

INTERVJU KAO ISTRAŽIVAČKI METOD U SAVREMENOM ŽURNALIZMU³¹

Sažetak

Intervju kao istraživački metod, pored toga što je odavno našao svoje utemeljenje u nauci, i u oblasti žurnalizma postao je jedan od fundamentalnih aktova savremenog istraživačkog novinarstva. Još od prvih novinarskih teorija postoji velika nesaglasnost autora i nerazumevanje razlike između intervju kao metoda, odnosno tehnike, i intervju kao oblika novinarskog izražavanja, tj. novinarskog žanra. Svetska ekonomska kriza pogodila je sve medije, štampane ponajviše. Finansijskih sredstava za ozbiljna istraživanja i istraživačke tekstove je sve manje, a intervju u njegovim različitim modalitetima sve više. Naročito onih koji su „najlakši put“ dolaženja do informacija ili saznavanja gledišta. Savremeni mediji danas, pre svega štampani, nezamislivi su bez vesti, izveštaja, reportaža, članaka. A zajednički imenitelj i dominantni metod celokupnog interpretativnog i istraživačkog novinarstva jeste upravo – intervju. U svojim različitim modalitetima.

Ključne reči: žurnalizam, intervju, metod, istraživanje, informacija

Velika svetska ekonomska kriza s kraja 2008. i početka 2009. godine ozbiljno je uzdrmala medije širom planete. Pošteđenih nije bilo. Čini se da su ipak najviše stradali upravo štampani mediji. Najčitaniji američki politički nedeljnik *Njuzvik* izgubio je polovinu tiraža, promenio svoj identitet i koncepciju. U McClatchy Co, kompaniji koja poseduje 30 dnevnih listova u SAD, 1600 radnika je dobilo otkaz. *Njujork Tajms* beleži drastičan pad tiraža i daje uputstvo da se on-line izdanje redizajnira tako da što više liči na štampanu verziju. Nacionalna unija novinara Velike Britanije traži pomoć od Vlade. Francuska odobrava dugoročnu godišnju pomoć u iznosu od 600 miliona eura (pored stalne od 1,5 milijardi) novinskim kućama. U odbranu štampe direktno su se

30 Docent, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka. E-mail: veselin.kljajic@fjn.bg.ac.rs

31 Tekst primljen 31. oktobra 2010. godine.

uključili (čak i ličnim pojavljivanjem) Barak Obama, Nikola Sarkozy, Gordon Braun i mnogi drugi svetski predsednici i premijeri. Istraživanje konsultantsko-revizorske kompanije Dilojt pod nazivom „Trendovi u medijima u 2009“ pokazalo je da će prihodi štampanih medija u Srbiji od oglašavanja biti smanjeni za 20 procenata dok će njihovi tiraži pasti za najmanje 10 %. Realna situacija pokazuje da su ovi procenti već uveliko premašeni. Shodno situaciji menja se i odnos prema on-line izdanjima. Dok tiraži padaju, njihova čitanost raste.

Stoga je sada sasvim izvesno da novinarstvo (pod različitim uticajima a samo poslednji u nizu je svetska ekonomska kriza) doživljava ozbiljne promene i da će te promene najverovatnije imati domino efekat na celokupno informatičko društvo 21. veka. Finansijskih sredstava za ozbiljna istraživanja i istraživačke tekstove biće sve manje, a intervjua u njegovim različitim modalitetima sve više. Naročito onih koji će biti „najlakši put“ dolaženja do informacija ili saznavanja gledišta. Sve su to ozbiljni motivi koji podstiču da se proučavanje fenomena intervjua kao dominantnog istraživačkog metoda u savremenom interpretativnom novinarstvu dodatno aktualizuje. U prilog ovoj tezi je i činjenica da nema nijednog dnevnog lista, a pogotovo periodične štampe, u kojoj značajan deo sadržaja ne čini upravo intervjua u svojim različitim modalitetima i pojavnim oblicima: od izjava, preko građe za gotovo sve oblike novinarskog izražavanja – žanrove, do klasičnog intervjua pitanje – odgovor, odnosno intervjua profila. Koliki mu značaj pridaju u npr. SAD možda najbolje govore izjave četiri veoma ugledna američka novinara: „Ne postoji dobar novinar u Americi koji nije dobar intervjuer. Ako ne savladate dobru tehniku intervjuisanja, možete imati problem već u prvom danu rada kao novinar“ (Joel Brinkley, *The New York Times*); „Veština intervjuisanja je baza za svako dobro izveštavanje“ (Kristin Gilger, *The Times – Picayune*); „Ako ne pronađete informaciju, ne možete imati ni priču“ (George Curry, *Chicago Tribune*); „Bolji intervjuer ima bolju priču“ (Brian Kennedy, freelancer).

Naravno, već na prvi pogled uočavaju se veoma različiti pristupi intervjuu (kao metodu i kao žanru) što samo potvrđuje njegovu raznolikost, višeznačnost i mogućnost primene. Ako se tome doda prezent već aktuelne četvrte tehnološke revolucije, dakle, pojave i razvoja Interneta a potom i on-line magazina, odnosno elektronskih novina, i sve veće prisustvo intervjua u novim medijima, uz sve specifičnosti uslovljene prirodom samih medija, onda su ispunjeni gotovo svi razlozi koji opravdavaju ozbiljan pristup istraživanju valorizujući njegov značaj kako na društvenom tako i na naučnom planu.

Teoretičari novinarstva uglavnom su saglasni u zaključku da razlog, pre svega, leži u njegovoj neposrednosti opštenja sa javnošću, prirodnosti i uverljivosti, a iznad svega u (kako to novinari vole da kažu) informisanosti „iz prve

ruke“. Dakle, uverljivost, autentičnost i verodostojnost (naročito u elektronskim medijima) neke su od njegovih gotovo nedostižnih prednosti u odnosu na ostale novinarske žanrove. Ako se, pak, tome doda njegova dinamičnost i izuzetno visok stepen komunikativnosti (pogotovo na radiju, TV, ali i na Internetu kada postoji mogućnost video komunikacije – kamera – slika) sa publikom, onda razlozi popularnosti intervjua i njegove predominantnosti nad ostalim oblicima novinarskog izražavanja postaju jasniji.

U svojoj knjizi *Interpretativno i istraživačko novinarstvo* prof. Neda Todorović ističe kako je jedna studija vašingtonskih novinara pokazala da do te mere zavise od intervjua da u tri četvrtine tekstova skoro da i ne koriste druga dokumenta. „Može se, dakle, s pravom zaključiti da je intervju kao istraživački metod, pored toga što je odavno našao svoje utemeljenje u nauci, i u oblasti žurnalizma postao jedan od fundamentalnih aktova savremenog istraživačkog novinarstva“³². Osim u pojedinim delovima američkog žurnalizma, gde se pojavljuje nekolicina vrsnih teoretičara, ali i praktičara (svi do jednog su dobitnici Pulicerove nagrade), u našoj teoriji novinarstva gotovo da nema nijednog ozbiljnijeg razmatranja o intervjuu kao metodi za prikupljanje podataka i metodi za saznavanje gledišta, odnosno o intervjuu kao „građi“ za sve ostale novinarske žanrove, od vesti do članka. Osim prof. Todorović, nijedan domaći autor čak ni ne spominje termin *outside in interview*, a kod metoda se najčešće, ili bez izuzetka, zadržava samo na konstataciji ukoliko ga uopšte razdvaja od intervjua kao oblika novinarskog izražavanja. Poseban nesklad i konfuzija vlada u delu intervjua kao metoda za saznavanje gledišta koga autori izjednačavaju sa izjavom ili čak anketom a neki ga svrstavaju u novinarski žanr ili podžanr. Danas u savremenom interpretativnom žurnalizmu gotovo da nema vesti, a naročito izveštaja, u kojima se intervju ne pojavljuje kao metod za saznavanje gledišta.

INTERVJU – METOD ZA PRIKUPLJANJE PODATAKA

Savremena publika, dakle čitalac, gledalac, slušalac, najčešće sebi ne postavlja pitanje o oblicima novinarskog izražavanja. I pored visokog stepena obrazovanja koji ga krase, on se ne pita da li je tekst, koji se npr. nalazi pred njim, vest, izveštaj, reportaža ili članak. Ali se sasvim nepogrešivo i sa pravom pita da li je dobio sve odgovore na pitanja koja bi on postavio i iznad svega da li je dobio pravovremenu, potpunu, objektivnu i istinitu informaciju. Sa druge strane, postaviti pitanje, imati pravo na pitanje, pa čak i dužnost na pitanje jesu

32 Kljajić V., *Intervju u štampi, on-line magazinima i na Internetu*, Čigoja, Beograd, 2009, str. 9.

osnovna prava, osnovne dužnosti i, moglo bi se reći, osnovni metod rada svakog novinara. Prof. Neda Todorović, citirajući američkog teoretičara M. Shudsona, ističe da „prema jednoj studiji vašingtonskih reportera iz 1980. godine novinari do te mere zavise od intervjua da uopšte ne koriste druga dokumenta u tri četvrtine tekstova koje pišu“³³. Još profesor Sergej Lukač, davne 1979. godine, zaključuje da je „pitati za novinara ako ne jedini onda glavni metod saznanja i sakupljanja informacija“³⁴. I pored činjenice da danas novinarski istraživački metod čine tri faze: opservacija, sakupljanje, proučavanje pisanog materijala (koji pored ostalih „alata“ podrazumeva i Internet), treća faza odnosno razgovori – intervjui sa što većim brojem relevantnih izvora informacija jeste ključni u celom istraživačkom postupku. Još od prvih novinarskih teorija postoji velika nesaglasnost autora i nerazumevanje razlike između intervjua kao metoda odnosno tehnike i intervjua kao oblika novinarskog izražavanja, tj. novinarskog žanra. Naime, sasvim je očigledno da termin *outside in interview* podrazumeva tehniku koju reporter istraživač primenjuje (pa čak i kada mu taj materijal ne koristi kao građa za neki drugi novinarski žanr) „intervjuišući saradnike, prijatelje izvora, komšije, neprijatelje... pre nego što dođe na razgovor sa izabranim sagovornikom“³⁵. Dakle, intervju se pojavljuje u funkciji metoda za prikupljanje podataka i metoda za saznavanje gledišta kao građa odnosno deo ukupnog istraživačkog procesa koji prethodi pisanju bilo kog novinarskog žanra od vesti, preko izveštaja, reportaža, komentara, do članka. Ali, kao što vidimo, intervju u funkciji ova dva metoda može se pojaviti i kao građa za pravljenje tematskog a još češće intervju portreta.

Intervju kao metod za prikupljanje podataka, odnosno sakupljanje informacija i činjenica, može se svrstati u kratku formu intervjua koji novinar obavlja pre, na mestu ili posle događaja u pokušaju da zaokruži svoje istraživanje i pripremi i sakupi što više relevantnih podataka od kojih će kasnije selekcijom upotrebiti samo neke. Još uvek je čuveno jedno od „deset zlatnih novinarskih pravila“ koje kaže: „Sakupi sto podataka da bi upotrebio deset“, tj. moraš sakupiti najmanje deset informacija da bi mogao upotrebiti jednu validnu. Iako mnogi autori (kao što smo već napomenuli) ne prave razliku između intervjua kao metoda i oblika novinarskog izražavanja, oni gotovo nepogrešivo prepoznaju intervju kao tehniku dolaženja do podataka ili gledišta. Tako, npr., Jovan Šćekić smatra da se novinar služi intervjuom kao:

33 Neda Todorović, *Interpretativno i istraživačko novinarstvo*, Čigoja štampa, Beograd, 2002, str. 82.

34 Sergej Lukač, *Teorija i tehnika novinarstva*, str. 113.

35 Neda Todorović, *Interpretativno i istraživačko novinarstvo*, Čigoja štampa, Beograd, 2002, str. 82.

1. građom za vest,
2. građom za izveštaj,
3. građom za komentar.

On čak zaključuje: „Intervju je usko povezan za skoro sve vrste novinarskog izražavanja. On je njihova građa.“³⁶ Dakle, Šćekić očitno ne misli na klasičan intervju pitanje–odgovor, već kao sredstvo za prikupljanje informacija.

Ni autor Mihailo P. Miljanić, koji najopsežnije proučava prethodne domaće teoretičare novinarstva, ne uspeva da izbegne zamku razvrstavanja intervjuja kao metoda i žanra i daje podelu u kojoj na prvom mestu ističe tzv. činjenični intervju. Miljanić smatra da se u ovom intervjuu razgovorom sa nekom ličnošću (od običnog čoveka do visoke političke javne ličnosti) dolazi do podataka o nečemu, o nekom događaju ili pojavi „da bi se na njima kao građi docnije zasnovala vijest, izveštaj i dr. Bez obzira na to što se njime prikupljaju podaci, pogrešno bi bilo nazvati ga informativnim intervjuom, što bi na prvi pogled bilo najprikladnije, zato što je informacija, kratka ili puna, i početni i krajnji cilj svakog intervjuja.“³⁷ Očigledno je da autor razume razliku između metoda i žanra ali je iz nekog razlika i dalje ne pravi.

Štefan Rus–Mol smatra da je istraživačkom novinarstvu i redakcijskoj svakodnevnici neophodna pomoć: Internet, arhive medijskih kuća, baze podataka, leksikoni, biblioteke itd. Ali, ističe da su najvažnija istraživačka sredstva E– mail, telefon i faks. „Ko prikupi elementarna znanja od eksperata i druge dostupne informacije olakšaće sebi razgovor.“³⁸ On smatra da priliku za istraživanje predstavljaju i konferencije za medije ali da na njima ne može da se dođe do ekskluzivnih informacija jer bi na taj način istovremeno bili informisani i svi prisutni novinari, odnosno i konkurencija. „Zato je najbolje zakazati poseban termin za razgovor, a to ne može svako nego samo novinari koji rade za značajne medije, koji imaju veliki uticaj na javnost ili novinari koji su i sami veoma poznati po ugledu i uticaju na publiku.“³⁹ U daljem tekstu autor navodi kakva bi pitanja trebalo postavljati da bi se došlo do određenih podataka i informacija. U anglosaksonskom novinarstvu često se koristi sleng termin „prženje sagovornika“. Kao primer doslednosti novinara u pokušaju da izvuče odgovor na svoje pitanje često se navodi BBC–jev reporter Džeremi Paksman,

36 Jovan Šćekić, *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinarstvo, Beograd, 1960, str. 88.

37 Mihailo P. Miljanić, *Novinarske poduke i douke*, Radio Crne Gore i „Inpropex“, Podgorica, 2001, str. 236.

38 Štefan Rus–Mol, Ana Jugoslava Zagorac Keršer, *Novinarstvo*, Klio, Beograd, 2005, str.134.

39 Isto.

koji je u Velikoj Britaniji stekao slavu posle intervjua sa tadašnjim ministrom unutrašnjih poslova, kome je čak 14 puta postavio isto pitanje.

Na ovom mestu svakako treba reći da u cilju dobijanja odgovarajućih podataka treba izbegavati sugestivna pitanja, kao i pitanja koja zahtevaju veliku pripremu sagovornika jer će u oba slučaja ona štetiti informativnosti.

U svim oblicima istraživanja važi sveto novinarsko pravilo da treba poštovati dogovor sa sagovornikom. Naime, uobičajeno je da novinar objasni kako će koristiti informacije koje je dobio. Naime, u nekim slučajevima informacije se daju samo u četiri oka, dakle uz obećanje da izvor neće biti otkriven. Naravno da je to dvosekli mač jer iza anonimnih informacija ne stoje uvek jasni motivi. Ponekad se one koriste i kao svojevrsna dezinformacija, dakle manipulacija sa ciljem da se neko ili nešto diskredituje. Tu dolazimo na polje off the record i on the record informacija gde intervjui – sporazumi razlikuju tri moguće varijante:

1. „Samo jedna osoba – informacije se mogu uvek primeniti.
2. Između dvoje – realizuje se bez imenovanja izvora.
3. Između troje – off the record – veoma poverljivo.

Izvor želi da novinaru da podatke i back ground događaja ali nije za javnost.“⁴⁰

Ono što je, međutim, najveća opasnost kod intervjua kao metoda za prikupljanje podataka jeste zloupotreba od strane novinara, tj. zloupotreba izvora. Iako u medijima važe slobodnija pravila nego u nauci, gde svaki citat mora da ukazuje na konkretan izvor, ipak je izuzetno loše simulirati istraživanje. Toga smo ipak svakodnevno svedoci kada se agencijske vesti proglašavaju za sopstvene, kada se marketing i PR stručnjaci „umešaju u novinarsku priču“.

Kao uostalom u celom novinarstvu, tako i u intervjuu kao metodu za prikupljanje podataka razlikujemo dve osnovne vrste sagovornika a to su obični građani i javne (medijske) ličnosti. Osim ako se ne nalaze u ulozi aktera ili očevidaca događaja, koji je predmet novinarskog interesovanja, obični građani će se retko pojavljivati kao sagovornici koji pružaju podatke. Daleko češći slučaj će biti intervjui sa kompetentnim sagovornicima iz te oblasti ili u vezi sa događajem koji je tema novinarskog teksta. Vest, izveštaj ili bilo koji drugi novinarski žanr o saobraćajnoj nesreći, demonstracijama, sportskom događaju, skupštinskom zasedanju i sl., gotovo je nemoguće napraviti bez podataka koje će dati akteri, očevici, stručnjaci...

Teoretičari američkog žurnalizma daju i čitav niz preporuka o zamkama u koje novinar može upasti prilikom citiranja svog izvora. U slučaju kada je

40 Štefan Rus-Mol, Ana Jugoslava Zagorac Keršer, *Novinarstvo*, Klio, Beograd, 2005, str. 138.

reč o intervjuu kao metodu za prikupljanje podataka čini se da su najvažnije sledeće preporuke:

1. Pazite se netačnosti u citatima. Dakle, treba proveriti svaki navod i svaki podatak koji se mogu učiniti sumnjivim. Naročito ukoliko intervju obavlja te telefonskim putem. Čak iako je izvor potvrdio tačnost podataka, treba primeniti staro novinarsko pravilo da se svaka informacija proverava više puta.

2. Nemojte rekonstruisati delimične citate. Dakle, nemojte ništa dodavati da biste prikrili činjenicu da niste uspeli da dođete do svih relevantnih informacija. Na ovaj način poštećete i sebe i uredništvo svoje kuće bespotrebnih ispravki i demantija, a na stranu što za netačno iznete podatke možete i krivično da odgovarate. I ne zaboravite da je najveća šteta koja je naneta razočaranje i neverovanje vaših potencijalnih čitalaca.

INTERVJU – METOD ZA SAZNAVANJE GLEDIŠTA

Posebnu vrstu intervjuja kao istraživačkog metoda čini intervju za saznavanje gledišta. U savremenom interpretativnom istraživačkom novinarstvu gotovo je nemoguće zamisliti bilo koji novinarski žanr koji ne sadrži citat ili parafrazu koji odražavaju nečiji stav, vrednosni sud, mišljenje, odnosno gledište. Poslednjih godina svedoci smo da je u praksu ne samo televizijskog novinarstva ušla tzv. citirajuća glava vesti, kao i da se kao jedan od najčešćih back grounda pojavljuju citat ili stručni back ground, odnosno back ground eksplicacija, koji u najvećoj meri počivaju na intervjuu kao metodu za saznavanje gledišta. Profesor Sergej Lukač u okviru intervjuja radi saznavanja gledišta razlikuje izjavu pred neki događaj i izjavu autoritativne ličnosti. Neki drugi autori posebno apostrofiraju značaj izjave i ankete. Tako npr. Ljubomir Rajn-vajn uvodi u teoriju i praksu srpskog novinarstva krajem devedesetih godina prošlog veka termin – intervju vest – preuzevši ga iz američkog žurnalizma kao curbstone intervju ili intervju sa ivičnjaka. Reč je, naravno, o izjavi kao predlošku za novinarsku vest gde se radi o najčešće jednom pitanju i gledištu kompetentnog stručnjaka ili očevica. Na ovom mestu treba reći da izjava ne mora uvek biti samo zatražena već i ponuđena, a posebnu kategoriju čini izjava koja se po zakonu mora objaviti. Jedina vrsta, pak, izjave, koja bi se mogla posmatrati kao novinska podvrsta ali još više građa za neki od novinarskih žanrova, bila bi ona koja se uzima na licu mesta ili nakon događaja od neke od nadležnih ličnosti, odnosno kompetentnog sagovornika. Primer su razne vrste izveštaja sa sportskih događanja, skupštinska zasedanja i razne vrste sednica, odbora itd, najveći deo sektorskog izveštavanja od crnih hronika (policije, zdravstva, vatrogasnih službi i sl.), preko komunalnih službi, do kulture ili spoljne politike.

Iako kao i kod intervjua kao metoda za prikupljanje podataka razlikujemo dve vrste sagovornika: obične građane i javne ličnosti, i u ovom slučaju će se obični građani retko pojavljivati u funkciji davanja izjava. Ipak, ne treba izgubiti iz vida da i izjava kao i intervju radi saznavanja gledišta sadrži reči koje, izgovorene od strane pravog čoveka, o pravoj temi i u pravom trenutku, mogu ostvariti veliki efekat na potencijalne čitaoce. Ipak, izjavu obično daje društveno relevantna ličnost, pod uslovom da je tema događaj ili pojava, u domenu njene kompetentnosti. U poslednje vreme svedoci smo velike manipulacije ovim podžanrom gde se izjava (posebno u tabloidima) izvlači iz konteksta i koristi kao predložak za različite vrste senzacionalističkih napisa, koji najčešće nemaju nikakvo uporište u argumentima i činjenicama.

Pored izjave, sve češće se pojavljuje i anketa koja po enciklopedijskim značenjima jeste: organizovano ispitivanje, prikupljanje podataka i obaveštenja, o nekom važnom pitanju od opšteg interesa (političkog, socijalnog, ekonomskog); obuhvata i istraživanje javnog mnjenja, zatim ispitivanja uzroka teških nesreća itd. Enciklopedijska tumačenja pokazuju da anketu vode naučne ustanove, parlament, vlada, udruženja, društva, pa i pojedinci. Drugim rečima, potvrđuje se da je ona naučni i društveni metod, ali takođe i novinarski metod, a za neke autore i novinarski žanr ili podžanr. Ono što je izvesno jeste da se anketa koristi (ne samo u štampanim medijima) i kao specifična vrsta intervjua kao metoda za saznavanje gledišta. Naime, anketa se u novinarstvu pojavljuje sa ciljem da se sazna mišljenje ili stav više sagovornika, pri čemu se iznose pojedinačna mišljenja i stavovi, da bi se, tek nakon toga (ukoliko se to uopšte radi), išlo na izvlačenje zaključka i definisanje stava koje zauzima javno mnjenje. Za razliku od intervjua za saznavanje gledišta koji uglavnom radimo sa kompetentnim sagovornicima, novinska anketa se radi sa određenom ciljnom grupom, npr. studentima ili još uže studentima novinarstva, sa zdravstvenim radnicima, profesorima, prodavcima na pijaci ili čak slučajnim prolaznicima. Dakle, ona se najčešće i radi sa tzv. običnim ljudima, što i jeste njena prednost, jer omogućava razvoj civilnog društva kroz kontakt građanina sa medijima, gde njihova mišljenja, sudovi, ocene na taj način stižu do javnosti a oni postaju, ne više objekti, već i subjekti društvene prakse. Ipak, treba znati da se novinarska anketa pravi na brzinu, takoreći u hodu, i da takav postupak po pravilu rađa greške i ma koliko odgovori mogu biti indikatori javnog mnjenja, treba voditi računa da su oni najčešće impovizovani, površni i prilično neprecizni.

Za razliku od prethodnih odgovora, odgovori koje dobijamo korišćenjem intervjua kao metoda za saznavanje gledišta, naprotiv, imaju daleko veći kredibilitet i upravo na ovoj metodi počiva ogroman broj novinskih tekstova od vesti do članka u šta ćemo imati prilike da se uverimo u narednim poglavljima.

Danas gotovo da nema vesti, a naročito izveštaja u kome se ne pojavljuje intervjua – kao metod za saznavanje gledišta. To je naročito slučaj kod interpretativnih vesti i izveštaja gde se različite vrste back grounda, a pre svih BKG izjava (aktera, svedoka, nadležnog lica, stručnjaka koji daje eksplikaciju, eksperta), ali i stručni BKG i BKG eksplikacija, koriste kao dopuna lida. Takođe, intervjua – kao metod, pojavljuje se i u varijanti soft newsa, gde je kod kozmetike glave vesti jedna od najčešće primenjivanih metoda upravo tzv. citirajuća glava vesti.

Izjave koje dobijemo upotrebom intervjua kao metoda za saznavanje gledišta mogu se dati kao direktni, odnosno celoviti citati, zatim kao delimični citati, u slučaju kada novinar selektivno bira delove sagovornikove izjave, vodeći pri tome računa da sklapanjem tih delova ne naruši ili promeni misaonu ravnotežu, ali vodeći računa da ne pretera ni u kvantitativnom smislu i, konačno, indirektni ili parafrazirajući citati, pri čemu se mora voditi računa da se obavezno navede izvor.

U kojoj meri je značajna uloga intervjua kao metoda za saznavanje gledišta pokazuje i primer američkih teoretičara novinarstva, koji daju posebna uputstva za citate i zamke kojih se treba čuvati prilikom citiranja. Tako su neke od najčešćih zamki koje treba izbeći sledeće:

– „Čuvajte se nerazumljivih citata.“⁴¹ Naime, reč je takozvanom argo ili stručnom jeziku za koji jedno od novinarskih deset zlatnih pravila kaže da ga svakako treba izbegavati i da novinar ne treba da piše ono što ni sam ne razume. Drugim rečima, kada intervjuišete naučnike određenih profila, lekare, pravnike (advokate) i ostale eksperte koji koriste specifičnu terminologiju karakterističnu za svoje usko stručne grupe, pokušajte da to „prevedete“ na jezik običnog građanina.

Dalje, Itjul i Anderson navode sledeća uputstva:

– „Izbegavajte da upotrebljavate fragmentarne navode.“ Naime, fragmentarni citati koji se malo koriste mogu u novinama delovati zbunjujuće.

– „Izbegavajte nelogičnosti prilikom citiranja.“ Drugim rečima, vodite računa da citat označava da tačno prenosite reči svoga sagovornika od a do š.

– „Vodite računa o dobrom ukusu pri citiranju.“ Nemojte koristiti citat radi citata već samo ako imate dobar razlog za to.

– „Pazite se nepristojnih i uvredljivih reči i izraza.“ Ako se već pojavljuju smestite ih po mogućstvu u jedan pasus da bi se što lakše mogli otkloniti.

– „Morate da znate kada treba da upotrebite dijalekt.“ Savet je da se to čini isključivo u situaciji kada je od izuzetne važnosti za sam tekst.

41 Burs D. Itjul, Daglas A. Anderson, *Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije*, Medija centar, Beograd, 2002, str. 85.

Svi oblici novinarskog izražavanja po decenijama uvreženoj tripartitnoj podeli mogli su se odrediti kao faktografski, beletristički i analitički. Ali sa dolaskom sva tri, naročito poslednjeg talasa u razvoju interpretacije i interpretativnog novinarstva, ova podela se čini neadekvatnom i savremeno novinarstvo danas podrazumeva podelu na faktografske (5W's) i interpretativne žanrove (5 W's + 2). Ono što je zajedničko i jednima i drugima jeste gotovo predominantno korišćenje intervjua kao metoda, bilo za prikupljanje podataka, bilo za saznavanje gledišta. Od vesti do članka. Naime, danas je gotovo nezamislivo pisanje bilo kog novinarskog teksta, bez upotrebe intervjua kao metoda. To je naročito izraženo kod interpretativnih žanrova koji zahtevaju dodatno in depth istraživanje i korišćenje različitih vrsta BKG-a. Bez obzira na to da li se radi o hard, ili soft news, savremeno izveštavanje, gotovo je nemoguće bez intervjua kao metoda.

O značaju intervjua kao metoda, odnosno građe za pisanje različitih oblika novinarskog izražavanja govori postojanje stilskog priručnika Asosiated Press-a, koji je, iako rađen za internu upotrebu, tokom vremena dobio znatno širu popularnost i danas predstavlja obavezan priručnik, gotovo svakog novinara u štampanim medijima. U poglavlju koje se odnosi na to kada, da li uopšte i kako citirati sagovornike, daju se uputstva koja staju u sedam osnovnih postulata za korišćenje citata:

1. Citirajte specifične, slikovite izjave.
2. Citirajte opisne izjave.
3. Služite se citatima za prenošenje intimnih osećanja.
4. Upotrebite izjavu ličnosti da bi je oslikali.
5. Koristite se citatima da dopunite faktičke izjave.
6. Poslužite se citatima u dijalozima.
7. Citirajte da biste ređe imenovali izvor (naročito ako je reč o jednom izvoru).

Dokaz prethodnim razmatranjima značaja i uloge intervjua kao istraživačkog metoda u savremenom novinarstvu je i činjenica da sve vrste izveštaja (osim delimično reporterski – kod sportskih događanja) počivaju na intervjuu kao najprisutnijoj „građi“, bilo da se radi o intervjuu kao metodu za prikupljanje podataka, a u slučaju interpretativnog izveštaja najčešće kao metodu za saznavanje gledišta. U savremenoj reportaži, a posebno fičeru, gotovo da nema teme u kojoj se novinar, reporter – pisac reportaže, neće suočiti sa živim sagovornicima, odnosno izvorima koji će mu pružiti neophodne podatke, ili saopštiti svoje stavove, mišljenja i gledišta od značaja za njegov tekst. Poseban značaj i ulogu intervju ima u članku kao novinarskom žanru. Naime, članak kao analitički žanr i složena i mozaična forma sadrži gotovo sve ostale oblike novinarskog izražavanja: od vesti kao aktuelnog povoda, preko izveštaja kao

proširene informacije, neizostavnog intervjua kao dela „građe“ (metoda za prikupljanje podataka i metoda za saznavanje gledišta), do iznošenja ličnog stava, komentarisanja, davanja vrednosnog suda ili kritike. Time je intervju na različite načine kako predložak, tako i osnovni sadržinski deo svakog dobrog članka. Ne slučajno, kvalitet ovakvog analitičkog žanra najčešće se određuje prisustvom što većeg broja tzv. „živih izvora“ informacija, kao jednog od preduslova visokog stepena interpretativnosti, analitičnosti, u krajnjem ishodištu i najviših dometa jednog istraživačkog novinarskog teksta. Bez obzira na njegovu žanrovsko odredište. Tim pre što savremeni žurnalizam sve više briše stroge granice čistih formi, tj. oblika novinarskog izražavanja.

LITERATURA

- Alber, P., 1998, *Istorija štampe*, Plato, Beograd.
- Anderson D.A, Itjul B.D., 2001, *Pisanje vesti i izveštavanje za današnje medije*, Medija centar, Beograd.
- Berg, H., 2007, *Istraživačko novinarstvo*, Klio, Beograd.
- Biagi, S., 1992, *Interviews That Work*, California State University, Sacramento.
- Fleeson, L., 2000, *Ten Steps to Investigative Reporting*, International Center for Journalists, Washington D.C.
- Fleeson, L., 2000, *Dig Deep & Aim High, A Training Model for Teaching Investigative Reporting*, International Center for Journalists, Washington, D.C.
- Herbert, I., 2001, *Practising Global Journalism*, Focal press, Oxford, Auckland, Boston, Johannesburg, Mellburn, New Deli.
- Istman S.T., Ferguson D.A, Klajn R.A., 2004, *Promocija i marketing elektronskih medija*, Clio, Beograd.
- Kljajić V., 2009, *Intervju u štampi, on-line magazinima i na Internetu*, Čigoja, Beograd.
- Lukač, S., 1979, *Teorija i tehnika novinarstva*, FPN, Beograd.
- Miljanić, M., 2001, *Novinarske poduke i douke*, Radio Crne Gore i 'Inpropex', Podgorica.
- Rus-Mol Š., Zagorac Keršer A. J., 2005, *Novinarstvo*, Klio, Beograd.
- Schudson M., 1996, *The Power of News*, Harward University Press, Cambridge, Massachusetts, London.
- Slavković D., 1988, *Biti novinar*, Naučna knjiga, Beograd.
- Smith, T. J., 1991, Ujed psa čuvara, Uloga sredstava informisanja, *Pregled*, br. 245.
- Spark, D., 1997, *A Journalist's Guide to sources*, Focal Press, Oxford.
- Todorović, N., 2002, *Interpretativno & istraživačko novinarstvo*, Čigoja, Beograd.
- Šćekić J., 1960, *Savremena sredstva informacija*, Jugoslovenski institut za novinstvo, Beograd.

Veselin Kljajić

INTERVIEW AS INVESTIGATIVE METHOD IN MODERN JOURNALISM

Summary

Interview as research method found its place long time ago in science, and now it is becoming one of fundamental acts of contemporary journalism. Since first journalism theories, there has been disagreement among authors and misunderstanding of difference between interview as a method or technique and interview as one of journalism genres. World economy crisis hit all media, mostly press. There are less financial resources for serious research and investigative articles and there is more and more interview in its different modalities, using it as the easiest way to collect information or get understanding of people's views. Contemporary media, mostly press, can not be imagined without news, reports, reportages and analytical articles. The most dominant method of whole interpretative and investigative journalism is – interview, with its different modalities.

Key words: Journalism, interview, method, research, information