

BOSANSKO-HERCEGOVAČKI POGLED

PRILAGODBA NOVIM FORMAMA I KANALIMA

RADENKO UDOVIČIĆ, doktor komunikacijskih znanosti, docent Univerziteta u Mostaru, medijski stručnjak Media plan instituta u Sarajevu

ABSTRACT

Journalism, at least the way we knew it for more than a century in mainstream media, is in transition. In an effort to keep up with trends in concision of information and multimedia, in panic to maintain market positions, the majority of daily newspapers have adopted shorter, fact-based journalistic forms, characteristic of the internet and other broadcasters. Media content analysis shows that news and reports in all media make up 85 to 95 of journalistic forms of newspapers. Another element that is destroying quality journalism is a deep ethnic and political divide among media which is reflected in bias and selection of information. An entirely new area of expression of media conduct with increasing influence on the conduct of the public are comments on articles on internet portals. Interactivity has made it possible for ordinary citizens to express their opinions. As this is not professional communication and as portals do not have good comment administration, they are full of intolerance speech, to say the least. But what is especially worrying is that more and more citizens are keeping informed via Facebook, i.e. a social network which is a mass medium, however not a medium of professional communication (dissemination), but rather a medium which is based on selection of professionally produced media information and creation and distribution of subjectively produced information and views. Citizen journalism is not journalism. All it is is occasionally welcome assistance, an added value of media, but requiring a lot of caution and verification.

Key words: kvalitetno novinarstvo, novinarska forma, medijski trendovi, analiza sadržaja

Vjerodostojnost kao teorijski okvir kvalitetnog novinarstva

Vjerodostojnost je kompleksan koncept koji se istovremeno odnosi na sve komponente komunikacijskog procesa; kako na kvalitetu poruke (vijesti) u smislu njene istine, tako i na komunikatore, prirodu i reputaciju medija i, na koncu, na sve faktore koji određuju komunikacijsko ponašanje recipijenta¹. Vjerodostojnost medija bi u najkraćem podrazumijevala situaciju koja putem profesionalnog medijskog djelovanja uzrokuje povjerenje recipijenta (medijskih konzumenata) prema informacijama koje producira taj medij. Vjerodostojnost je pojam koji snažno određuje novinarski profesionalizam, mada je riječ u značajnoj mjeri o teorijskoj kategoriji, jer često u medijskoj praksi imamo primjere da određeni mediji kod dijela javnosti uživaju povjerenje iako mnoge od postulata vjerodostojnosti ne provode². To jasno pokazuje povratni utjecaj iz javnosti, odnosno utjecaj javnog mnijenja i konfirmatorsku ulogu medija.

Pored “podilaženja javnosti”, drugi element koji narušava vjerodostojnost su ekonomski pritisci na medije. Mediji postoje radi javnosti i trebali bi se tako ponašati, ali mediji ne mogu funkcionirati bez novca. Kako je izrazita većina medija u svijetu u privatnim rukama, njihovo komercijalno poslovanje je zasnovano na marketingu. Čak i ako kompanije koje se oglašavaju u medijima ne čine direktne pritiske u smislu tranši za oglašavanje, tj. uvjetovanja pozitivnog pristupa, psihološki moment prisutan kod vlasnika i direktora da ako se netko “bocne” može donijeti financijske gubitke je smetnja slobodnom izvještavanju. Sam izraz komercijalni mediji nedvojbeno pokazuje logiku ubiranja prihoda. A ono je moguće, iako to mnogi vlasnici i direktori neće priznati, samo uz niz kompromisa između profesionalnog izvještavanja i bitke na tržištu. Veliki mediji koji imaju odvojeno sektore marketinga, različite redakcije i izvršne direktore imaju veću mogućnost napraviti distinkciju između zahtjeva marketinga i programa. Međutim u bivšoj Jugoslaviji postoji niz medija u kojima je direktor i vlasnik, pa čak i glavni urednik, ista osoba. Dakle barem tri puta postoji veća mogućnost da se uleti u mrežu ekonomskih i političkih pritisaka. Nažalost i javni RTV-servisi, koji imaju zakonski utvrđenu obaveznu TV-pristojbu koju građani moraju plaćati i to upravo radi sprječavanja ovakvih situacija i motiviranja “nekomercijalne” produkcije programa, nisu imuni na ovakve stvari. Na RTV Federacije BiH prihod od RTV-pristojbe iznosi oko 52 posto³, dok na druga dva javna servisa RTV BiH i RTRS oko 70 posto. Da bi zaokružili pozitivno poslovanje, sva tri medija fokusirani su na marketing.

Treći, krupni element narušavanja vjerodostojnosti, su politički pritisci na medije. Razne strukture politike, prije svega političke partije i vlade su oduvijek kroz povijest nastojale ovladati medijima kako bi oni bolje izvje-

1 Kurtić, Najil, *Konceptualizacija istraživanja*, u: Vjerodostojnost novina, ur. Stjepan Malović, Sveučilišna knjižara, Zagreb 2007.

2 Udovičić, Radenko, *Vjerodostojnost medija – teorijske i praktične dileme*, Media plan institut, Sarajevo 2012.

3 Izvještaj o poslovanju RTV FBiH za 2010. godinu, interni dokument

štavali, odnosno provodili njihova nastojanja. Što je demokratičnije društvo, ovakvi pritisci su suptilniji. Međutim oni konstantno postoje i često su isprepleteni s ekonomskim pritiscima, utjecajima iz većinskoj javnog mnijenja kao i samocenzurom novinara, bilo iz straha, bilo iz vlastitih političkih uvjerenja.

Izrazito opozicijski novinar, urednik *Slobodne Bosne* Senad Avdić, čiji je list od medijskog suportera SDP-a postao njegov najveći oponent, u TV-intervjuu za Buka TV i *web*-produkciju⁴ daje fatalistički prikaz bosansko-hercegovačke medijske scene koji je zasnovan na iznesenom prikazu narušavanja vjerodostojnosti.

“U takozvanim olovnim vremenima, komunističkim, staljinističkim, možemo ih svakako nazvati, diktatorskim, nije postojala takva vrsta ovisnosti o centrima moći kakva postoji danas u medijima. Danas ovdje, da bi išta napisao, mora se znati ko iza tebe stoji, koji politički, koji ekonomski, koji međunarodni centar... Svaki put kad izađe moja novina nastane panika – ko je ovo naručio? Mi sami nismo u stanju da se izborimo za nešto što se zove osvajanje slobode. Koliko je cijelo društvo ruinirano, koliko su moralni standardi dovedeni do ništavnosti, ni mi novinari nismo imuni i nismo nedužni. U cijeloj eroziji društva, novinari su jako važni suučesnici.”

Međutim novinarsko poštenje kao važan element vjerodostojnosti, odnosno objektivnost jesu ključni, ali ne i jedini elementi kvalitetnog novinarstva. Kvalitetno novinarstvo je, rečeno u novinarskom slengu, zanatsko ispoljavanje društvenog konteksta i događaja koji se obrađuje. Koliko god bili nepristrani, ukoliko to na dobar način ne izrazimo, odnosno ne napravimo efikasnu formu za prenošenje poruke, nismo kvalitetno napravili novinarski posao. Hrvatski novinarski bard Ante Gavranović daje kratak i jasan opis kvalitetnog novinarstva: “Novine moraju biti informativne, zabavne i sveobuhvatne, ali i atraktivne da bi privukle dovoljno čitatelja”⁵.

Medijski trendovi u Bosni i Hercegovini

Nesporno je da masovni mediji oblikuju javno mnijenje te je potpuno razumljivo što su pod konstantnim pritiskom vlasti, komercijalnog, pa čak i nevladinog sektora koji nastoje unaprijediti informiranje o svojim djelatnostima, ali i potaknu na građansku aktivnost. Demokratska društva, koja imaju uređene političke, ekonomske pa tako i medijske sustave, reproduciraju nešto više mogućnosti za kvalitetniji protok informacija pojedinaca i javnog sektora, što je katalizator za postojanje više povjerenja, odnosno iskreniji i činjenicama potkrjepljeniji medijski nastup. Naravno i ovakva društva, u koja, nažalost, u potpunosti ne spada bosanskohercegovačko, nisu imuna na matrice većinske kulture, običaja, ekonomskih interesa odnosno održavanja moći, što se reflektira i na medije koji upadaju u branjenje takvih koncepata.

Vjerodostojnost medija je uzrokovana javnim mnijenjem. Kako je ono u Bosni i Hercegovini i etnički i entitetski i politički isparcelirano, minimum suglasnosti podijeljenog društva, odnosno podijeljenih medija, bi se trebao

4 Intervju Senad Avdić, <http://rudarska.com/drustvo/62-zokkie/videos/video/152-buka-tv-gost-senad-avdi-urednik-slobodne-bosne?groupid=0> (Posjećeno 30.1.2012.)

5 Gavranović, Ante, Uloga novina, <http://www.hnd.hr/hr/novine/show/63750/> (Posjećeno 18.4.2012.)

oslikati na takozvanim životnim pitanjima, kao što je tematika dječjih prava, ekonomskih pitanja, sigurnosna problematika itd. Međutim radeći analize sadržaja medija raznih sfera društvenog života, došao sam do zaključka: koju god temu pratimo, u konačnici imamo sliku političke profilacije medija. Različite analize sadržaja medija koje je radio Media plan institut pokazale su da ključni mediji pitanja iz života iskorištavaju za političke obračune. Selekcija činjenica, potenciranje negativnosti i manipulativno kadriranje su jedne od negativnih karakteristika bosanskohercegovačkih medija.

Tematika u nekim ključnim medijima

Neki od dominantnih medijskih trendova u društveno-političkom i žurnalističko-zanatskom smislu, uočeni su (potvrđeni) na osnovi brojnih monitoringa i analiza središnjih informativnih emisija triju javnih TV-servisa koji pokrivaju Bosnu i Hercegovinu na nacionalnoj i entitetskoj razini kao i kompletnog sadržaja dnevnih i tjednih novina. U analizi Televizije BiH (BHT), Televizije Federacije BiH (FTV) i Televizije Republike Srpske (RTRS) te *Dnevnog avaza* iz Sarajeva, *Dnevnog lista* iz Mostara i *Glasa Srpske* iz Banja Luke na uzorku od 15 dana pokazala se izrazita dominacija unutarnje politike i sporta (promatran je i sportski dodatak dnevniku).⁶

Tablica 1.

	TEMATIKA – TV DNEVNICI	POSTOCI PREMA BROJU JEDINICA
1	Unutarnja politika	19%
2	Sport	18%
3	Društvene teme	12%
4	Svijet	10%
5	Ostalo	10%
6	Kriminal	7%
7	Ekonomija	7%
8	Ratni zločini	6%
9	Međunarodne aktivnosti zemlje	3%
10	Kultura	3%
11	Nesreće i izvanredni događaji	3%
12	Ljudske priče	2%
13	Zabava	0%
	Total	100%

Tematiku smo kategorizirali u 12 stavki koje su se kroz različita istraživanja iskristalizirale kao najčešće zastupljene teme u bosanskohercegovačkim uvjetima. Granica između pojedinih tema nije čvrsta, katkada traži istinsko poznavanje bosanskohercegovačkoga društvenog konteksta. Međutim princip je bio da jedan sadržaj može ići samo u jednu temu. Ako je u njemu bilo više tematskih osnova, svrstavali smo je u stavku koja je prevladavala.

⁶ Radenko Udovičić, doktorska disertacija "Uticaj vjerodostojnosti na informativne, mnijenjske i edukativne funkcije medija", obranjena u Sarajevu u svibnju 2011. na FPN-u.

Kod dnevnih novina dominira svijet i sport

Kada je varijabla tematika kod dnevnih novina u pitanju, dakle kompletan sadržaj koji je imao novinarsku obradu, pojedinačno se pokazuju sličnost u odabiru tema, mada redosljed nije u potpunosti identičan. *Dnevni avaz* i *Glas Srpske* na prva dva mjesta imaju tematiku svijet i sport (*Avaz* 16 % i 14 %; *Glas* 24 % i 18 %). No vidljivo je po postocima da kod *Glasa Srpske* ove dvije tematske potkategorije mnogo više dominiraju u odnosu na ukupni sadržaj.

Kod *Dnevnog lista* sport je uvjerljivo na prvom mjestu (20 %), a potom potkategorija ostalo (11 %). Kod *Dnevnog avaza* na trećem mjestu je ostalo, dok treću poziciju kod *Glasa Srpske* nose društvene teme. Unutarnja politika, tema koja kod svijet dominira na prvim stranicama je kod *Dnevnog lista* na trećem mjestu, a kod *Dnevnog avaza* tek na sedmom. *Dnevni avaz*, u odnosu na druge dvije novine, ima mnogo više sadržaja koje smo definirali kao zabavu i zanimljivosti – čak 11 posto, što nosi četvrto mjesto.

U svim novinama na posljednjem mjestu je potkategorija ljudske priče sa samo par pojavljivanja, odnosno 1 posto ili manje. To pokazuje da se promatrane novine bave onim što u žargonu nazivamo visoka politika.

Dominiraju faktografske forme

Televizijski izvještaj ili prilog je najzastupljenija forma u promatranom razdoblju na svima trima televizijama. Na sva tri dnevnika prilozima nose 54 posto ili 510 zabilježenih sadržaja. Pod ovim podrazumijevamo televizijsku formu koja zahtijeva intelektualnu i tehničku obradu informacije kako bi ona kroz novinarski tekst (off), zvuk i sliku pružila gledateljima informaciju. Registrirali smo dvije osnovne varijante priloga – vlastite, koje su na terenu napravili novinari i kamermani – i priloge gdje je snimateljski rad, pa često i montažerski, u procesu proizvodnje odvojen od novinarskog rada. Riječ je prije svega o prilozima iz svijeta, gdje se snimke dobivaju kroz televizijsku razmjenu, kasnije novinari i montažeri prave smislene priloge koji kroz kombinaciju informacija, agencijskih vijesti i relevantnih slika čine prilog. Ipak, većina novinarskih priloga je dolazila u potpunoj produkciji vlastitih snaga. Mahom su to informacije iz zemlje, mada je u nekoliko navrata bilo i vlastitih priloga iz inozemstva. Dužina priloga je najčešće bila u televizijskom standardu «100 sekundi», dakle između minutu i pol i dvije.

Vijest je drugoplasirana forma na svima trima televizijama. U promatranom razdoblju zabilježeno ih je 358 ili 38 posto. Pod viješću podrazumijevamo kratku informaciju koja odgovara na 6 novinarskih pitanja. Naravno ovaj školski obrazac često nije u potpunosti primjenjiv na medijsku industriju, ali smisljena vijest, mada često na granici profesionalnosti, može odgovarati i na samo tri pitanja (najčešće što, tko i gdje). U okviru vijesti dominantna kategorija je bila vijest sa slikom. Ova forma predstavlja najčešće agencijsku vijest koju čita voditelj, a koja je pokrivena snimkama događaja ili snimkama koje imaju relevantnost za tu vijest.

Za razliku od televizijskih dnevnika, kod novina je uvjerljivo najviše korištena novinarska forma vijest. Kod svih triju novina dominira s približno istim postotkom. Kod *Dnevnog avaza* je 62 posto, dok je kod *Dnevnog*

lista i *Glasa Srpske* 68 i 67 posto. Razlog ovolikog postotka vijesti u odnosu na televizije, gdje dominiraju izvještaji, tj. prilozi, je u prirodi medija. Kao što smo rekli, idealna forma za TV-dnevnik je prilog jer daje vjerodostojnost s terena i kroz tonske inserte i pojavljivanje sugovornika koristi sve kanale prijenosa informacija koji su neophodni za televiziju – slika, zvuk, pa čak i tekst jer su naznačena imena sugovornika i autora priloga. Dnevne novine može podnijeti veliki broj vijesti, daleko od toga da može isključivo na njima biti uspješna, odnosno plijeniti pažnju.

Na drugom mjestu u svim novinama su izvještaji. Kod *Dnevnog avaza* 23 posto, *Dnevnom listu* 24, a *Glasa Srpske* 21 posto. Interesantno je pogledati prvih šest stranica, u *Dnevnom avazu* je izvještaja na prvih šest stranica 35 posto, a vijesti 44 posto. Razlog tome je da *Dnevni avaz* unutrašnjopolitičke teme, koje su na tim stranicama dominantne, obrađuje uglavnom kroz nešto duže forme, tj. izvještaje. Kod druge dvije novine takva razlika u postocima nije izražena.

Komentar kao novinarska forma je kod svih triju novina na trećem mjestu.

Bilježimo relativno visok postotak kategorije ostalo. Riječ je o informacijama plasiranim na način koji se ne može podvesti pod uobičajene forme. Takvih izražaja najviše je bilo u *Dnevnom avazu* 12 posto, *Glasi Srpske* 10 posto i *Dnevnom listu* 6 posto. Najčešće je riječ o nekoj vrsti informacija od jedne rečenice ili jednostavnog zbira informacija (podataka) poput voznog reda autobusa, aviona i vlakova.

U svima trima dnevnim novinama najviše tekstova sa samo jednim izvorom

Izvor je ključna karika u novinarskom formiranju informacije. Bez izvora nema informacije jer bez obzira što prezentiramo, zasniva se na nekom saznanju. Odlika profesionalnosti nekog izvještaja, novinara ili medija u globalu, posebno kada je u pitanju informativno izvještavanje, jest da postoji više izvora čime bi se trebala dobiti objektivna slika nekog događaja.

Kada je televizija u pitanju, izvori informacija se uglavnom oslikavaju kroz audiovizualne nastupe sugovornika, odnosno osoba koje se pojavljuju u prilogu. Međutim često kroz prilog novinar u off-u navodi neke izvore koji iz određenih razloga nisu zabilježeni kamerom i mikrofonom. Kod novina je situacija znatno pojednostavljena. U slučaju da nemamo fotografiju, selekcija informacija, dužina citata i mjesto u tekstu karakteriziraju moć izvora. Prilikom evidentiranja broja izvora mi smo se orijentirali na princip da je izvor navedena osoba koja je davala informaciju, direktno ili parafrazirano, kao i pozivanje na dokumente (npr. “Prema podacima UNICEF-a...”).

Gotovo je porazan podatak da kod svih triju novina na prvih šest stranica oko tri četvrtine objavljenih tekstova sadrži samo jedan izvor (*Dnevni avaz* 72 %, *Dnevni list* 79 %, *Glas Srpske* 74 %). Ako čak prihvatimo činjenicu da su vijesti i priopćenja za tisak kao kraće forme najčešće sazdana od jednog izvora, podatak da su izvještaji često bazirani na jednom izvoru je, s pozicije novinarskog profesionalizma, sramotan.

Prve stranice novina nose mahom unutarnjopolitičke teme koje mogu generirati brojne kontroverze sa širokim posljedicama. Obrada ovih tema, i dakako, ne samo njih često zahtijeva da se s različitih aspekata, političkih, stručnih i ljudskih, sagleda problem. To se uglavnom ne čini. Doduše, katkad sve tri novine daju i drugo mišljenje, u posebnoj vijesti. To je svakako dobro, ali se time ipak umanjuje efekt objektivnosti teksta. U nekoliko navrata smo čak primijetili da zasebna vijest sa suprotstavljenim izvorom ne odgovara direktno na ono što je njegov neistomišljenik rekao u drugom tekstu. Inače, u ovoj varijabli na primjeru najtiražnijeg lista *Dnevni avaz* možemo vidjeti što je više izvora, postotak njihove prisutnosti u novinama je sve manji. Postoci su relativno približni kod svih triju novina.

Tablica 2.

	Broj izvora	<i>Dnevni avaz</i>	
1	Jedan	207	72%
2	Dva	51	18%
3	Tri	18	6%
4	Četiri	5	2%
5	Više od četiri	7	2%
	Total	288	100%

Iako nevjerojatno izgleda postotak od 72 posto tekstova s jednim izvorom, situacija promatrana po tematskim područjima analiziranim u drugim istraživanjima još je poraznija. Tako u istraživanju na uzorku od šest dnevnih novina tijekom cijele 2011. godine o tematici obrazovanja djece BiH pokazalo se da postoje novine koje imaju preko 80 posto tekstova s jednim izvorom.⁷

Tablica 3.

Broj izvora – dnevne novine – tematika edukacije djece	<i>Dnevni list</i>	<i>Dnevni avaz</i>	<i>Ostobodjenje</i>	<i>Večernji list</i>	<i>Glas Srpske</i>	<i>Nezavisne novine</i>	Total
Jedan	80%	86%	77%	79%	70%	44%	76%
Dva	15%	6%	16%	16%	17%	22%	14%
Tri	3%	7%	5%	4%	7%	16%	6%
Četiri	1%	0%	2%	0%	5%	12%	2%
Više od četiri	1%	1%	0%	0%	1%	6%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

⁷ Analitički tim Media plan instituta, Kako mediji izvještavaju o obrazovanju djece, MPI I Save the Children Norway, Sarajevo 2012.

Empirijski podatak iz još jednog istraživanja, obzirom na tematsko područje, posebno zabrinjava. U temama o sigurnosnoj situaciji, koje tretiraju u BiH kriminal, terorizam i druge sigurnosne aspekte zemlje, *Dnevni avaz* je imao 86 posto tekstova s jednim izvorom, *Oslobođenje* 80 posto, a *Dnevni list* čak 92 posto.⁸

U TV-dnevnicima najčešće dva izvora

Dva izvora su najčešća varijanta u zbirnom poretku promatranih dnevnika. Slijede tri pa jedan izvor. Veći broj izvora (četiri ili više od četiri) je, ipak, u totalu nešto manje zastupljen. Razlog za veći broj izvora u centralnim TV-dnevnicima leži u načinu produkcije. Televizijsko izvještavanje se zasniva na terenskom radu. Ako već TV-ekipa izađe na teren, ona će u svom prilogu imati barem dvije izjave. Bez audiovizualnih inserata nema dinamične, odnosno gledljive emisije.

Pozicija izvora

Pod pozicijom izvora podrazumijevamo imaju li izvori koji se pojavljuju u pojedinačnom tekstu isti ili suprotstavljeni stav ili značenje. Što je više suprotstavljenih izvora, tekst ima i suštinski veću pluralnost, odnosno objektivnost. Stoga je osnovno novinarsko pravilo da se ima i "druga strana", koja često (mada ne uvijek) podrazumijeva i suprotstavljeno gledište.

U razmatranju ove varijable u statističku obradu, odnosno analizu, ulazili su samo tekstovi koji su imali više izvora. Dakako, tekst koji se sastoji samo od jednog izvora nije moguće ni procjenjivati. Pokazuje se da su kod svih triju novina većinski zastupljeni suprotstavljeni izvori. Prednjači *Dnevni list* sa 67 posto suprotstavljenih izvora, potom *Dnevni avaz* sa 60 posto i na kraju *Glas Srpske* s 52 posto. No u svakom slučaju visok postotak zastupljenosti jedinstvenih izvora od 33 do 48 posto pokazuje da novine imaju snažnu konfirmacijsku funkciju, odnosno da broj izvora često treba kod čitatelja potvrditi neku ideju, stav, odnosno razmišljanje, a ne da izvori s različitim pogledima ili podacima navedu na sposobnost samostalnog zaključivanja. Promatrajući ranije spominjane tematske monitoringe, situacija s jedinstvenim izvorima je još očiglednija. Kod sigurnosnih pitanja jedinstveni izvori su zastupljeni od 60 do 80 posto, a o tematici obrazovanja djece čak preko 80 posto.

U središnjim TV-dnevnicima izvori sa suprotstavljenim stajalištima zabilježeni su u 60 posto sadržaja koji su imali više izvora.

U dnevnim novinama nenovinarske forme brojnije od novinarskih

Pod nenovinarskim formama podrazumijevamo novinske sadržaje koji se prvenstveno ne mogu podvesti pod žurnalističke načine pružanja informacija. Naravno, i nenovinarske forme prenose informacije – da nije tako ne bi bile ni objavljivane – ali je njihova razlika u tome što ne spadaju u standar-

⁸ Analitički tim Media plan instituta, Kako mediji izvještavaju o sigurnosnim pitanjima u BiH, MPI i EUPM, Sarajevo 2011.

de profesionalne novinarske obrade namijenjene javnosti. Dakle one nekad jesu umijeće, ali ne novinarsko, već marketinško, likovno, ili često samo faktografsko.

Kod *Dnevnog avaza* i *Glasa Srpske* najčešća nenovinarska forma su smrtovnice – 62 posto, odnosno 53 posto. Kod *Dnevnog lista*, pak, u nenovinarskim formama, dominira program (prije svega televizijski, u manjoj mjeri radijski). *Dnevni avaz* zaista ima ogroman broj smrtovnica, čak 3269 u dva tjedna (233 po danu), što je preko tri puta više od *Glasa Srpske* dok ih *Dnevni list* ima samo 55. Fahrudin Radončić, vlasnik *Dnevnog avaza*, je svojevremeno rekao da je broj smrtovnica mjerilo uspješnosti jedne novine⁹.

Zanimljivo je sada nenovinarske forme pogledati u ukupnom omjeru sadržaja novine. Pokazuje se da su smrtovnice najčešći sadržaj najtiražnijeg lista u BiH, *Dnevnog avaza* (40 posto). Poslije toga slijedi jedna novinarska forma – vijesti (23 posto), a potom program, pa komercijalni oglasi. Ili, egzaktno, jedan primjerak *Dnevnog avaza* sadrži čak 64 posto jedinica koje spadaju u nenovinarske forme. Kod *Dnevnog lista* je to 50 posto, dok *Glas Srpske* jedini ima novinarski prezentirane informacije kao većinski sadržaj novine (57 posto).

Tablica 4.

Ukupan sadržaj novine		<i>Dnevni avaz</i>		<i>Dnevni list</i>		<i>Glas Srpske</i>	
1	Smrtovnice	3269	40%	55	1%	1018	22%
2	Vijest	1864	23%	1428	34%	1825	39%
3	Program	996	12%	1104	27%	574	12%
4	Reklame i komercijalni oglasi	931	11%	874	21%	312	7%
5	Izveštaj/prilog	679	8%	511	12%	588	13%
6	Ostalo-novinarska forma	365	4%	117	3%	271	6%
7	Ostalo-nenovinarska forma	69	1%	30	1%	41	1%
8	Komentar	41	0%	8	0%	34	1%
9	Intervju	32	0%	25	1%	11	0%
10	Mali oglasi	14	0%	14	0%	12	0%
11	Istraživački tekst	6	0%	0	0%	7	0%
	Total	8266	100%	4166	100%	4693	100%

Prilagođavanje ekranu i doziranje kvalitetnog novinarstva

Televizija je i u BiH najpopularniji medij. Pokretna slika, odnosno vizualnost televizije je dominantno opredjeljenje koje utječe na građane kako bi najviše pratili ovaj medij. Sve je snažnija i internetska populacija s 55 posto korisnika. Internet se sve više koristi kao izvor informacija, sredstvo društvene komunikacije, ali i multimedijalni mehanizam koji obuhvaća konver-

⁹ Udovičić, Radenko, Vjerodostojnost medija – teorijske i praktične dileme, Media plan institut, Sarajevo 2012

genciju interaktivnih vizualnih i audiokomponenti. Ovo potvrđuju i podaci provajdera i Regulatorne agencije za komunikacije koji pokazuju veliki rast, tzv. brzih veza koje omogućuju prijenos velikog broja podataka, odnosno otvaraju internet širokom spektru korištenja multimedijalnih sadržaja.

Dva tradicionalna medija – radio i novine – su «izgubili trku» s ekranom. U pokušaju informativnog pariranja ovim trendovima i panici naspram zadržavanja tržišnih pozicija (po podacima distributera u BiH tiskani mediji su izgubili u zadnje tri godine 20 posto tiraže), većina dnevnih novina se odlučuje na kraće, faktografske novinarske forme svojstvene internetu i drugim elektroničkim medijima. Analize sadržaja koje je radio Media plan institut naspram pokrivanja pojedinih društvenih tema, pokazale su da vijesti i izvještaji u svim medijima nose od 85 do 95 novinarskih formi, bilo da se izvještava o dječjim pravima, sigurnosnim pitanjima, multikulturalizmu, obrazovnom sustavu ili izbornoj kampanji. Čak je i istraživanje Informativnog programa javnog radio-servisa Srbije pokazalo da faktografske forme nose 89 posto sadržaja¹⁰. Na ovaj način značajno je uništen trend da korisnici medija prvu informaciju dobiju putem televizije, a ako žele razradu, dublje i šire informacije, sutra to traže u novinama. Naravno da novine, čak i u ovakvoj konstalaciji odnosa, imaju više raspoloživog prostora u odnosu na TV-dnevnik te nude nešto proširenije informacije ili barem veći broj informacija. Ali forme poput analiza, dosjea ili istraživačkih tekstova su sve manje zastupljene. Čak i u tjednim magazinima. U tradicionalnim medijima takvi tekstovi ili prilozi su se smatrali vrhom profesionalnog novinarstva. Sve manja prisutnost ovakvih sadržaja navodi na zaključak da nestaje kvalitetno novinarstvo.

Predominacija nacionalnog u poimanju javnog interesa u Bosni i Hercegovini pretvorila je novine i informativne programe u ekskluzivne zaštitnike, branitelje nacionalnih interesa i ideoloških i političkih isključivosti. To je bio korak do restauracije govora mržnje, koji se nerijetko skriva pod krinkom slobode izražavanja, istraživačkih ciljeva novinarstva i kritičke riječi. Neke redakcije danas liče na političke štabove stranaka koje su na vlasti ili u opoziciji. U takvim redakcijama se snažno podržava duh isključivosti nacionalne, ideološke i političke avangardnosti, umjesto poimanja kako je novinarska avangardnost u profesionalnom informiranju i istraživanju istine. Za takvu uređivačku politiku više nije presudno samo direktno ili indirektno utjecanje vlasti i politike, već i snaženje novinarske samocenzure. U BiH postoji veliki broj i dnevnih pisanih medija i radio ili TV-stanica koje nude informacije iz različitih uglova i izvora (često u skladu sa svojom ciljnom publikom). Međutim upravo tu je problem. Čitaoci se uglavnom okreću “svom” mediju. Takvo poimanje i upražnjavanje, naravno, uništava kvalitetno novinarstvo.

Neozbiljno bi bilo tražiti od medija da kadriraju informacije i objavljuju samo pozitivne vijesti koje se tiču stanja u društvu. Međutim objektivno prenošenje informacija, koje nisu uvijek zasnovane na dnevnim događaji-

¹⁰ Presentacija Aleksandre Ugrinić na konferenciji “Vjerodostojnost medija – dometi medijske tranzicije”, FPN Beograd 2011.

ma, sa snažnim *backgroundom*, koji nudi objašnjenja pojedinih problema, stvorilo bi podlogu za bolje razumijevanje. Kratkoročno gledajući, ako bi malobrojne pozitivne vijesti dobile isti tretman u medijima kao negativne, stvorio bi se jedan unutarnji osjećaj smirenosti.

Procjena je da mediji u BiH, i pored ovih ozbiljnih problema i manjkavosti, uglavnom nisu zapreka slobodnoj cirkulaciji informacija iz sfere ekonomije, biznisa i tržišta. Neprofesionalna ponašanja dolaze do izražaja u politizaciji ekonomije. Negativna selekcija informacija, pa i antipropaganda nekih privrednih poteza i proizvoda primijećena je uglavnom u medijima koji se međusobno sukobljavaju na političkim ili tržišnim interesima vlasnika medija. U nekim situacijama je primijećeno da su pojedine firme odustajale od reklamiranja svojih proizvoda u medijima za koje procijene da im nisu naklonjeni i pored toga što su sa marketinškog stanovišta takvi mediji bili interesantni. I obrnuto, postoje snažne indicije da pojedini mediji “reketiraju” uspješne bosanskohercegovačke kompanije u slučaju da izostane marketinški *income*. Iako ovdje ima elemenata i za krivičnu odgovornost, ovi fakti teško izlaze u javnost ili dolaze na sudove, bilo zbog pokušaja nagodbe bilo zbog nepovjerenja u pravno funkcioniranje države, koje je također podložno i političkim i ekonomskim kalkulacijama.

Potpuno novo područje ispoljavanja medijskog ponašanja koje sve više ima utjecaja na ponašanje javnosti jesu komentari na tekstove internet-skih portala, inače medija koji su po popularnosti tik iza televizije, odnosno znatno čitaniji od novina. Interaktivnost je otvorila mogućnost običnim građanima da iznesu svoja mišljenja. A kako nije riječ o profesionalnoj komunikaciji i kako portali nemaju dobru administraciju komentara, puni su, u najmanju ruku, jezika netolerancije. No, ono što je posebno zabrinjavajuće je da se sve veći broj građana informira preko Facebook-a, dakle društvene mreže koja jest masovni medij, ali ne i medij profesionalne komunikacije (diseminacije), već medij zasnovan na selekciji profesionalno proizvedenih medijskih informacija i kreiranju i distribuiranju subjektivno proizvedenih informacija i stavova. Primjer korištenja Facebook-a kao kredibilnog medija se u svoj svojoj grozoti pokazao 28. listopada 2011. kada je jedan islamski terorist pucao na američku ambasadu u Sarajevu. Dio sarajevskih medija je prenio vijest objavljenu na Facebook-u da je pomagač napadača ušao opasan s eksplozivom u jedan obližnji trgovinski centar, što se pokazalo netočno. Nije teško zamisliti kakvu je paniku izazvala ta vijest, i to ne samo u trgovinskom centru. Facebook-fanatici će reći da laži, netočnih informacija i senzacionalizma ima i u “pravim” medijima. Naravno da ima. Ali kada su u pitanju mediji profesionalne komunikacije, zna se tko je odgovoran i kakve se profesionalne, građanske ili krivične procedure provode. Uostalom, neki novinari koji su preuzeli ovu vijest s Facebook-a, kada se ustanovila da ona nije točna, unutar svojih medija su bili sankcionirani. Kada su društvene mreže u pitanju, bit će vrlo jasan, ovdje ne umire kvalitetno novinarstvo. Ono ovdje i ne postoji. Citizens Journalism (građansko novinarstvo), nije novinarstvo. Ono je samo ponekad dobrodošla ispomoć, dodatna vrijednost medija, ali uz veliki oprez i provjere.

Nedavno sam sjedio s grupom kolega i prijatelja od kojih su neki na čelnim funkcijama javnog RTV servisa i nekih pisanih medija. Jedan od kolega je današnje novinarstvo nazvao instant novinarstvom usporedivši ga s instant kavom. “Prava kava je umrla otkako smo počeli piti NES”. Nakon malo ozbiljne priče došli smo do zaključka da su sadašnji trendovi konciznost, brzina i interaktivnost. Tome se treba prilagoditi, ali i sačuvati ključne novinarske postulate koji se tiču digniteta i kredibiliteta. Iako je *kafanska* priča potpuno neumjesna za zaključivanje jednog znanstvenog teksta, to je okvir u kojem moderni mediji moraju tražiti svoj opstanak. Jasno je da opširnije forme poput reportaža, ekstenzivnih izvještaja s više izvora pa čak i intervjui, omogućavaju bolju percepciju problema i veće razumijevanje. U dnevnim novinama i u TV-dnevnicima je toga sve manje i za takav pristup morat ćemo se okretati sedmičnim news magazinima ili specijalističkim/tematskim časopisima. No oni imaju znatno užu ciljnu populaciju.

Kvalitetno novinarstvo u BiH je iz političkih razloga ruinirano, ali iz tehničkih je na prilagodbi. Kolikoj, zavisi hoće li tableti u potpunosti preuzeti primat.

LITERATURA

Herman, E. S. & Chomski, N., *Manufacturing Consent: The political Economy of The Mass Media*, Pantheon, New York, 1988.

Kurtić, Najil, *Konceptualizacija istraživanja*, u *Vjerodostojnost novina*, ur. Stjepan Malović, Sveučilišna knjižara, Zagreb 2007.

Udovičić, Radenko, *Vjerodostojnost medija – teorijske i praktične dileme*, Media plan institut, Sarajevo 2012.

Udovičić, Radenko, doktorska disertacija “*Utjecaj vjerodostojnosti na informativne, mnijenjske i edukativne funkcije medija*”, odbranjeno u Sarajevu u maju 2011. na FPN-u.

Intervju Senad Avdić, <http://rudarska.com/drustvo/62-zokkie/videos/video/152-buka-tv-gost-senad-avdi-urednik-slobodne-bosne?groupid=0> (Posjećeno 30. 1. 2012.)

Gavranović, Ante, *Uloga novina*, <http://www.hnd.hr/hr/novine/show/63750> (Posjećeno 18. 4. 2012.)

Analitički tim Media plan instituta, *Kako mediji izvještavaju o obrazovanju djece*, MPI I Save the Children Norway, Sarajevo 2012.

Analitički tim Media plan instituta, *Kako mediji izvještavaju o sigurnosnim pitanjima u BiH*, MPI i EUPM, Sarajevo 2011.

Izvještaj o poslovanju RTV FBiH za 2010. godinu, interni dokument