

Richard Davis, Christina Holtz-Bacha, Marion R. Just (eds)

**TWITTER AND ELECTIONS AROUND THE WORLD:
CAMPAIGNING IN 140 CHARACTERS OR LESS**

Routledge, 1st Edition, New York, 2017, 232 pp

ISBN-10: 1138949353

ISBN-13: 978-1138949355

In the last decade, the role of social media in election campaigns has been drawing attention of many scholars. With the social media legacy of Barack Obama and Donald Trump's use of Twitter, the importance and power of social media in election campaigns can hardly be questioned. Facebook, Twitter and recently Instagram are the most commonly used social media platforms. But even though Facebook and Instagram are more popular in terms of the number of users, Twitter has been profiled as an online platform that brings together everyone in politics. This edited collection of research papers examines the importance of Twitter in elections around the world. It does so by looking at different actors in elections: journalists, the audience, parties and candidates.

The first part of the book called "Election journalism" consists of four chapters that examine how journalists used Twitter in the 2012 US elections; what the agenda setting potential of Twitter was in relation to traditional media in the 2013 German elections and what the role of Twitter was in the 2014 EU elections in Belgium. The authors discuss Twitter's influence on traditional norms of objectivity and find that political journalists push the boundaries of objectivity on Twitter but do not entirely redraw them (48). When it comes to the agenda setting role of the social media, Christina Holtz-Bacha and Reimar Zeh find no systematic imprint of social media on traditional media coverage (41). Particularly interesting are mentions of the democratic potential of Twitter. In the first chapter, Peter Hamby quotes Tim Miller, a GOP operative and former spokesman for the Republican National Committee, who says that "complaining about the triviality of Twitter and glorifying the golden era of journalism is ridiculous, because at that time bunch of cranky old white men was determining what they deemed worthy of the masses' ears only served them and the ruling elites who were in on the joke" (16). In the last chapter on the EU elections in Belgium, Evelien D'heer and Pieter Verdegem suggest that Twitter has the potential to contribute to the 'Europeanization' of political communication because of its ability to overcome cultural, regional and linguistic boundaries.

The second part of the book is dedicated to audiences. Given the pivotal role of audiences in social media logic, it is disappointing that this part consists of only two chapters. The fifth chapter written by Heather K. Evans offers another analysis of the use of Twitter in the US elections, this time by members of Congress in the 2014 midterm election. The sixth chapter provides a study on South Korean citizens' political information-sharing on Twitter during the 2012 general election. In this paper Jisue Lee, Hohyon Ryu, Lorri Mon, and Sung Jae Park studied how often three leading political figures were mentioned on Twitter. They also examined sentiments of messages that had been retweeted by citizens about the three leading political figures. Sentiments expressed toward these politicians were understood as an indicator of how Twitter users perceived the leaders in question (97). Finally, the authors established an interesting correlation between citizens' opinions expressed online on Twitter and offline through public opinion polls. All that makes this

chapter the only extensive study of audiences on Twitter although the power of online audiences is addressed in the tenth chapter of the book, namely in Joel Penney's study on promoted trends and bashtagging in the 2012 US Presidential election. Penney talks about the phenomenon of bashtagging, explaining to the reader that Twitter users are not only active participants operating only as 'brand advocates', but they also have the power to interpret and resist the preferred meanings of promotional texts. Most importantly, they have the capacity to oppose them through different online actions (159). In this context, the author provides the example of a Promoted Trend #AreYouBetterOff, echoing Mitt Romney's campaign message stressing that voters were in fact not better off now than they had been before Obama was elected in 2008 (161). However, the campaign faced sensational backfiring with five times more tweets with the word "yes" than those with the word "no" (162), which doesn't make it the only bashtagging moment in the Romney campaign.

Besides Penny's chapter, the third and final part of the book contains six other chapters focusing on parties, candidates and campaigns. The authors in this section mostly explore how candidates and political parties campaigned on Twitter. For instance, in Chapter 11 Tamara Small researches the phenomenon of personalization on Twitter in Canada while in Chapter 7 Kate Kenski and Bethany A. Conway studied if candidates in the 2012 US election managed to impose consistency in messaging on Twitter, which is one of the critical components in advertising. Sara Bentivegna and Rita Marchetti in their comprehensive and methodologically solid study of Italian candidates in the 2014 European election established that the element of interactivity was not sufficiently exploited (Chapter 8). They concluded that only newer parties were likely to communicate with voters in a more personal manner, while most of the other candidates preferred the broadcast model of communication, characterized by one-way communication. Gender differences in Twitter communication in the US Senate races in 2012 and 2014 are discussed in Chapter 9. Marion R. Just, Ann N. Crigler, and Rose A. Owen revealed that there are some significant differences related to gender: female candidates attack their opponents less than male candidates and tweets by females are more often retweeted and "favorited" by others. In the last chapter of this book called "From a Tweet to a Seat" Reimar Zeh seeks to establish whether Twitter can help smaller parties overcome the visibility gap between themselves and major parties in traditional media. He looks at the case of the Pirate Party in Luxembourg to conclude that Twitter has the potential to attract votes.

Overall, this collection of essays has enormous importance, especially nowadays when US president Donald Trump is using Twitter as his most powerful channel of communication with the world. Trump obviously recognized what Richard Davis emphasized in the conclusion of this book, i.e., that candidate and party electioneering on Twitter must recognize that this platform does not resemble traditional media and that ultimately it should not be treated as such (225). Evidently it will not take long before the second edition of this book is published, with more than a few chapters dedicated to Donald Trump. It will hopefully put greater emphasis on Twitter as an independent and powerful medium, without excessive comparisons between Twitter and traditional media, abundantly present in this volume.

Marijana Grbeša i Berto Šalaj

DOBAR, LOŠ ILI ZAO? POPULIZAM U HRVATSKOJ

TIM press, Zagreb, 2018., 307 str.

ISBN 978-953-8075-45-2

U knjizi *Dobar, loš ili zao? Populizam u Hrvatskoj* autori Marijana Grbeša i Berto Šalaj fenomenu populizma prilaze iz dva smjera: s jedne strane, daju pregled i analizu suvremene literature o populizmu, kao i pregled relevantnih istraživanja, te, s druge strane, nude svoju konceptualizaciju i metodologiju istraživanja populizma koju prezentiraju kroz rezultate vlastitih istraživanja. Drugim riječima, knjiga, da parafraziram same autore, odgovara na tri istraživačka pitanja: na konceptualnoj razini odgovara na pitanje što je populizam, na metodološkoj razini na pitanje kako ga istraživati, a na empirijskoj razini na pitanje ima li (i u kojim oblicima) populizma u hrvatskoj politici.

Knjiga ima osam poglavlja (uz uvod i zaključak). Prvo poglavlje naslovljeno *Povijest populizma* daje kratak pregled pojave i razvoja fenomena populizma.

Drugo poglavlje *Suvremena razumijevanja populizma* progovara o načinu na koji se „taj pojam koristi u javnom prostoru“ (29), i to kroz „nekoliko više ili manje povezanih razina korištenja tog pojma“ (29). Autori u tom smislu izdvajaju tri najčešće razine korištenja pojma populizma: na prvoj se razini populizam koristi kao oznaka za ideologiju i diskurs političkih stranaka; na drugoj se razini populizam koristi kao pejorativni termin kojim se nastoje diskreditirati određeni politički akteri; na trećoj se razini govori o znanstvenoj upotrebi tog pojma. Fokus ove knjige upravo je na tom trećem, znanstvenom razumijevanju populizma.

Treće poglavlje *Inkluzivni pristup populizmu* nudi novi pristup njegovu izučavanju koji povezuje populizam kao političku ideologiju te populizam kao političko-komunikacijski stil. Riječ je o pristupu koji se temelji na shvaćanju „populizma kao svojevrzne političke metaideologije koju se može jasno razlikovati od drugih političkih metaideologija“ (15), a „predstavlja inovaciju u suvremenim raspravama o populizmu“ (15).

Četvrto poglavlje *Tipovi populizma* predstavlja pregled najvažnije literature (uglavnom na engleskom jeziku) „koja se bavi pitanjima prisutnosti i tipova populizma u različitim dijelovima svijeta“ (77). Poglavlje donosi tablični pregled populističkih opcija u pojedinim europskim državama, prvi takve vrste, s najvažnijim informacijama (naziv stranke, predsjednik, prvi ulazak u parlament, recentni politički rezultati, politička potpora, članstvo u političkoj grupaciji u EP-u, literatura i tip populizma).

Peto poglavlje *Uzroci jačanja populizma* analizira „glavne razloge nedavnog jačanja populizma i populističkih aktera u suvremenim društvima“ (16), pri čemu se autori fokusiraju i na „skiciranje teorijskog modela koji bi obuhvatio sve najvažnije odrednice koje utječu na snagu populističkih aktera“ (16). Riječ je o modelu koji obuhvaća dvije razine (strukture ili dimenzije): kontekstualnu (određena ukupnim kontekstom neke zajednice s određenim poddimenzijama) te latentnu (činitelji su prisutni u svim suvremenim liberalno-demokratskim društvima, ali se manifestiraju u različitim oblicima). Na taj se način uzroke populizma traži u „kombinaciji strukturalnih činitelja i djelovanja određenih aktera“ (139).

Šesto poglavlje *Populizam i mediji* govori o ulozi medija u jačanju populističkih aktera, bilo kroz eksplicitnu podršku ili vidljivost koje mediji daju populistima ili kroz populistički diskurs samih medija, neovisno o postojanju konkretnih populističkih aktera (tzv. populi-

stičko novinarstvo). U tom kontekstu autori ističu kako je *medijski populizam* koji se prepoznaje „u općenito tabloidnom pristupu, simplifikaciji tema, senzacionalizmu, banalizaciji, identifikaciji s ‘malim ljudima’ nasuprot korumpiranim i moćnim elitama“ (162) još uvijek „relativno zanemarena dimenzija u istraživanjima populizma“ (161).

U sedmom poglavlju *Populizam u Hrvatskoj* autori predstavljaju nacrt i rezultate triju istraživanja populizma u Hrvatskoj u kojima su koristili metodu analize sadržaja intervjua odabranih hrvatskih političara. Prva se studija usredotočuje na razdoblje između dvaju lokalnih izbora, od 2009. do 2013. godine; druga se studija bavi populizmom na predsjedničkim izborima 2014./2015. godine; treća se studija bavi populizmom Mosta na parlamentarnim izborima 2015. godine. Ta su istraživanja među prvim empirijskim istraživanjima populizma u Hrvatskoj. Njihov je poseban doprinos u tome što autori u njima testiraju tzv. inkluzivni pristup populizmu koji uspješno razlikuje populizam kao stil od populizma kao ideologije.

Osmo poglavlje *Populizam i (liberalna) demokracija: prijetnja ili korektiv?* identificira dva lica koje populizam može imati u odnosu prema liberalnoj demokraciji: negativno ili prijeteće, koje češće ističu političari i mediji i koje se doživljava kao prijetnja liberalno-demokratskom poretku, te drugo lice, prema kojem „populizam isticanjem nekih ideja (...) može pridonijeti prevladavanju krize suvremenih liberalnih demokracija i obnovi demokratske ideje“ (18).

U zaključku autori ističu najvažnije i najzanimljivije rezultate istraživanja populizma u Hrvatskoj te ukazuju na neka otvorena pitanja, „odnosno na ključne izazove s kojima se i dalje suočavaju svi oni koji se bave populizmom“ (266).

Kako su autori konstatalirali u uvodu, fenomen populizma u Hrvatskoj „u suvremenoj društveno-znanstvenoj literaturi uvelike [je] zanemaren“ (11). Budući da je riječ o fenomenu koji bitno utječe na političke procese u Hrvatskoj i svijetu, ova knjiga zasigurno predstavlja velik doprinos njegovu razumijevanju te sustavnijem istraživanju.

Dunja Majstorović

Nenad Vertovšek

**NOAM CHOMSKY I KRITIKA SUVREMENIH MASMEDIJA:
PROIZVODNJA SLIKE STVARNOSTI I NEOPHODNIH ILUZIJA**

Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2017., 214 str.
ISBN 978-953-212-456-9

Knjiga *Noam Chomsky i kritika suvremenih masmedija: proizvodnja slike stvarnosti i neophodnih iluzija* podijeljena je u devet cjelina. U *Uvodu* autor progovara o utjecaju medija na kreiranje javnog mnijenja i na mase, pri čemu se ta moć nerijetko manifestira u vidu manipulacije. Iako su novi mediji i nove tehnologije ukinuli medijski monopol, ali i doprinijeli stvaranju zbunjene i otuđene javnosti kojom upravljaju različite interesne skupine, Vertovšek navodi kako želi podići stupanj odgovornosti konzumenata prema medijskom sadržaju, ali istodobno i jačati njihove slobode (15-17). Uvodni dio završava kratkim životopisom Noama Chomskog kao najutjecajnijeg intelektualca današnjice i zagovornika slobode govora, čiji radovi kritički propituju ulogu masovnih medija u zapadnim demokracijama.

U drugoj cjelini *Kritički pogled na suvremene medije* Vertovšek se osvrće na opsjednutost medijima, koja pogubno utječe na kritičke vještine pojedinca (125). Iščitavajući Chomskog, autor naglašava univerzalnost, ali i kompleksnost njegovih misli, što je posljedica njegova multidisciplinarnog pristupa pitanjima o kojima raspravlja i piše. Da bismo razumjeli medije, moramo razumjeti tri najvažnija izvora informacija: „unutarnju strukturu medija, njihovu ulogu u širem društvu, kao i njihov odnos prema drugim centrima moći i autoritetima“ (30). U analizi masovnih medija Chomsky polazi od vrijednosti i sloboda koje osiguravaju novinari i ostali medijski djelatnici iznošenjem činjenica koje ugrožavaju interese različitih skupina (32). Chomsky razdvaja slobodu medija i slobodu govora, kritički progovarajući o američkom političkom i *mainstream* medijskom sustavu, pri čemu se zalaže za slobodu govora čak i kada ne postoji sloboda medija (36). Kritizirajući američke masovne medije zbog potpore vojnim akcijama diljem svijeta, što je sastavni dio američke vanjske politike, te jačanja propagande u korporativnom i PR sektoru, Chomsky propituje ulogu suvremenih *gatekeepera*, za koje Vertovšek tvrdi da doprinose jednosmjernoj komunikaciji i manipulaciji (39-42). Iako bi mediji trebali biti suprotstavljeni centrima moći, stvarno je stanje potpuno obratno, što je, prema Chomskom, posljedica društvenog nasljeđa, a upravo to nasljeđe obrađuje treća cjelina *Društvene elite i masovni mediji*. Elitne skupine tako proces selekcije medijskih sadržaja svode na „podčinjavanje i 'humano prilagođavanje'“ (48), koje rezultira umjetnom slikom stvarnosti. Vertovšek se slaže s Chomskim da je nužna promjena obrazovnog sustava, što je preduvjet za stvaranje konzumenata koji su kritični i odgovorni (54). Vladajuće elite u svom se djelovanju služe i kreiranjem slobode privida, namećući vrijednosti kompatibilne aktualnom javnom mnijenju, uz mnoštvo lažne simbolike koja osigurava lakše upravljanje zbunjenim stadom (74).

Manipulacija odabranih i povlaštenih, kako ih naziva Vertovšek u četvrtoj cjelini *Od pristanka javnosti do proizvodnje pristanka*, ogleda se u ratnim izvještajima američkih televizija i prikazu stvarnosti prema binarnome modelu *mi i oni*, pri čemu jača neosjetljivost na prikaze sukoba i žrtava sukoba. Pritom se autor pita jesmo li mi kao pojedinci uopće dali pristanak na preusmjeravanje pažnje te kakav je utjecaj takvog medijskog djelovanja na globalnoj, ali i regionalnoj razini (83). O proizvodnji pristanka kod masa pisali su Chomsky i Herman, upozoravajući da proizvodnja normi i stereotipa, uz višekratno ponavljanje, postaje medijskom istinom, dok se pristranost ogleda u izboru tema, njihovu medijskom uokvirivanju te filtriranju informacija (94-95). Govoreći o proizvodnji vijesti kao temeljnom procesu kreiranja (slike) stvarnosti, Vertovšek ističe kako na navedeni proces snažno utječu individualno i društveno otuđenje, konvergencija medija te koncentracija medijskog vlasništva (97-101). Pritom ne treba zaboraviti ni ulogu okvira, koje Vertovšek promatra kao model za stvaranje iluzija. Iako je pitanje objektivnosti jedno od temeljnih postulata novinarskih standarda, Vertovšek (pozivajući se na Ulricha Saxera) ističe važnost poželjnosti u ovim raspravama.

Prikazujući medijski sustav kroz lanac potreba, u petoj cjelini *Propagandni modeli i filtri za elitnu stvarnost* autor analizira pet filtara o kojima govore Chomsky i Herman: 1) veličina, vlasništvo i orijentacija prema profitu masovnih medija, 2) oglasna „licenca“ u vidu orijentacije i poticanja poslovanja, 3) izvor vijesti masovnih medija, 4) oštra kritika izvršitelja te 5) antikomunizam kao mehanizam kontrole (111-116). Riječ je o filtrima koje svaka vijest treba proći da bi bila objavljena. Tako prvi filtar ukazuje na opasnost dominacije megakorporacija u vlasničkoj strukturi medija, koje izravno sudjeluju u kreiranju medijskog sadržaja i

doprinosе njegovoj unifikaciji. Drugi filtar obuhvaća oglašivačku industriju koja utječe na proizvodnju vijesti, baš kao i brojne informacije i glasine koje predstavljaju temelj informacija te ujedno i treći filtar. Nadalje, ublažavanje svakog kritičkog stava prema oglašivačima i drugim interesnim skupinama također je jedna od metoda medijskog djelovanja i ujedno četvrti filtar. Posljednji, peti filtar uključuje prikaz ideologije u razlikama između Istoka i Zapada temeljen na stereotipnim podjelama *mi i oni*.

Dominacija *storytellinga*, promjenjive medijske agende te guranje u zaborav samo su neke od strategija globalnih medija, pri čemu se javnost pokušava pasivizirati. S druge strane, potrošačka je kultura postala važnim dijelom medijske kulture, ponajprije zahvaljujući novim tehnologijama koje čovjeka svode na jednodimenzionalnost, upozorava Vertovšek (128-130).

U šestoj cjelini *Neophodne iluzije i globalne manipulacije* Vertovšek analizira tri modela medijskih organizacija: 1) korporativni oligopol, 2) medije pod kontrolom države te 3) medije čija se uređivačka politika temelji na demokratskom komuniciranju (136). Zbunjivanje stada odvija se najprije uz proizvodnju pristanka brojnim manipulativnim tehnikama na nesvjesnoj razini, odvratanjem pozornosti od stvarnosti te korištenjem tehnika odnosa s javnošću prema kojima je Chomsky osobito kritičan (142-146). No, govoreći o stvarnim i virtualnim iluzijama, Vertovšek upozorava na manipulacije činjenicama u svakodnevnom medijskom diskursu, ali i propituje budućnost ljudskoga u digitalnom dobu i digitalnim medijima.

U sedmoj cjelini *Filozofija jezika i uma: lingvistički doprinos vrednovanju slobode* autor nas podsjeća na lingvističku teoriju Noama Chomskog o univerzalnoj gramatici u čijem je središtu analiza osobnog i medijskog diskursa, pri čemu se uloga jezika promatra kao jedan od ključnih alata za promicanje ljudske slobode (158).

Razotkrivanje interesnih veza centara moći u središtu je kritike Chomskog usmjerene prema masovnim medijima, a njegovu liniju slijedi i Vertovšek u osmoj cjelini *Nove dimenzije medijske stvarnosti: od klasičnih stereotipa do stereotipa budućnosti*, naglašavajući važnost razumijevanja stereotipa, temeljenih često na imaginarnim strahovima koji također doprinose pasivnosti publike i zavodjenju masa (169-172). Iako je *kritika medija* najčešće korištena sintagma u djelima Chomskog, pa i u diskursu Vertovškega, obojica upozoravaju kako je nužno jačanje intelektualnih elita kao najmoćnijeg oružja u borbi protiv (medijske) manipulacije, ali i odgovornosti prema *drugima* (174). Oslanjajući se na McLuhanovu tezu o medijima kao produžetcima ljudskih osjetila, što je postalo naša stvarnost, Vertovšek upozorava na zamke *cyber* zbilje u vidu gubitka identiteta i osobnosti. Tako postmodernističko shvaćanje medija polazi od pokušaja pronalaska opravdanja i nametanja slika budućnosti (182), a Vertovšek u tom konceptu vidi Chomskog kao predstavnika slobode volterovskog tipa koji prihvaća *druge* i *drukčije*, i što je najvažnije – one koji misle drukčije. Podjela medija na masovne i elitne pomaže u razumijevanju proizvodnog procesa medija te u shvaćanju iluzija za različite tipove publike. Riječ je o svojevrsnoj kulturi globalizacije, koju Chomsky povezuje s globalizacijom komunikacije, pozivajući se na vodeće teoretičare filozofije medija, od Marshalla McLuhana i Paula Levinsona do Nicholasa Carra.

U posljednjoj cjelini, odnosno u *Zaključku* Vertovšek navodi kako nije jednostavno suprotstaviti se proizvodnji medijskih manipulacija s obzirom na brojne dionike iz (ne)medijskog svijeta koji su u njih uključeni. Svakom obliku manipulacije prepreka bi trebali biti profesionalni novinarski standardi. No, Vertovšek se pita nisu li oni samo jedna u nizu iluzija te

podsjeca da su digitalni mediji postavili pred korisnike dilemu – kvantiteta i površnost ili kvaliteta (22). Promjene u medijskoj sferi moguće je prema njemu razumjeti samo uključivanjem humanističke orijentacije, što je izostalo u prethodnim povijesnim razdobljima. Knjiga Nenada Vertovškega donosi sveobuhvatnu analizu masovnih medija iz perspektive jednog od vodećih intelektualaca današnjice, Noama Chomskog, koji izravno i kritički progovara o zbivanjima „iza ekrana“ i interesnim skupinama koje utječu na proizvodni proces medija te na stvaranje medijske manipulacije. Iako su u središtu kritika Chomskog uvijek moć medija i odnos Zapada prema korištenju komunikacijskih kanala u svrhu postizanja ili održavanja statusa imperijalizma, Vertovšek u ovome djelu sintetizira ključne poruke Chomskog u kontekstu suvremenih komunikacijskih (digitalno doba, rastući individualizam, promjene u strukturi javnosti i publike te nove manipulativne tehnike) i političkih zbivanja (brojna krizna žarišta diljem svijeta, upotreba medija u svrhu političkog marketinga). Knjiga je pisana jasnim i jednostavnim jezikom. U njoj se ponavljaju pojedine teze i sintagme, kao što su: *društvene elite, proizvodnja pristanka, neophodne iluzije i medijske manipulacije*, čime se doprinosi izgradnji kritičke svijesti kod publike i potiče na preuzimanje odgovornosti za konzumirani sadržaj. Knjiga je namijenjena studentima informacijskih i komunikacijskih znanosti, teoretičarima medija, ali i svima koji žele osnažiti medijske kompetencije i biti medijski pismeniji.

Tanja Grmuša

Tijana Vukić

OD NOVINARA DO NOVINARSTVA – STUDIJA NOVINARSKIH VJEŠTINA

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli i Golden marketing – Tehnička knjiga, Pula – Zagreb, 2017., 344 str.

ISBN 978-953-7320-56-0 (Sveučilište Jurja Dobrile u Puli)

ISBN 978-953-212-427-9 (Golden marketing – Tehnička knjiga)

Knjiga *Od novinara do novinarstva* donosi prvo cjelovito znanstveno istraživanje novinarskih vještina u visokoškolskim programima za obrazovanje novinara u Hrvatskoj. Autorica Tijana Vukić istraživanje je provela u sklopu svoje doktorske disertacije, a krenula je s idejom da je upravo visokoškolsko obrazovanje novinara ključ u rješavanju krize novinarstva u Hrvatskoj. Jedan od ključnih doprinosa knjige jest zahtjev za promjenom perspektive u istraživanju novinarskih vještina, odnosno da se pažnja s novinarstva preusmjeri na samog novinara. Sukladno tome, autorica predlaže alternativni model novinarskog obrazovanja pod imenom „model novinarske ličnosti“, čiju implementaciju ispituje teorijski i na razini silabusa. Uporište je modela u konceptu holističkog poimanja razvoja i obrazovanja novinara kao cjelovitog ljudskog bića, a Vukić ga opisuje kao mogući put prema kvalitetnijem novinarstvu i razvoju vrsnog novinarskog kadra u zemlji.

Autorica svoju studiju dijeli u tri cjeline. U prvoj razlaže problem istraživanja novinarskih vještina u okviru novinarskog obrazovanja u Hrvatskoj kroz dvije aktualne krize – krizu novinarstva i krizu obrazovanja. U pregledu relevantne literature autorica izdvaja uzroke krize novinarstva u Hrvatskoj, koja je, između ostalog, posljedica nezadovoljavajućeg obrazovanja novinara. Uzroke krize obrazovanja u zemlji, koja za posljedicu ima krizu svijesti i identiteta mladih ljudi, Vukić nalazi u zaostajanju monističke osnove pedagojske

znanosti za pluralnim pristupom, u dugotrajnom uvođenju bolonjskih načela u visokoškolsko obrazovanje, inertnosti obrazovnog sustava, ali i u utjecaju politike na njega.

U drugoj cjelini Vukić daje kritički pregled postojećih definicija novinarstva, za koje kaže da su preuske jer su, kao prvo, usredotočene na novinarski proizvod umjesto na onoga koji taj proizvod stvara te, kao drugo, obuhvaćaju samo dio novinarskih poslova, iako novinarske aktivnosti daleko premašuju puko prikupljanje, pisanje, uređivanje i distribuciju informacija. Vukić ističe kako je prvi zahtjev profesionalizacije novinarstva u zemlji visoka razina novinarskog obrazovanja, koja treba postati uvjet zaposlenju u struci, te zakonsko priznavanje novinarstva kao profesije.

Treća je cjelina knjige najopsežnija. U njoj autorica donosi definiciju i načela holističkog obrazovanja, koje je podloga za njezinu studiju. Za razliku od mehanicističkog, u središtu holističkog obrazovanja jest student kao cjelovito ljudsko biće. Na studente, smatra autorica, ne treba gledati kao na buduće radnike, već kao na ljude, te im treba omogućiti individualni razvoj kreativnosti i sposobnosti. Holizam na nastavničko zanimanje gleda kao na poziv, a nastavnici naročito pomažu studentima u razvoju njihova pristupa znanju i učenju. Prije definiranja temeljnih pojmova novinarskog obrazovanja iz holističke perspektive autorica donosi pregled sustava obrazovanja novinara te istraživanja novinarskih kompetencija u Hrvatskoj i pojedinim dijelovima svijeta, uglavnom u Europi.

Vukić u knjizi detaljno razlaže svoj prijedlog za reformu obrazovanja novinara u Hrvatskoj. Model novinarske ličnosti osposobljava novinara da živi novinarstvo, da samostalno i odgovorno cijeli život uči o svojoj profesiji, da je intuitivan, znatiželjan i kreativan. Model počiva na ideji da se učenje o novinarstvu treba preusmjeriti na novinara kao pojedinca koji se treba razviti kao cjelovita novinarska ličnost: na osobnoj, međuljudskoj, društvenoj i stručnoj razini. Svoj osebujni model Vukić je operacionalizirala izradom primjera silbusa za fiktivni kolegij *Kreiranje vijesti*. Iako uz silabus nisu ponuđene konkretne smjernice za implementaciju modela u samoj nastavi, neke od njih implicitno su naznačene.

Konačno, Vukić provodi strukturno-komparativnu analizu sadržaja svih aktualnih nastavnih planova, programa i silbusa obveznih kolegija visokoškolskih studijskih programa koji obrazuju novinare u Hrvatskoj. Zadatak je bio provjeriti postojanje holističkih aspekata, principa i vrsti učenja u sadržaju spomenutih pedagoških dokumenata. Analizom te građe nije moguće dobiti sveobuhvatni uvid u to koliko su holistički elementi praktično uključeni u svakodnevno učenje i komunikaciju između nastavnika i studenata, kao niti jesu li prisutni u nastavi unatoč tome što nisu istaknuti u silabusima. No, istraživanje pokazuje da aktualni sustav obrazovanja novinara gotovo uopće ne prati koncepte medijskog, dok tek djelomično prati koncepte obrazovnog pluralizma. Dodavanjem raznoraznih kvalifikacija i proširivanjem kompetencija potrebnih za izvođenje aktivnosti koje izlaze iz domene novinarskog zanimanja, relativizira se novinarsko zanimanje u Hrvatskoj. Nastavni programi za obrazovanje novinara u Hrvatskoj vide inteligenciju kao najvažniju novinarsku sposobnost, a novinarsko znanje kao najvažniju novinarsku kompetenciju. Fokus je na razvijanju logičko-matematičkih mentalnih sposobnosti, koje su šest puta zastupljenije nego poticanje samosvijesti kod studenata. Ne postoji zaseban kolegij koji potiče razvoj sposobnosti kritičkog mišljenja, a zastupljenost elemenata koji razvijaju kreativnost je zanemariva. Društveni aspekt razvoja studenta nedovoljno je naglašen, s obzirom na važnu funkciju novinarstva kao društvene djelatnosti. Vukić ističe da rješavanje krize novinarstva

neće biti moguće sve dok odgovornost prema temi, pojedincima i društvu te samostalnost u novinarskome radu ne budu više uključeni u obrazovanje novinara.

Ova knjiga doprinos je boljem poznavanju i razumijevanju visokoškolskog obrazovanja novinara u zemlji. Kako bi premostila jaz između novinarstva o kojem se uči i novinarstva koje se trenutno u redakcijama živi, Vukić predlaže originalno rješenje za obrazovanje i odgoj budućih novinara kao cjelovitih ljudskih bića.

Uspješnoj implementaciji njezina modela obrazovanja novinara u Hrvatskoj trebalo bi, međutim, prethoditi ispitivanje kvalitete visokoškolskog obrazovanja novinara iz perspektive nastavnika i samih studenata, odnosno njihovih očekivanja i potreba. Osim toga, knjiga ne donosi program provođenja ovakvog modela, iako bez sumnje utire put drukčijem obrazovanju novinara i razumijevanju novinarske profesije.

Petra Kovačević