

*Милица Јевтић**Факултет политичких наука, Универзитет у Београду*

## **УПОТРЕБА И ЗЛОУПОТРЕБА: ЕФЕКТИ ГРАЂАНСКОГ НОВИНАРСТВА У МЕДИЈИМА У СРБИЈИ\***

### **Сажетак**

Предмет рада је анализа односа грађанског и професионалног новинарства у медијима у Србији, а његов циљ је давање одговора на питање на који се начин професионалци у овдашњим медијима односе према информацијама које бивају пласиране на друштвеној мрежи Твитер. Партиципација грађана и њен утицај на професионалну рутину новинара у овом раду корелирају у контексту новинарских слобода, а сходно основној претпоставци рада. Наиме, овде полазимо од тезе да ситуације појачаних притисака на новинаре, које за последицу имају непрофесионално и непотпуно информисање, јесу оне у којима, истовремено, јача активизам грађана на друштвеним мрежама, а самим тим и њихов утицај на професионалне новинаре. Узорак обухвата новинаре из 44 редакције у Србији, који су приступили испуњавању упитника, док се други експлораторни део истраживања базира на интервјуима са уредницима кредибилних медија у Србији. Према резултатима, чак 80 одсто новинара вреднује слободу оценама до 5 (на скали од 1 до 10), док готово сваки други испитаник (55,4%) види директну корелацију Твитера и новинарских слобода. Ситуације у којима је Твитер доживео експанзију неретко говоре о крхком професионализму новинара, али и сведоче о значајном утицају активизма на друштвеној мрежи на рад професионалаца, што не значи нужно и пропустљивост информација добијених од

---

\* Рад је део докторске дисертације „Грађанско и професионално новинарство у медијима у Републици Србији“, коју је ауторка овог текста одбранила на Факултету политичких наука у Београду, 5.10.2016. године.

грађана у јавни медијски простор. Новинари су свесни могућности злоупотреба у виртуелној заједници, док истовремено, уредници демистификују слободарски карактер друштвених мрежа, сматрајући их корисном брзом новом платформом, али и изумом који је већ подлегао утицајима различитих интересних група.

Кључне речи: грађанско новинарство, професионално новинарство, Твитер, медијске слободе, Србија

## 1. ГРАЂАНСКО НОВИНАРСТВО: ДРУШТВЕНО-ПОЛИТИЧКИ КОНТЕКСТ

Коришћење технологије у рутини сваког члана заједнице, а самим тим и у новинарској пракси, у средишту је теоријских дебата, као и дебата практичара, усмерених на установљавање промена у структури односа између професионалних новинара и све активније публике. Ново доба показало је да готово нема ситуације у којој заинтересовани грађанин није узео учешће у медијском извештавању, било као очевидац у непредвидивим, такозваним *breakingnews* ситуацијама (којих је због терористичких напада и учесталих елементарних непогода све више), или у ситуацијама када професионалци, из неког разлога, нису испунили очекивања публике, због чега грађани осећају потребу да делају као суплемент професионалном информисању. Овакав активизам постао је очит са појавом Интернета, праве обресе добио је 2004. током цунамија у Јужној Азији, када су због грађана-репортера „редакције потучене од стране аматера“<sup>1)</sup> а нарочиту експанзију доживео је почетком друге декаде ХХИ века, са појавом друштвених мрежа које су омогућиле лак и несметан продор информација у виртуелни простор.

Испрва се чини да су промене у овој епохи резултат искључиво технолошког детерминизма, али теоретичари са правом говоре о „конвергентној култури“<sup>2)</sup> која подразумева контекст у којем су конзументи „охрабрени да трагају за информацијама и повезују дисперзовани медијски садржај“<sup>3)</sup> Јасно је, стога, да је технологија један, али не и једини услов за учешће активних грађана у

---

1) Stuart Allan, Einar Thorsan, *Citizen journalism: Global perspectives*, Peter Lang, New York, 2009, стр. 18.

2) Henry Jenkins, *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York, 2006, стр. 4.

3) Исто.

професионалној рутини, јер га обликују и културни и политички контекст заједнице у којој се нови активизам грађана одвија, затим медијски пејзаж, професионалне норме и слободе, као и постојање „кризе јавног комуницирања“.<sup>4)</sup> Да је само технологија обликовала нову медијску праксу, а не читав варијетет фактора, већ бисмо имали потпуно нови, инклузивни образац понашања публике и новинара, потпуно другачију слику света, а теоретичари не би већ у првој декади XXI века говорили о „миту интерактивности“.<sup>5)</sup>

Рад долази у јеку жустрих теоријских расправа о лицу и наличју новог активизма, дебатује се који су то услови у којима је дошло до појачане партиципације публике, али и каква је њена перспектива, затим да ли је овај простор интересно неомеђен или је већ загађен утицајима доминантних политичких и економских групација. Дебате о узроцима новог понашања публике темељиле су се на перципираној кризи у сфери масовног комуницирања, као и на „демократском дефициту“<sup>6)</sup> који подразумева ограничено учешће грађана у процесу одлучивања; оне су укључивале став о свеprisутном неповерењу у медије,<sup>7)</sup> а таквом контексту додате су технолошке погодности.

Међутим, тек што је започео XXI век, све озбиљне савремене редакције почеле су да размишљају о модалитетима у оквиру којих се односе према новој врсти садржаја који им стиже од грађана, да би овај простор све чешће бивао ограничен неком врстом „одговорности“. Чувени британски Фајненшл тајмс (*Financial Times*) данас не отвара сесије за коментаре у оквиру тема које су се показале као плодне за неаргументовану расправу (као што је, рецимо, сукоб Израела и Палестине), док су коментари на другим текстовима могући само ако се и аутор текста, укључи у расправу.<sup>8)</sup> Истовремено, угледни Њујорк тајмс (*New York Times*) уводи категорију „верификованог коментатора“, особе која је већ стекла поверење

---

4) Маријана Грбеша, „Криза јавног комуницирања и идеја грађанског новинарства“, *Политичко образовање*, Хрватско политолошко друштво, Загреб, бр.1/2005, стр. 184.

5) David Domingo, “Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Wiley-Blackwell, Hoboken, USA, бр.13/2008, стр. 680.

6) Robert Hackett, William Carroll, *Remaking media: The struggle to democratize public communication*, Routledge, Abington, UK, 2006.

7) Stephen Coleman, David E. Morrison, Scott D. Anthony, *Public trust in the news: a constructivist study of the social life of the news*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, 2009.

8) Роб Минто (*Rob Minto*), Digital Editor for Audience Engagement, Financial Times. Подаци добијени из интервјуа у оквиру студијске посете Бриселу и Лондону.

редакције и која коментарише текстове обзнањујући, до одређене мере, свој идентитет.<sup>9)</sup>

Будући да се као критеријуми за експанзију грађанског активизма на Твитеру најчешће узимају кризне ситуације, у овом раду покушали смо да дијагностикујемо позицију новинара у кризним и свим другим ситуацијама, уз настојање да установимо и контекстуализујемо професионалну праксу, али и да пружимо обриси сложене медијске слике Србије, корелирајући је и са појмом новинарских слобода.

Истраживањем смо тежили да докажемо постојање неколико феномена – да је друштвена мрежа Твитер неретко кадра да детектује крхки професионализам у ситуацији недовољних новинарских слобода; да је она допринела утицају грађана на професионалну рутину и медијски садржај, али да је директно учешће грађана у том процесу врло ограничено, а мимо новинарске мембране – ретко.

## 2. ТЕОРИЈСКИ ОКВИР И ОДРЕЂЕЊЕ ПОЈМА

Медијски теоретичари су, с краја деведесетих и почетком двехиљадитих, пребрзо почели да верују у позитивне стране новог активизма грађана, па се у првој декади XXI века формирала читава група аутора са визуром да су активисти заправо добронамерни грађани, освешћени учесници у процесу комуницирања који теже да помогну и, у крајњем, ослободе новинарску професију корпорацијских, политичких и уредничких стега. Међутим, убрзо је постало јасно да је медијски простор био и биће интересна сфера и да ће у небројеним случајевима активизам грађана представљати „и могућност и ризик“.<sup>10)</sup> Корак даље, све се јасније видео талас аутора који сматрају да је одређени вид партиципације грађана у медијском извештавању привид и обмана и да, под маском анонимних партиципаната, виртуелну заједницу обликују најразличитије интересне групе.

9) *Verified Commenters*, Internet, <http://www.nytimes.com/content/help/site/usercontent/verified/verified-commenters.html>, 20/04/2016.

10) У домаћој литератури видети: Мирољуб Радојковић, „Да ли ће грађанско новинарство заменити професионално“ у зборнику: *Политички идентитет Србије у глобалном и регионалном контексту* (приредила: Весна Кнежевић Предић), Факултет политичких наука, Београд, 2015, стр. 305–314. У иностраној вид.: Sara Bentivegna, “Rethinking politics in the world of ICTs”, *European journal of communication*, SAGE Publications, CA, USA, бр. 21/2006, стр. 331–343; Lorenzo Mosca, “A double-faced medium? The challenges and opportunities of the Internet for social movements”, *Net Working/Networking: Citizen Initiated Internet Politics*, Tampere University Press, 2008, стр. 41–73.

Хиперпродукција у овој теоријској области једнако је присутна као хиперпродукција садржаја на мрежи. У теоријском смислу, рад се у најширем наслања на теорију умрежавања<sup>11)</sup> и теорију лабавих веза,<sup>12)</sup> позиционирајући се између две групе теорија, грубо названих теорије технооптимизма<sup>13)</sup> и технопесимизма.<sup>14)</sup> Рад се базира на конструктивистичком разматрању поверења публике у медије,<sup>15)</sup> а следи читаву групу аутора који су се на различите начине бавили усвајањем садржаја који креирају корисници, *user generated content (UGC)*, у професионалној рутини најпознатијих редакција,<sup>16)</sup> или су их корелирали са друштвеним и политичким контекстом заједнице.<sup>17)</sup>

- 11) Harold Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", in: *The Communication of Ideas*, (ed. Lyman Bryson), Institute for Religious and Social Studies, New York, 1964, стр. 37-51; Manuel Castells, *Communication power*, Oxford University Press, Oxford, 2009.
- 12) Mark Granovetter, "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited", *Sociological Theory*, бр. 01/1983, стр. 201–233; Tim Eaton, "Internet activism and the Egyptian uprisings: Transforming online dissent into the offline world", *Westminster papers in communication and culture*, University of Westminster, бр. 09/2013, стр. 3-24.
- 13) John V. Pavlik, *Journalism and new media*, Columbia University Press, New York, 2001; Dan Gillmor, *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*, O'Reilly Media, Sebastopol, USA, 2004; Stuart Allan, Einar Thorsen, *Citizen journalism: Global perspectives*, нав. дело.
- 14) Evgeny Morozov, *The net delusion: The dark side of Internet freedom*, Public Affairs, New York, 2011; Natalie Fenton, *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*, SAGE Publications, CA, USA, 2010; Paolo Gerbaudo, "The 'Kill Switch' as 'Suicide Switch': Mobilizing Side Effects of Mubarak's Communication Blackout", *Westminster Papers in Communication and Culture*, University of Westminster, бр. 09/2013, стр. 25-46.
- 15) Stephen Coleman, David E. Morrison, Scott D. Anthony, *Public trust in the news: a constructivist study of the social life of the news*, нав. дело, 2009.
- 16) Alfred Hermida, Neil Thurman, "A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites", *Journalism practice*, Routledge, Abington, UK, No. 02/2008, стр. 343-356; Henrik Örnebring, "The consumer as producer—of what? User-generated tabloid content in The Sun (UK) and Aftonbladet (Sweden)", *Journalism Studies*, Routledge, Abington, UK, No. 09/2008, стр. 771-785; Steve Paullussen, Pietre Ugille, "User generated content in the newsroom: Professional and organisational constraints on participatory journalism", *Westminster Papers in Communication and Culture*, University of Westminster, No. 05/2008, стр. 24-41; David Domingo et al., "Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers", *Journalism practice*, Routledge, Abington, UK, No. 02/2008, стр. 326-342; Seth C. Lewis, Kelly Kaufhold, Dominic L. Lasorsa, "Thinking about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers", *Journalism Practice*, Routledge, Abington, UK, No. 04/2010, стр. 163–179; Ulrika Hedman, Monica Djerf-Pierre, "The social journalist: Embracing the social media life or creating a new digital divide?", *Digital Journalism*, Routledge, Abington, UK, No. 01/2013, стр. 368-385.
- 17) Peter J. Anderson, Geoff Ward, *The future of journalism in the advanced democracies*, Ashgate Publishing, Aldershot, UK, 2007; Stuart Allan, Einar Thorsan, *Citizen journalism: Global perspectives*, нав. дело, 2009.

Да би се ова појава кохерентно посматрала, потребно је, у најкраћем, разграничити појмовни апарат. Иако ауторка текста сматра да синтагма „грађанско новинарство“ није најсрећније изабран термин из најмање два разлога, јер су новинари неправедно искључени из појма „грађани“, а аматерима придодате вештине које немају, па су названи „новинари“, њиме је најшире формулисан појам који ће се користити за нови активизам публике. Ауторка додаје да аматер не мора познавати систем „нормативних вредности“<sup>(18)</sup> које би професионалац требало да познаје, нити можемо говорити о обавезној одговорности и поузданости које професионалац треба да има, а аматер не мора, али ће покушати да феномен анализира под наведеним појмовима.

Језичке конструкције којима се објашњава нови активизам публике у најширем смислу варирају и могу се наћи под различитим појмовима, међу којима најчешће партиципативно и/или грађанско новинарство. Док је за једну групу аутора реч о истоветним појмовима,<sup>19)</sup> друга група, попут Џојса Нипа<sup>20)</sup> и, у домаћој теорији, Ане Милојевић,<sup>21)</sup> говоре о различитим терминима за различите појаве. Нип раздваја грађанско од партиципативног новинарства, према присуству професионалног новинара – па уколико је одређену информацију објавио грађанин самостално, такав активизам назива „грађанским новинарством“, док би у супротном то било партиципативно новинарство. Односно, како истиче Милојевић „када се у јавној, посредованој комуникацији као један од учесника појављује професионални комуникатор (новинар) ради се о партиципативном новинарству“.<sup>22)</sup> Међутим, како према наведеним поделма „активизам на Твитеру спада у грађанско новинарство“<sup>23)</sup> такво разграничење може бити проблематично, јер је „намера“ оно што ова разграничења може довести у колизију. Наиме, грађанин не мора објавити информацију са намером да дође до професионалца, нити професионалац може користити само оне

18) Mark Deuze, “Journalism and the Web An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment”, *International Communication Gazette*, No. 61/1999, стр. 373–390.

19) Joseph Daniel Lasica, “What is participatory journalism”, *Online Journalism Review*, Internet, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>, 16/12/2015.

20) Joyce Nip, “Exploring the Second Phase of Public Journalism”, *Journalism studies*, Routledge, Abington, UK, No. 07/2006, стр. 212–236.

21) Ана Милојевић, „Учешће грађана у савременом новинарству – концептуална расправа“, *Годишњак Факултета политичких наука*, ФПН, Београд, бр. 16/2016, стр. 37-55.

22) Исто, стр. 45.

23) Исто.

информације или ставове који су му упућени, већ може користити и оне које су стигли од грађана, али без намере да буду пласирани у медијима. Стога ће ауторка овог рада користити термин „грађанско новинарство“ за сваки облик грађанског активизма на друштвеној мрежи Твитер који би, намером оног ко је пласирао, или без ње, могао да утиче на професионалце или заврши у простору мејн-стрим медија.

### 3. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

Циљ овог истраживања састоји се у покушају установљавања на који начин грађанско новинарство (олично у активизму на друштвеној мрежи Твитер) утиче на професионално новинарство у медијима у Србији. Друштвена мрежа Твитер одабрана је јер омогућава неометану и најдиректнију партиципацију, односно најјаснију видљивост у виртуелном простору (сврстано према теми дебате). Ауторка овог рада полази од хипотезе да степен утицаја грађанског новинарства на професионално новинарство директно корелира са степеном медијске и политичке контроле усмерене према професионалном новинарству. У раду се настоји доказати и да врста медија одређује степен пропустљивости информација са друштвених мрежа, мерењем пропустљивости комерцијалних телевизија и јавних сервиса, односно таблоидне и квалитетне штампе. Наслањајући се на инострану теорију, а анализирајући појаву у Србији, ауторка покушава да покаже да контекст домаће медијске сцене (крхка новинарска етика, правни вакууми у медијској сфери и њена неадекватна регулација), директно утиче на употребу информација које су грађани пласирали на друштвеној мрежи – са једне стране очито је појачано неповерење новинара, а са друге је присутна злоупотреба тих информација, каткад у искључивом циљу потврђивања медијске политике одређене куће.

Партиципација није предусловљена искључиво правним системом овог простора, због чега се тежило доказивању тога да баш културни контекст у којем новинари послују (фаворизација једносмерног начина комуницирања и недостатак јавне дебате) директно утиче на условну затвореност новинара према новом активизму грађана. И на крају, у намери да се да одређена предикција – тврдња је да је активизам грађана, иако са читим утицајем на професионалце, у суштини одраз реципроцитета, према којем су велики медији пре проширили опсег деловања у виртуелном

простору, него што су грађанима допустили да заиста креирају медијски садржај.

Истраживање се састоји из два дела: првог који се базира на упитнику коме је приступило 129 новинара и уредника из 44 редакције у Србији и другог дела који се базира на дубинским интервјуима са уредницима у проминентним медијима у Србији (Политике, Данаса, Јужних вести, дописништва РТВ-а из Брисела и са уредништвом Интернет портала РТС-а), изабраним према особеноствима одговора које су новинари њихових редакција исказали у упитнику.

У првом делу упитника новинари су одговарали на питања која се тичу перцепције слободе у медијима у Србији и компарирани их са перцепцијом слободе у сопственим редакцијама. Други корпус питања имао је за циљ да установи однос новинара према друштвеним мрежама – анализира се учесталост и тип њихове активности; док су у последњем делу упитника новинари сами експлицирали ситуације у којима су друштвене мреже утицале на њихову професионалну рутину, било као извор информација, коректив за новинарско извештавање или су професионалци постављали питања позивајући се на дебату која је била доминантна на друштвеним мрежама. Истовремено, истицали су и ситуације у којима су друштвене мреже водиле ка обмани у професионалном информисању. Упитнику су приступили новинари штампе, радија, телевизије и онлајна. Према географској распрострањености заступљене су све телевизије са националном фреквенцијом, затим телевизије кабловских оператера и поједине локалне телевизије. Особене институције, као што је РТС, имале су своје представнике у сва три сегмента (телевизија, радио и онлајн), будући да није реч о интегрисаној редакцији. Анализи су приступили новинари дневне и недељне штампе, метрополе и локалних листова, а слична матрица коришћена је и за радијске новинаре. Када је реч о Интернет порталима, упитнику су приступили новинари портала који су део одређене медијске групације, али и специјализованих портала који самосвојно послују. Изради упитника приступила су и 3 самостална (*freelance*) новинара, као и новинари који у оквиру овог подручја на неки начин сарађују са светским медијским сервисима (*Deutsche Welle, Independent, BBC, AFP*). Узорак није стратификован, нити су новинари распоређивани према полу и старосној структури.



Табела 1. Редакције чији су новинари учествовали у изради упитника

Blic	Nova ekonomija	BIRN	VICE
Вечерње новости	PTC	Istinomer	Радио Слово љубве
Danas	RTV	Cenzolovka	Radio Sto plus
Политика	Beta	Radio Slobodna Evropa	Radio Luna
Kurir	Тањјуг	Independent	Južne vesti
Alo	Ninamedia	BBC	Pančevo. Moj Kraj. rs
Informer	TV N1	AFP	Portal e Vršac
Sport	TV B92	Deutsche Welle	Supersport.rs
Vreme	TV Prva	Tv Banat	Balkanrock
Nedeljnik	TV Pink	RTV Mir	Mondo
NIN	TV Happy	Al Jazeera	Telegraf

На крају, рађени су и интервјуи са уредништвом одељка за нове медије британског Фајненшл тајмса, а истраживање је допунио и разговор са аташеом за нове медије Европске народне партије у Европском парламенту, институције која је била пример за промену праксе у начину традиционалног информисања.

Истраживање је рађено у периоду од новембра 2015. године (упитник и највећи део интервјуа) до марта 2016. године (када су урађени последњи интервјуи у Бриселу и Лондону), али временски опсег који обухватају наведени примери укључује и ранији период, рачунајући од јануара 2014. године.

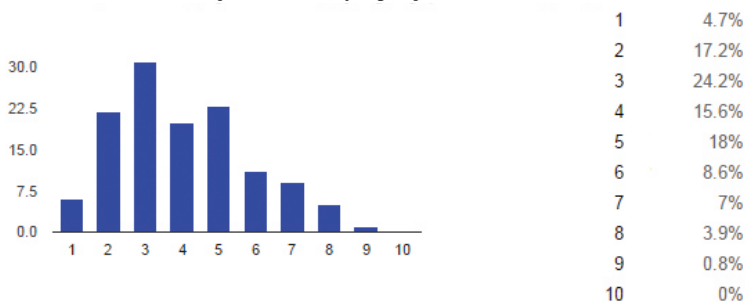
#### 4. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Резултати анализе показују да постоји специфична корелација између перцепције новинарских слобода и активизма грађана на друштвеној мрежи и очигледно је перципирају и грађани и новинари. Због осетљивости појма „медијских слобода“, ауторка истраживања сматрала је да би методолошки погодније било квантификовати перцепцију новинарских слобода тако што ће је новинари скалирати, него да се и у овом делу истраживања ради студија случаја која би потврдила крхко стање у новинарској професији. Међутим, анализа професионалних слобода, осим скалирања, допуњена је и анализом примера у којима новинари на одређен начин, по сопственом признању, нису успели да обаве свој новинарски задатак у складу са професионалним стандардима.

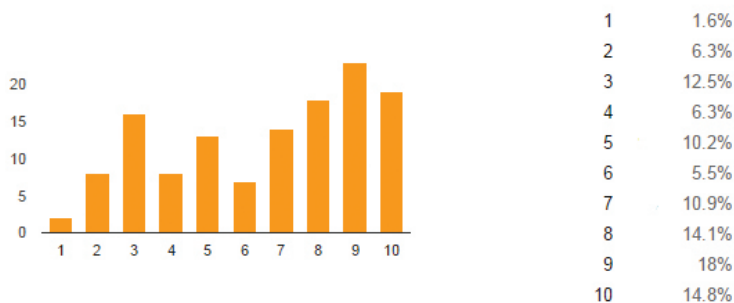
Према овој анализи, перцепција новинарских слобода крајње је проблематична, јер је, на скали од 1 до 10, у 80 одсто случајева вреднована оценама до 5, уз значајан дисбаланс између перцепције слобода у сопственој редакцији и гледања на медијске слободе у земљи. Дискрепанца између та два виђења слободе очигледна је међу новинарима телевизије Н1, Недељника и Јужних вести (слободама у редакцији додељена је највиша оцена, а медијским слободама у земљи додељено је 3–4), као и светских медијских сервиса (*Deutsche Welle, Independent, BBC, AFP*) док су најмања одступања у перцепцији редакцијске и медијске слободе у земљи међу телевизијским новинарима Радио–телевизије Србије (углавном око просека – 5). Илустративно је да су најниже оцене у перцепцији слободе детектовали представници таблоида Информер и комерцијалне телевизије Пинк, дајући чак нижу оцену слободама у редакцији од оне у медијском простору земље, а обе испод 4.

Графикон 1. Перцепција новинарских слобода у Србији и у редакцијама у којима новинари послују

Како бисте оценили медијске слободе у Србији, на скали од 1 до 10?



Како бисте оценили новинарске слободе у Вашој медијској кући, на скали од 1 до 10?



Инострана теоријска потка и наведена истраживања из ове области показали су да друштвене мреже лако детектују мањка-

ности у професионалном информисању, а резултати ове анализе упућују на то да се и у Србији следи слична пракса. Чак 85,2% испитаника у оквиру овог истраживања сматра да Твитер јесте у некој корелацији са новинарским слободама, док директну спону перципира сваки други испитаник (55,4%). Ту директну повезаност новинари објашњавају ставом да се у овом виртуелном простору дебатује о темама о којима није могуће или није пожељно дебатовати у јавном медијском простору, односно у традиционалним медијима, док 30% додаје да је корелација са слободом то што своје гледиште и ставове имају прилику да искажу најразличитији саговорници који иначе нису у могућности да уђу у јавни медијски простор одређене медијске куће.

Ипак, не треба имати илузију да спознаја туђих ставова значи и њихово увођење у јавни медијски простор, као што не треба имати илузију да, упркос томе што су свесни новог активизма публике, новинари грађанима на било који начин уступају тај медијски простор. Посматрајући ово скалирање, на први поглед би се могло рећи да су новинари потпуно отворени према новој врсти активизма, што није тачно – најмањи број њих у својој професионалној рутини преузима информације које су пласирали анонимни грађани. Прецизније, анонимне партиципанте (оне који нису препознати као медијска личност или представници институције) за легитиман и поуздан извор сматра тек 12,9% одсто новинара и махом припадају оној групи испитаника који су најпозитивније вредновали слободе у сопственим редакцијама. Међутим, контекстуализујући овај податак, можемо закључити да је он вишеслојнији него што се на први поглед чини. Ако се узме пример Јужних вести, чији су се новинари изјаснили веома позитивно према преузимању информација са друштвених мрежа, и то оних информација које су стигле од грађана, као особен и индикативан став узима са исказ њиховог главног и одговорног уредника, дат у оквиру дубинског интервјуа:

*Тешко је очекивати и ослонити се на грађанско новинарство у смислу да новинари пишу оно што су им грађани јавили. Не могу са тим да се сложим, пре свега јер су новинари изложени сталној опасности кршења кодекса, немају другу страну приче, нити су проверили аутентичност извора. Чак и да грађани пошаљу документ, на пример фотографију, новинар не зна да ли је аутентична. Оно што ја могу да пронађем у конструкцији „грађанско новинарство” је да дефинишем начин извештавања, не из техничког угла, него суштински, када се извештава тако што се одговара на питање*

*зашто је тема битна грађанима, односно да оно што грађани пласирају буде повод за новинарско истраживање.* (Предраг Благојевић, Јужне вести)

Интервјуи су углавном релативизовали слику и оних оптимистичних новинара, али и потврдили то да се однос професионалаца према грађанском новинарству очигледно не може мерити само према томе да ли новинари пуштају те информације у јавни медијски простор, јер се испоставља да је та мембрана семипермеабилна. Уочава се да друштвена мрежа Твитер осим што може бити извор информисања (или један од извора, што врло одговара традиционалном начину извештавања), може имати корективну улогу у професионалном извештавању или, на неки начин, бити његов додатак. Томе у прилог говори и податак да су 58,5% испитаника који су се изјашњавали о том питању (односно 42,6% укупног узорка, јер нису сви испитаници желели да одговоре на дато питање) потврдили да су надлежнима поставили питање, имајући у виду дебату која се води на Твитеру, али и да истовремено 41,5% оних који су се изјашњавали о том питању (30,2% укупног узорка) истиче да питање не поставља водећи се интересима Твитер-заједнице.

Међу онима који користе ову друштвену мрежу, сваки трећи новинар (31,3%) експлицитно подвлачи да Твитер користе искључиво као традиционални начин информисања, када је реч о саговорницима који су препознати као медијске личности или институције. Паралелно са тим, западни новинари говоре о потпуној промени комуникације и премештању на друштвене мреже, наводећи пример европских институција, где се 80% информација о европским институцијама прво појави на Твитеру.<sup>24)</sup> Да је пракса медијског информисања премештена на Твитер, потврђују и новинари, који даље, у том иностраном контексту, обрађују те информације.

*Комуникацију са новинарима драстично су убрзале друштвене мреже, брендирајући друштвене мреже као канал комуникације који је легитиман (...) Навешћу и пример који се односио на наш случај, на случај Србије: европски комесар Херман Ван Ромпеј објавио је на свом Твитер налогу да је Србија добила кандидатуру 10 минута пре него што је званични састанак министара и завршен. То значи да смо све информације могли да користимо, уз позивање на извор и то пре завршетка састанка, а не пре прес конференције.* (Иван Илић, РТВ)

24) Из интервјуа са Марином Бабаровићем, прес аташеом Европске народне партије. Интервју рађен за потребе дисертације.

Када је реч о пропустљивости према врсти медија, поново се истиче став да појачана пропустљивост информација са друштвених мрежа не значи нужно да је утицај друштвених мрежа на извештавање већи. Међутим, тачно је да су највећу херметичност према друштвеним мрежама и преношењу информација добијених са Твитера показали новинари РТС–а, затим новинари Танјуга и дневних листова Политике и Данаса, који спадају у традиционалне референтне медије. Ако се томе додају и одговори њихових уредника, може се констатовати да озбиљне информативно–политичке редакције Твитер користе за сазнавање ставова, за спону са догађајима, феноменима и гледиштима одређеног дела публике. Међутим, готово по правилу таква информација није једини извор у професионалном извештавању. Иако је чак 76,8% новинара у свом новинарском раду пренело информацију са друштвених мрежа, тек 7% испитаника наводи да је реч о свакодневной пракси. У групи од 23,3% испитаника који никада нису пренели информацију са друштвених мрежа трећину чине новинари РТС–а, следе их новинари Данаса, иако у упола мањем проценту, док су преостали са ове листе дисперзовани по редакцијама. Испоставља се да су медији који имају одређене обрасце понашања и одређену рутину, попут наведених (РТС, Политика, Танјуг...), ретко склони да одступе од сопствене рутине или сопственог схватања професионалне одговорности. Није ту само реч о страху према новом медију, већ је реч и о поверењу које публика има у дате медије, због чега би евентуално непроверена информација била погубна за кредибилитет ових медијских кућа, које у сверастућем медијском систему свој опстанак базирају на поверењу и поузданости које им публика поклања. Међутим, упркос оваквом становишту, није могуће повући јасну линију раздвајања између кредибилитета и позитивног односа према друштвеним мрежама – имајући у виду новинаре кредибилних листова Јужних вести и Недељника, јасно је да је њихов однос према новом активизму упечатљиво позитиван, али то не говори о апсолутној отворености за садржај који пласирају грађани, у смислу пропустљивости у медијски простор.

Када је реч о контексту у којем се овај процес дешава, реферирајући на хипотезу која се односи на контекст домаће младе демократије и њеног медијског система, може се констатовати да корелација професионалног и грађанског новинарства рефлектује мањкавости медијског пејзажа Србије, али и да је таква слика део ширег мозаика. Глобално, виртуелни простор и социјалне мреже изложени су све присутнијим злоупотребама и манифестују се као плодно тле за деловање економских и политичких интересних гру-

па. Српски уредници то осете, па истичу да спознају моменте када организоване политичке групације теже да помере фокус расправе ка ирелевантном или да креирају другачију слику коју шаље тзв. Твитер јавно мњење.

*Данас има доста поларизације на Твитеру, више политичког агитовања него твитовања (...) Ви имате тачно одређене термине када се нешто појави, тачно видите оне који одређене догађаје по обавези критикују и оне који им одговарају и то више не може да се узме као релевантно за новинарски текст у смислу – ова изјава је изазвала велику пажњу. (Никола Тркља, Политика)*

Индикативна студија случаја била је и такозвана „афера хеликоптер“ коју су новинари у анкетама често наводили као ситуацију у којој је постојао јаз између слике која је пласирана у медијима и оне која је перципирана у јавности, због чега се (услед кризе поверења у медије и институције и услед недостатка јавне дебате) нарочито активирала тзв. „Твитер-заједница“. Док је виртуелни део јавности инсистирао на допунским информацијама, уредник Интернет портала РТС-а Љубиша Обрадовић објаснио је другачију генезу појаве која указује на крхко тле по којем се професионалци крећу.

*У трећој фази, субота пре подне, „буди се“ и Твитер и „постови“ се крећу у најширем могућем дијапазону, од жаљења до експресног утврђивања кривице и класичних „хејтерских“ испада, а да при томе ниједна чињеница о узроцима пада није била официјелно позната нити верификована од било које стручне инстанце. Сви су знали све, али највећи број коментара је био базиран на накнадном паметовању, брзом „зугловању“ или чак на закључивању на основу филмских инсцениција по којима хеликоптер увек пада уз експлозију (отуда и прича да је резервоар био празан јер се није чула експлозија). (Љубиша Обрадовић, РТС)*

Говорећи о ефектима оваквог активизма, а пратећи податак да се тек сваки осми испитаник изјаснио да користи информације које пласирају обични грађани, постаје јасно да је домет грађана у овом контексту крајње ограничен. Ако се ова пракса компарира са изјавама уредника из Фајненшл тајмса, глобална пракса потврђује да процес није сасвим двосмеран – већ служи за позиционирање медија међу публиком.

*Ако радимо важну причу о америчким изборима, трудимо се да дотакнемо публику у Америци. Наши аудиторијум на друштвеним мрежама је млађи, окупља трећину жена (штампано издање углавном окупља мушку популацију читалаца, прим. аут) и имамо већу географску покривеност. (Роб Минто, Фајненшл тајмс)*

Имајући у виду исказе уредника у српским медијима, може се закључити да овај процес ни на домаћем плану није сасвим изолован, па медијске куће и новинари, чини се, ефектније окупљају простор на овој друштвеној мрежи, него што га освајају грађани партиципанти, тежећи да се њихов глас чује и у „мејнстрим“ медијима. На основу мерења утицаја који грађани имају у професионалном извештавању, постаје очито да је, у овом моменту, реч о запаженим, али не и коренитим променама које би суштински измениле структуру комуникације.

## 5. ЗАКЉУЧАК

Анализа која је рађена међу новинарима у Србији наслања се на већ постојеће теоријске концепте и покушава да установи на који начин професионални новинари у Србији користе информације добијене путем друштвене мреже Твитер, а такође и да детектује стање у медијској професији на овом подручју.

Према налазима анализе, новинари у Србији реагују на активизам на друштвеним мрежама, тако што их најчешће занима оно што се на њима пласира, али те информације не пласирају тако лако у медијском простору. Испоставља се да традиционални узуси превладавају у медијској професији, па је провера најчешћа мембрана за пласирање таквих информација у медијском простору, који је, свесни су тога и новинари и уредници (кредибилних медија), већ постао значајно загађен. Ако су непредвидиве ситуације оне у којима ће новинар лакше послушати грађанина као (једног од) извор(а) информисања, ситуације у којима грађанин „поправља“ новинарску праксу говоре о изазовима пред које је стављена професија. Испоставља се, наиме да, када год постоји јаз између онога што је пласирано у медијима и другачије јавне перцепције догађаја, активизам на друштвеним мрежама се појачава, а самим тим и притисак виртуелне заједнице на новинаре и доносиоце одлука. Новинари не крију да постављају питања у име дебате која се води на Твитеру, али је у домаћој пракси овој врсти дебате дат и публицитет и легитимитет, јер представници поли-

тичке врхушке често и самостално цитирају учеснике ових дебата, неретко у крајње негативном контексту. Истовремено, новинари и уредници се базирају на коментаре које су им пласирали активисти, што служи као путоказ за даље вођење приче или коректив новинарског извештавања.

Оно што је важно разграничити као поделу, јесте да друштвене мреже постају платформа за лакше и све доминантније пласирање ставова већ етаблираних медијских личности (што одговара традиционалном новинарству), иако су уредници у интервјуима сведочили да су били обманути лажним „званичним“ наложима на Твитеру, због чега су се дешавале и грешке у информисању. Ова врста брзог пласирања информација, која је заживела у европској пракси, свеprisутна је и код нас, али то говори у прилог идеји да су велики конгломерати и већ познате медијске личности брже освојили виртуелни простор него што су грађани добили прилику да досегну своје слободе и постану активни партиципанти у медијском извештавању.

Виртуелни простор, несагледив и неуређен, постаје опасно тле за злоупотребе. То не значи да новинари морају да чекају да се установе закони који ће регулисати правила понашања у овом простору, већ да би требало да се организовано посвете нормирању ове врсте активизма. Све очитији привид активизма, намерна и оркестрирана кампања у различитим ситуацијама, лажно представљање и притисак различитих облика интересних група кроз мантру активизма, загађују овај простор, а новинарима, касније и публици, искривљују слику света, што јасно позиционира термин „постистине“, који је обележио 2016. годину. То је нарочито опасно ако се има у виду генерална теза овог рада према којој Твитер јасно детектује мањак професионализма, као и то да информације које су пласиране на мрежи значајно утичу на новинаре, што не значи да је пропустљивост сразмерна њиховом утицају.

Анализа даје слику медијске праксе у Србији у једном специфичном моменту, али треба имати у виду да се новинарска пракса и усвајање садржаја који креирају корисници мењају свакодневно, што због брзог развоја технологије, што због сваке нове ситуације која на дневном нивоу тестира новинарске навике и принципе. Ипак, ради комплетног увида, свакако је неопходно урадити целовито испитивање међу свим новинарима у Србији, иако би то свакако био изазов јер се, после неуспелих приватизација и гашења локалних медија, у овом моменту не може са сигурношћу рећи колико медија постоји, ни колико новинара у њима послује. Таква



ситуација даље говори да је анализа у којој ће се редовно прати-ти стање у професији, каква се, на пример, спроводи у Шведској на сваких пет година од 1989. године, била наша потреба. Домаћа медијска сцена има превише проблема да би се одрекла експертских становишта, а експертска становишта морају интензивније да увиђају стварне проблеме професије. Јер, како се испоставља и код појаве грађанског новинарства, када год постоји јаз између реалног и перципираног, постоји и простор за деловање неког трећег актера. Његово деловање, очигледно, може бити вишеструко корисно, али и не мора бити добронамерно.

## ЛИТЕРАТУРА

- Грбеша Маријана, „Криза јавног комуницирања и идеја грађанског новинарства“, *Политичко образовање*, Хрватско политолошко друштво, Загреб, бр. 01/2005, стр. 184-196.
- Јевтић Милица, *Грађанско и професионално новинарство у медијима у Републици Србији*, докторска дисертација, Факултет политичких наука, Београд, 2016.
- Милојевић Ана, „Учешће грађана у савременом новинарству – концептуална расправа“, *Годишњак Факултета политичких наука*, ФПН, Београд, бр. 16/2016, стр. 37-55.
- Радојковић Мирољуб, „Да ли ће грађанско новинарство заменити професионално“, у зборнику: *Политички идентитет Србије у глобалном и регионалном контексту* (приредила: Весна Кнежевић Предић), Факултет политичких наука, Београд, 2015, стр. 305–314.
- Allan Stuart, Thorsen Einar, *Citizen journalism: Global perspectives*, Peter Lang, New York, 2009.
- Anderson, Peter J., Ward Geoff, *The future of journalism in the advanced democracies*, Ashgate Publishing, Aldershot, UK, 2007.
- Bentivegna Sara, “Rethinking politics in the world of ICTs”, *European journal of communication*, SAGE Publications, CA, USA, No. 21/2006, стр. 331–343.
- Castells, Manuel, *Communication power*, Oxford University Press, Oxford, 2009.
- Coleman Stephen, Morrison David E., Anthony Scott, *Public trust in the news: a constructivist study of the social life of the news*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford, 2009.
- Deuze Mark, “Journalism and the Web An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment”, *International Communication Gazette*, No. 61/1999, стр. 373–390.
- Domingo David, “Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth”, *Journal of Computer–Mediated Communication*, Willey-Blackwell, Hoboken, USA, No. 13/2008, стр. 680-704.

- Domingo, David et. al., "Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers", *Journalism practice*, Routledge, Abington, UK, No. 02/2008, стр. 326-342.
- Eaton Tim, "Internet activism and the Egyptian uprisings: Transforming online dissent into the offline world", *Westminster papers in communication and culture*, University of Westminster, бр.09/2013, стр. 3–24.
- Fenton Natalie, *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*, SAGE Publications, CA, USA, 2010.
- Gerbaudo Paolo, "The 'Kill Switch' as 'Suicide Switch': Mobilizing Side Effects of Mubarak's Communication Blackout", *Westminster Papers in Communication and Culture*, University of Westminster, No. 09/2013, стр. 25–46.
- Gillmor Dan, *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*, O'Reilly Media, Sebastopol, USA, 2004.
- Granovetter Mark, "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited", *Sociological Theory*, бр. 01/1983, стр. 201–233.
- Hackett Robert, Carroll William, *Remaking media: The struggle to democratize public communication*, Routledge, Abington, UK, 2006.
- Hedman Ulrika, Djerf-Pierre Monica, "The social journalist: Embracing the social media life or creating a new digital divide?", *Digital Journalism*, Routledge, Abington, UK, No. 01/2013, стр. 368–385.
- Hermida Alfred, Thurman Neil, "A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites", *Journalism practice*, Routledge, Abington, UK, No. 02/2008, стр. 343-356.
- Jenkins Henry, *Convergence culture: Where old and new media collide*, New York University Press, New York, 2006.
- Lasswell Harold, "The Structure and Function of Communication in Society", in: *The Communication of Ideas* (ed. Lyman Bryson), Institute for Religious and Social Studies, New York, 1964, стр. 37-51.
- Lasica Joseph Daniel, "What is participatory journalism", *Online Journalism Review*, Internet <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>, 16/12/2015.
- Lewis Seth C., Kaufhold Kelly, Lasorsa & Dominic L., "Thinking about citizen journalism: The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers", *Journalism Practice*, Routledge, Abington, UK, No. 04/2010, стр. 163–179.
- Morozov Evgeny, *The net delusion: The dark side of Internet freedom*, Public Affairs, New York, 2011.
- Mosca Lorenzo, "A double-faced medium? The challenges and opportunities of the Internet for social movements", *Net Working/Networking: Citizen Initiated Internet Politics*, Tampere University Press, 2008, стр. 41–73.
- Nip Joyce, "Exploring the Second Phase of Public Journalism", *Journalism studies*, Routledge, Abington, UK, No. 07/2006, стр. 212–236.

- Örnebring Henrik, "The consumer as producer—of what? User-generated tabloid content in The Sun (UK) and Aftonbladet (Sweden)", *Journalism Studies*, Routledge, Abington, UK, No. 09/2008, стр. 771–785.
- Paullussen Steve, Ugille Pietre, "User generated content in the newsroom: Professional and organisational constraints on participatory journalism", *Westminster Papers in Communication and Culture*, University of Westminster, No. 05/2008, стр. 24-41.
- Pavlik John V, *Journalism and new media*, Columbia University Press, New York, 2001.
- Verified Commenters*, Internet, <http://www.nytimes.com/content/help/site/usercontent/verified/verified-commenters.html>, 20/04/2016.

**Milica Jevtic**

## **USE AND ABUSE: EFFECT OF CITIZEN JOURNALISM IN THE MEDIA IN SERBIA**

### **Resume**

Analyzing the impact of citizen's journalism on professional reporting in Serbian media, more specifically, the impact of the use of social network Twitter on professional journalism, it could be concluded that citizens have significant impact on professionals, but that doesn't mean permeability of information to the media public space. Considering the main 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. Furthermore, author claims that the reach of this kind of activism is fairly limited.

Increased citizen's participation on Twitter is indicated in two specific situations - when there is no other source of information or, for researchers more evincive, in a situation where professionals didn't fulfill the expectations of the public. To put a light on this phenomena, Twitter is seen as a useful tool to detect lack of professionalism in everyday routine, lack of media freedom, or cases where journalists and their editors, for some reason, were not opened to have whole aspect of story, in public. Focusing on the media landscape in Serbia, the results confirm this perception – according to findings, 80% of journalists value freedom by the value of 5 (scale 1–10), and at the same time 55,4% of respondents believe that there is a direct link between Twitter and media freedom.

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. Furthermore, editors of leading newspapers and TV stations in Serbia, according to their experience, underline their skepticism toward using social networks. In parallel, they observe they have to cope with new citizen's activism in order to follow new behaviour of public as well as to protect journalist's profession and its credibility.

Even through, journalists claim they are keen on using information from Twitter (from citizens), editors relativized "bright picture" of citizen reporting trying to point out frequent abuse of this source. Editors underline that citizens are not excluded from political, economical and other interest and, additionally, citizens, as professionals observe, don't have any responsibility for the content they publish on social networks. But, even newsrooms are not so opened for information that comes from citizen, these information have obvious impact on journalists, their attitudes and their reporting.

Focusing on media landscape in Serbia, it is obvious that media freedom and professional standards have been deteriorating over last 25 years, but it should also be pointed out that, after the wave of optimism in 2000's, journalists have become disillusioned with their profession; journalists feel moral, ethical and economical degradation, they observe lack of legal security and they are not open to a new challenges. This is the reason why journalists, even through active in seeking for support, are distrustful to these non-traditional ways of communication.

"Normalizing a Twitter" in professional routine means adoption of new communication process, having in mind what citizens think, observe, understand differently. However, this also means regulation of this communication in order to have both - active citizen in a public space and professional reporting in citizen's interest.

Keywords: citizen journalism, professional journalism, Twitter, media freedom, Serbia

---

\* Овај рад је примљен 4. априла 2017. године а прихваћен за штампу на састанку Редакције 22. маја 2017. године.