

Uvod: novinarstvo za informaciono društvo

Snježana Milivojević¹

Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka

Ovaj temat posvećen je budućnosti novinarstva u Srbiji. Novinarstvo se danas nalazi pred najvećim izazovima od kada je, pre skoro dva veka, prikupljanje i objavljivanje vesti počelo da se profesionalizuje. Tokom čitavog tog perioda, novinarstvo je imalo tri važne uloge u društvu: da prikuplja, selektuje i oblikuje vesti značajne za javnu debatu (*gatekeeping role*), da definiše teme od javnog značaja (*agenda setting role*) i ulogu čuvara demokratije (*watchdog role*) (Norris & Odugbemi, 2010: 16–19). Sve one su obezbedile da odgovorno novinarstvo (*accountable journalism*) postane jedan od stubova demokratskog poretka. Ta profesija, zbog koje mediji imaju status *četvrtog staleža* i treba da uživaju visoko zaštićenu autonomiju, sada se ozbiljno transformiše.

Transformacija novinarstva u osnovi je tehnološki uslovljena. Kao i uvek do sada, nove tehnologije menjaju način rada u novinarstvu, menjaju ustaljene oblike organizacije i preoblikuju novinarsku kulturu. Ali, kao nikada do sada razvoj novih tehnologija i sve brža penetracija interneta omogućuje učesće svih kompjuterski pismenih pojedinaca u javnoj debati. Novinari i medijske institucije nisu više jedini društveni akteri koji imaju prvenstvo pristupa javnoj sferi. Njihova nekada ekskluzivna društvena pozicija „čuvara kapija“ sve je ugroženija razgranatom neposrednom, javnom komunikacijom koja se odvija putem Web 2.0. Raspon digitalnih posrednika (*digital intermediaries*) od kojih mnogi direktno učestvuju u proizvodnji vesti danas je teško i nabrojati, ali se mogu razvrstati u bar četiri velike grupe: agregatori vesti (kao Yahoo), pretraživači (kao Google), društveni mediji (kao Facebook) i digitalne prodavnice/aplikacije (kao Apple) (Foster, 2012: 6). Pored toga, građani su slobodni da kreiraju, objavljuju i razmenjuju poruke bez posredovanja „profesionalnih“ komunikatora i institucija. Blogovi, forumi i socijalne mreže predstavljaju virtuelni prostor u kojem se ubrzano razvija javna komunikacija, koja često uzima formu „novinarstva“. Pošto medijske kuće više nisu jedine iz kojih dolaze medijski sadržaji, novinarstvo

¹ Kontakt sa autorkom: snjmil@hotmail.com.

je, kao profesija, izloženo konkurenciji mnogih *neprofesionalnih* pretendenata na isto radno polje.

Ono što je do skoro izgledalo kao *tehnološke promene* kojima se može prilagoditi, prerasta u duboke kulturne, socijalne i političke promene. Kada Klej Šarki kaže da je samo istorijska slučajnost aranžman u kojem je jedan lanac prodavnica, Walmart, na primer, plaćao postojanje stranih dopisništva američkih medija u Bagdadu, na primer, a da je ta slučajnost danas stvar prošlosti, to je više od duhovite dosetke. Njegova argumentacija je veoma ubedljiva: čim je ekonomija medija dozvolila jeftinu proizvodnju informacija, odnosno, kada se pojavio medij u kojem postoji ogroman prostor kojem svi imaju praktično slobodan pristup bez ikakvog prethodnog ulaganja, kako kaže u naslovu svoje knjige, *počeli su da stižu svi (Here comes everybody)* (Shirky, 2008). Oni koji ovo novo medijsko okruženje zovu digitalna galaksija, tvrde, parafrazirajući Meklunana, da su ovakve promene poslednji put izazvane otkrićem štamparske prese koja je tehnološki omogućila štampanu civilizaciju, odnosno, Gutenbergovu galaksiju.

Ovako kompleksne promene već imaju dve važne, čak, revolucionarne posledice po novinarstvo: prvo, urušio se poslovni model na kojem postoji medijska industrija kakvu poznajemo i u okviru kojeg je industrija oglašavanja finansirala medije pa i novinarstvo. Drugo, novinarska profesija više nije ni jedini ni privilegovani proizvođač javnih informacija. Obe posledice imaju suštinski značaj i za budućnost novinarstva. Tehnološke promene radikalno menjaju novinarsku profesiju, ne zato što neki mladi ljudi brže ili bolje koriste medijske gadžete, ili što mlada publika više voli Twiter nego Facebook, nego zato što se još ne zna ko će ubuduće finansirati proizvodnju informacija i da li će informacije budućnosti praviti profesionalci. Više nije reč o tome kako obezbediti pristup informacijama, već kako će izgledati javna debata, politička participacija i demokratski život u uslovima takvog obilja.

Ova dva suštinska pitanja postavljaju se i pred medije u Srbiji. Ali, siromašna, podeljena i prilično inertna medijska zajednica za sada se ponaša kao da su ovo pitanja za neku daleku budućnost.

Centar za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu realizovao je dvogodišnji istraživački projekat „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva“ sa namerom da ova pitanja otvori u opštoj i stručnoj javnosti, ali i u krugu studenata – onih koji se tek spremaju za novinarski poziv. Profesija za koju se školuju se iz temelja menja i važno je da u razgovorima koji oblikuju njenu budućnost učestvuju i oni koji namera-

vaju da u njoj rade. Raskršće na kojem se nalazi novinarstvo jedan je od onih trenutaka kada je otvorenost za nove ideje, po pravilu, najveća. Kreativni odgovori, raznovrsne strategije i novi modeli najpotrebniji su u vreme velikih promena, ali je važno da profesionalna zajednica i društvo imaju hrabrosti za njih.

Istraživanje je, stoga, imalo pomalo i pionirski značaj: sprovedeno je istovremeno kada se slični projekti rade u medijski i akademski mnogo razvijenijim sredinama i kada je to jedna od najprovokativnijih tema kojom se bave. Za razliku od ovdašnjeg tranzicionog govora koji se umesto ambiciozne harmonizacije sa evropskim standardima sve više pretvara u prepisivanje uglavnom starih recepata, ovo istraživanje pokušava da podstakne razgovor u trenutku kada je tema otvorena globalno. Takođe, istraživanje je obimom i kombinacijom metoda omogućilo da se analiziraju i radni i organizacioni aspekt profesionalizma, bavilo se i novinarskom zajednicom i medijskim vlasnicima i medijskim kućama. Izazovi pred kojima je novinarstvo razmatrani su iz ugla svih značajnih aktera da bi se sagledalo kako se institucionalno stvaraju uslovi da mediji prežive zahvaljujući novinarskom radu, a ne da budu uspešne kompanije u kojima nema novinarstva.

Sve tekstove u ovom broju napisali su autori i autorke koji su bili i članovi istraživačkog tima. U uvodnom tekstu, Snježana Milivojević, daje opšti pregled istraživanja i sumira njegove glavne nalaze. U radu se obrazlaže teorijski okvir, značaj razlikovanja radnog i organizacionog profesionalizma, metodološki pristup i način klasifikovanja medijskih kuća prema indikatorima važnim za strateški odgovor na izazove sa kojima se suočava informativno novinarstvo u Srbiji.

Istraživanje je pokazalo da postoje značajne razlike između javnih/državnih i komercijalnih medija i između nacionalnih i lokalnih medija. Diskusija o odlikama i strategijama javnih/državnih medija predstavljena je u dva teksta. Miroljub Radojković daje pregled javnih radiodifuznih medija koji su, po mnogim odlikama, specifični i u odnosu na druge medije u državnom ili mešovitom vlasništvu. Kao i drugi javni emiteri u Evropi suočeni su sa visokim zahtevima u pogledu kvaliteta novinarstva, ali su u teškim tranzicionim okolnostima veoma limitirani finansijski, tehnološki pa i profesionalno.

U tekstu Aleksandre Ugrinić razmatraju se stanje i perspektive u štampanim medijima koji su u državnom ili mešovitom vlasništvu. Mada se radi o medijima sa značajnom tradicijom, mnogi od njih su, takođe, nesprenni za izazove budućnosti i uglavnom fokusirani na svoju vlasničku transformaciju na koju, međutim, ne mogu da utiču. Ova dva teksta posebno su značajna za medijsku

politiku koja već duže vreme oscilira između dva vrlo protivrečna cilja: povlačenja države iz medijskog vlasništva i najavljenog širenja mreže javnih medija.

Komercijalni mediji su novija i raznovrsnija medijska zajednica pa je i njihova tipologija razvijenija uz jasno razlikovanje tri grupe. Tekst Ane Milojević predstavlja stanje, izazove i perspektive koje se otvaraju pred komercijalno najuspešnijim medijima u ovdašnjoj industriji. Medijski i tehnološki lideri su organizacije koje su deo većih korporacija, domaćih ili stranih, i koje imaju različite strategije u odnosu na značaj *informativnog* i *zabavnog* novinarstva. Dve podgrupe, unutar ove kategorije u osnovi dobro adaptiranih medija, razlikuju se u odnosu na ekonomski potencijal koji će i odrediti budućnost novinarstva u njima.

Aleksandra Krstić u svom tekstu analizira stanje u drugoj grupi, takođe pretežno lokalnih medija, koji imaju odgovarajuće profesionalne resurse, ali skromne tehnološke i ekonomske mogućnosti. U ovim medijima se mnogo očekuje od tehnologije i publike, a umreženo novinarstvo vidi se kao mogućnost da se uz njihovu pomoć premosti nedostatak vlastitih resursa. Lokalni mediji iz obe grupe uglavnom imaju velike finansijske probleme i za sada je neizvesno kako će ih prevazići.

U članku Marijane Matović razmatraju se resursi i strategije koje razvijaju privatni mediji koji su nastali sa primarno novinarskim ciljevima i imaju prepoznatljiv profesionalni identitet. U ovoj grupi medija su prvenstveno lokalne novine i radio-stanice čija je budućnost postala neizvesna, pod pritiskom više faktora: globalne ekonomske krize, pojave interneta i jačanja velikih medijskih korporacija koje preuzimaju njihove oglašivače i publiku. Njihova strategija okrenuta je umrežavanju sa drugim, sličnim medijima, kako bi se zajedničkom kvalitetnijom ponudom prevladala ekonomska i tehnološka ograničenja.

Tekstovi u ovom broju prvi put sistematizuju i klasifikuju domaće medije kao različite radne i poslovne ambijente. Uprkos dosadašnjim skromnim rezultatima, mediji su se pomerili iz nulte tranzicione tačke i već je moguće analitički uobličiti sličnosti i razlike koje postoje među njima. U ovdašnjem teorijskom, a posebno političkom, žargonu mediji se, međutim, i dalje vide kao 'mediji uopšte' ili kao ekscenčni i posebni kada iz nekog razloga postanu *slučaj*. Rad na ovom istraživanju pokazao je da je važno prepoznati i podstaći dinamizam, inovativnost i obrazovanje u medijskoj zajednici: nije još jasno kako će mediji i novinarstvo u Srbiji, kao i uostalom širom nastajućeg informacionog društva, izgledati u XXI veku, ali će sigurno biti sasvim drugačiji nego do sada.

Literatura

- Foster, R. (2012). *News plurality in a digital world*. Report. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Norris, P., & Ogudbemi, S. (2010). Evaluating media performance. In: P. Norris (Ed.), *Public sentinel, News media and governance reform*. The World Bank: Washington D.C.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody. The power of organizing without organizations*. New York: The Penguin Press.
- Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva*. Istraživački izveštaj (drugi deo). Posećeno: 31. 8. 2012. URL: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/content-files/Izvestaj%20Publikacija%20-%20Profesija%20na%20raskrsu%202012.pdf>.