije Vijeća Evrope o sprječavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i porodičnog nasilja do dana ratifikacije Istanbulske konvencije. Ova tema bila je u fokusu javnosti 2018. godine i izazvala je, možemo slobodno reći, neku vrstu moralne panike zbog plasiranja oprečnih mišljenja u javnosti. Analizom je utvrđeno da je najveći broj tekstova o Istanbulskoj konvenciji objavljen u *Večernjem listu* (88), a najmanji u *24 sata* (24). Na osnovu analize 322 teksta autorke zaključuju da je ova tema plasirana u medijima na prvih pet strana dnevnih listova, kao i da se tema uglavnom vezuje za premijera Andreja Plenkovića. Hipoteza o eksplicitnim osudama Istanbulske konvencije u medijima je odbačena, kao i hipoteza da su naslovi imali senzacionalistički karakter. Većina naslova je bila informativnog karaktera, a autorke su utvrdile da su se urednici u naslovima oslanjali na elemente vrijednosti vijesti poput sukoba, blizine i publike. Kvantitativnom analizom sadržaja Peran i Raguž dolaze do neočekivanog zaključka da su urednici u naslovima o procesu ratifikacije Istanbulske konvencije gotovo u potpunosti isključili žene – subjekte čijoj je zaštiti dokument posvećen, čime se odustalo od kriterija činjenosti i važnosti.

Amela Delić u radu „Odnos mlađih generacija novinara/novinarke prema imperativu istinitosti medijskih informacija“ na osnovu dubinskih intervju sa 10 diplomiranih novinara/novinarke u uzrastu od 23 do 30 godina pokušava ispitati odnos mlađe generacije prema istini kao profesionalnom i etičkom standardu, kao i načinu borbe protiv lažnih vijesti u Bosni i Hercegovini. Autorka je sa medijskim poslenicima razgovarala o osnovnim principima poput istinitosti, nepristrasnosti, načinu provjere informacija i saradnji sa publikom. Na osnovu odgovora ispitanika

Delić navodi ključne prepreke za dostizanje imperativa istinitosti, koji se ogledaju u političkim i ekonomskim pritiscima, lošim uslovima rada, neprofesionalizmu novinara, nedostupnosti izvora informacija, ideološkim predrasudama, niskom stepenu medijske pismenosti građana, nerazumijevanju urednika. Posebnu vrijednost radu daju konstatacije ispitanika koji otvoreno priznaju da „ponekad biraju sagovornika koji će svojom izjavom ustvari kazati mišljenje koje dijeli i sam novinar“, da im urednik sugeriše da pojedine tekstove baziraju na jednom izvoru, kao i da treba ukinuti pravilo druge strane.

Boris Beck u naučnom radu „Retorika laži: Opravdanje teorije o ravnoj Zemlji“ analizira način na koji se šire i argumentuju tvrdnje da je Zemlja ravna ploča. U teorijskom dijelu autor objašnjava razliku između nauke i pseudonauke koja se ogleda u tome da nauka omogućava opovrgavanje hipoteze, a pseudonauka nastoji po svaku cijenu dokazati da je tvrdnja tačna. Fokusirajući se na studiju slučaja Beck razmatra nekoliko teorija poput verifikacijskog modela, evidencijske teorije, anegdotalne dokaze, neopravdane analogije, autoritarne teorije istine, etiketiranja i iznosi argumente zbog čega svaka od ovih teorija spada u pseudonauku. Autor pokazuje da se na društvenim mrežama vodi svojevrsan rat protiv nauke, odnosno širi se neutemeljena kritika, pa pojedinci naučno dokazane tvrdnje etiketiraju kao proizvod „intelektualaca pod sponzorstvom vlade“ ili nauku optužuju za „pranje mozga“ i „indoktrinaciju“.

Iz naslova naučnog rada „Istraživački pristupi lažnim vijestima – kako uz pomoć *big data* razotkriti trollove?“ jasno je da autori Viktorija Car i Gordan Matas razmatraju *big data* kao svojevrsnu medijsku i komunikacijsku forenziku pomoću koje mogu evidentirati trollove. Autori upozoravaju da na webu možemo biti izloženi lažnim vijestima koje plasiraju mediji, ali i šerovanju lažnih vijesti ili organizovanju kampanje na društvenim mrežama. Osim pojmovnog određenja, Car i Matas objašnjavaju ulogu botova i trollova, kao i njihove funkcije u digitalnom prostoru posebno analizirajući poslovne modele koje koriste u cilju profitiranja. Autori otkrivaju da je trollove moguće „prepoznati“ na osnovu nekoliko činjenica: stepena aktivnosti i specifičnosti trenutka u kojem djeluju. Rad obiluje primjerima iz različitih krajeva svijeta (Rusija, Makedonija, Rumunija, Amerika) kroz koje autori pokazuju način djelovanja sofisticiranijih metoda manipulisanja uz pomoć portala koji objavljuju isključivo lažne vijesti poput *Denverguardian.com* i portala koji plasiraju mješavinu istinitih i lažnih informacija poput *Endingthefed.com*.

Radenko Udovičić u radu „Izazovi medijske deprofesionalizacije“ navodi i analizira promjene koje su izazvali web portali i društvene mreže u pogledu

profesionalnih i etičkih standarda. Ovo pitanje je od izuzetnog značaja imajući u vidu da se 70% mladih uglavnom informiše putem novih medija. Autor posebnu pažnju poklanja društvenim mrežama koje karakteriše "moć bez odgovornosti", kao i uticaju građanskog novinarstva na profesionalne standarde. Iz ovog rada možemo se upoznati sa tvrdnjama različitih teoretičara koji upozoravaju da je laž ušla u novinarske sadržaje, a publici je teško doznati gdje je istina. Udovičić konstatuje da jedini način izlaska iz ove situacije predstavlja medijsko opismenjavanje javnosti.

Već iz samog naziva rada „Hibridni oblici odnosa s javnošću i marketinga: od advertorijala do native oglašavanja na portalu 24sata.hr“ jasno je da Hrvoje Jakopović i Maria Tomljanović na primjeru najpopularnijeg hrvatskog portala proučavaju hibridne oblike odnosa s javnošću i marketinga. Autori nas najprije upoznaju sa teorijskim okvirom u pogledu native, odnosno prirodnog oglašavanja. Nema sumnje da advertorijals i native oglašavanje predstavljaju direktne tehnike manipulacije, ali je native sadržaj manje nametljiv, te postoji opasnost da ga publika neće prepoznati, a šerovaće sadržaj među prijateljima. Istraživanja su potvrdila da je native oglašavanje kao spoj saopštenja za javnost i oglasa prihvatljiviji za publiku, odnosno da 53% internet korisnika preferira novi hibridni oblik u poređenju sa banerima. Ova nova metoda je učestala pojava na portalima i najčešće je građani ne prepoznaju jer je usmjerena na benefite, a ne karakteristike proizvoda. Na osnovu dvogodišnjeg istraživanja Jakopović i Tomljanović dolaze do zaključka da su na portalu *24 sata* sve native i PR objave pravilno označene, ali istovremeno utvrđuju da su digi life generaciji duže native objave interesantnije od kraćih PR tekstova.

Na osnovu karaktera devet publikovanih naučnih radova zbornik "Vjerodostojnost medija: Doba lažnih informacija" možemo slobodno svrstati u kategoriju udžbenika iz oblasti medijske i informacione pismenosti koji je namijenjen ne samo medijskim profesionalcima, već i građanima koji se žele odbraniti od savremenih tehnika i metoda manipulacije. Vrijednost zbornika se ogleda u tome što medijski eksperti na veoma jednostavan i pristupačan način, uz mnoštvo primjera, objašnjavaju nove metode i tehnike manipulacije u različitim oblastima. Pažljivim čitanjem radova medijskih stručnjaka čitaoci mogu povećati svijest o neophodnosti medijskog opismenjavanja, kao i nivo znanja u oblasti tehnika manipulacije i informacione pismenosti.

Adresa autorice  
Author's address  
Univerzitet Crne Gore  
Fakultet političkih nauka  
Podgorica  
nruzic@ucg.ac.me