

Ljiljana Lj. Bulatović i Goran Bulatović

Fakultet za medije i komunikacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, Srbija
ljiljana.bulatovic@fmk.edu.rs
goran.bulatovic@fmk.edu.rs

Mapiranje izazova novinarske profesije u suvremenom medijskom ekosistemu

Sažetak

Pod utjecajem suvremenih tehnologija i posebno društvenih mreža, profesionalno novinarstvo našlo se u raskoraku između normi, standarda i izvornih zahtjeva profesije s jedne strane, zahtjeva poslodavaca, vlasnika medijskih kompanija i industrije s druge strane i s treće očekivanja atomiziranih javnosti rukovođenih različitim patikularnim interesima, sklonostima i predrasudama. U radu ukazujemo na izazove profesionalnog novinarstva koji su uticali na gubljenje povjerenja između informativnih medija, novinara i publike, što je utjecalo na promjenu profesionalnog identiteta novinara i umesto nezavisnih, kritičkih i objektivnih istraživača i snabdjevača informacijama odgovornog demokratskog i kritičkog javnog mnjenja, oni su svedeni na „zaposlene u medijskim kompanijama“. Jedna od posljedica novinarskog odustajanja od normi profesionalnog identiteta i fokusiranosti na javni interes je poplava lažnih vesti koje medijski ekosistem čine još kaotičnijim, a površnu i medijski neobrazovanu publiku sklonu jednostavnim rješenjima i predrasudama, lakom za manipulaciju. U tako oblikovnom medijskom ekosistemu, u kojem novinari nemaju obavezu da provjeravaju informacije prije objavljivanja nego se to

radije prebacuje na korisnike, manipulacija nema za cilj samo ekonomsku dobit medijskih kompanija nego i ideološku i političku indoktrinaciju, širenje govora mržnje, straha i nepoverenja i konačno stvaranje uvjeta za nedemokratske oblike vladavine. U radu tvrdimo da dokumenti u kojima se utvrđuju mjere za ojačavanje povjerenja između novinara i publike neće imati efekta ukoliko sami novinari ne reafirmiraju svoj profesionalni identitet i ne steknu podršku publike da zaštite svoje profesionalne standarde od uticaja tržišta i profita.

Ključne riječi: novinari, lažne vijesti, medijski ekosistem, profesionalni standardi.

Uvod

Tehnološke inovacije imaju dugu povijest izazivanja mješavine utopijske euforije i distopijskih strahova. Još je Sokrat bio duboko uznemiren štetnim posljedicama pisanja (Platon, oko. 370 B.C.E./1997, str. 551–552).²³ Poremećaji u javnoj sferi nastali pod utjecajem suvremenih informacionih tehnologija euforiju su u velikoj mjeri zamijenili strahom. Proizvođači lažnih vesti, osnaženi mogućnostima koje pruža suvremena tehnologija javni interes su podredili vlastitim interesima, usmjereni su na eksploataciju ranjivosti auditorija, produbljuju podjele u društvu, podrivaju demokratske procese. Profesionalno novinarstvo našlo se u raskoraku između normi, zahtijeva profesije i očekivanja javnosti s jedne strane, te normi i zahtijeva medijske industrije i poslodavaca s druge. Odavno uspostavljeni profesionalni standardi i etičke norme, posvećenost javnom interesu i činjenicama, logika digitalnog kapitalizma i ekonomija pažnje obesmišljavaju do mjere da se sve češće postavlja pitanje funkcije suvremenog profesionalnog novinarstva. Šta se dešava s novinarstvom u vrijeme suvremenih tehnoloških inovacija, dostupnosti ogromnog broja izvora i umreženih pristrasnih strana koje se bave dezinformiranjem ili im samo odgovara širenje lažnih vesti ili zamagljivanje istine? „Glavni egzistencijalni oblik kazivanja istine je samoća filozofa, usamljenost znanstvenika i umjetnika, nepristrasnost historičara i suca i nezavisnost pronalazača činjenice, svjedoka i izvještača”. (Arendt, 1994: 61) Usamljenost i prepuštenost samom sebi profesionalnog novinarstva nikada nije bila vidljivija. Nezavisnosti nikada nije bilo manje, pa umjesto profesionalnog novinarstva suvereno vladaju tehnološke inovacije i algoritmi, a sve domene političkog, kulturnog i društvenog života podređene su interesima profita, tabloidizaciji, populizmu, relativizaciji činjenica, glorifikaciji i nametanju mišljenja; osnažuju se svi stereotipi, podilazi se predrasudama i revitaliziraju se stari te grade novi mitovi, svjesno se informacijama cilja na afektivni dio ličnosti korisnika medija, a racionalni se zapostavlja. Lažna vest je postala dio svakodnevice.

23 Prema Lewandowsky, Smille, Garcia, Hertvig. 2020. *Technology and democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*. Dostupno na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/49b629ee-1805-11eb-b57e-01aa75ed71a1/language-en> Pristup: 20. april 2022.

Što se točno događa sa novinarskom profesijom? Što je tehnologija donijela, a što oduzela novinarskoj profesiji? Što će raditi novinari ako će građanima prepustiti traganje i samostalno istraživanje izvora i vjerodostojnosti činjenica, kako bi rasvijetlili je li vijest lažna ili je samo nehotice pogrešna, loše upakirana ili je možda namjerna neslana šala, ciljana obmana i podmetačina? Što je to što je ključno uporište novinarskog posla? - pitanja su koja postavlja javnost, postavljaju ih i studenti novinarstva svojim nastavnicima i evidentno, tiču se identiteta same profesije. Odgovori na ta pitanja, zasnovani na tradicionalnim osnovama - odnjegujte i sačuvajte profesionalca u sebi, uz dodatak, zašto ne reći - starovremene plejade novinarskih postulata kojima se dana, praktično rugaju ne samo tabloidni mediji nego i razni "profesionalci" povezani s medijima više kao prodavači roba i usluga, uvjeravači i menadžeri javnog mnijenja, nekako ostaju izvan fokusa svih kojih se neposredno tiču: novinara i auditorija, a i samih poslodavaca u medijskom sistemu.

Pritisak brzih ekonomskih i tehnoloških promjena, snažan populizam, protesti zbog društvene nepravde i nejednakosti, pad povjerenja u institucije, rast teorija zavjere obilježja su suvremenog društvenog stanja, a u isto vreme i pokazatelji novog seta okolnosti za novinare, navodi Reuters institut o trendovima za 2021. godinu²⁴. U istom izvještaju se naglašava i da zabrinutost zbog dezinformacija i lažnih vijesti postaje izgovor za nova ograničavanja slobode govora s jedne strane, a s druge postaje razlog za usmjeravanje publike na edukaciju iz oblasti koje su do skoro bile rezervirane isključivo za novinare. U trendovima za 2022. godinu Institut predviđa povratak profesionalnog novinarstva i njegovu konsolidaciju: "2022. će biti godina pažljive konsolidacije za industriju vesti koja je poremećena i naelektrizirana dugotrajnom krizom oko virusa COVID-19. I novinari i publika su 'sagorjeli' od nemilosrdnog intenziteta novinske agende, sve više polarizirane debate o politici, identitetu i kulturi. Ovo bi mogla biti godina kada će novinarstvo uzeti dah, fokusirati se na osnove i vratiti se jače. Ključni izazov za medije ove godine je da im se ponovo obrate oni koji su se okrenuli od vijesti – kao i da izgrade dublje odnose s redovnijim potrošačima vesti. Smjena generacija će također biti ključna tema, što će dovesti do više unutrašnjeg preispitivanja u redakcijama o raznolikosti i inkluziji, o novim agendama kao što su klimatske promjene i mentalno zdravlje, i o tome kako bi se novinari trebali ponašati u društvenim medijima."²⁵

Ekspanzija lažnih vijesti i posljedično razvoj brojnih alata za njihovo prepoznavanje, doveli su do svojevrsnog profesionalnog razduživanja novinara od provjeravanja činjenica s jedne strane, i s druge - do svojevrsnog obavezivanja publike da obavlja taj dio posla. Situacija kada kompanije koje posluju globalno poput Facebooka ili Googlea, postaju toliko moćne i utjecajne da mogu same sebe regulirati bez ikakve vanjske kontrole upućuje na pitanje rade li to zaista u korist građana? Dešava li se to pred javnošću u opisanim okolnostima potpuno nov proces kojim se profesionalna odgovornost s medija i novinara prebacuje na publiku? Kakve to posljedice može imati na demokratske procese i budućnost novinarstva? Radi li se tu o procesu snaženja, širenja i utjecaja medijske pismenosti i

24 Detaljnije na: Journalism, media, and technology trends and predictions 2021, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2021> Pristup: 5. maj 2021.

25 Journalism, media, and technology trends and predictions 2022, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2022> Pristup: 20. april 2022.

odgovornosti publike, ili je na djelu odricanje od strogih profesionalnih odgovornosti kao nov način stjecanja profita i utjecaja?

Lažne vijesti i informacijska preopterećenost

Vijest je lažna „kada se namjerno napiše da bi se širile dezinformacije i neistine” (Čejko, 2019:98).

Namjerno plasirane dezinformacije ili teorije zavjere koje se šire preko tradicionalnih ili online medija nisu od jučer i nisu nepoznate u medijima. Pojavom virusa Covid 19 s jedne strane, i rastućeg utjecaja novih medija i društvenih mreža sa druge, zabrinutost zbog lažnih vijesti se povećala. Javnost je suočena s vrlo široko rasprostranjenim dezinformacijama koje gladno guta i oduševljeno dijeli, i koje su svojevrsni, novi i snažni izvor utjecaja i polarizacije te iste javnosti. Pri tom javnost dijeli i odgovornost za polarizaciju koju produbljuju lažne vesti dijeleći ih nekritički i bez provjere – čime osnažuje industriju koja takve vijesti forsira. “Medijske manipulacije ne umnožavaju samo manipulatori sami po sebi, oni koji iniciraju i kreiraju (s konkretnim ciljevima) neke (djelomično) lažne medijske tekstove, nego i obična publika koja ove medijske poruke nekritički doživljava kao istinite. Ovo je prirodna posljedica postojeće mogućnosti masovnih medija („žuta štampa“, žuti“ TV programi, internet sajtovi), kad se jednom kreirane lažne informacije repliciraju bez ikakvih kritičkih komentara i analiza. Širenje lažnih medijskih informacija liči na virusnu epidemiju, kad u brojnim slučajevima filteri i prakse verifikacije informacija izostaju” (Levitskaya, Fedorov, 2021:323).

O tome kakvog su karaktera vijesti i o primjeni samog pojma lažne vesti uvelike odlučuju namjere, potrebe i kontekst (Kulić, 2019:184) što dodatno usložnjava analizu tog fenomena. Prema jednom istraživanju, lažne vijesti se dijele sedamdeset posto više od bilo kojih drugih, što zbog svog karaktera što zbog samog načina kako su upakirane (Vosoughi, Roy, Aral 2018:1149).

Različit je spektar medijskih formata u koji su upakirane lažne vesti, pa su i podjele brojne. Raspon je širok i kreće se od parodičnih i satiričnih mimova (koji možda i nemaju namjeru izazivanja štete, ali imaju potencijal prijevere), preko dijeljenja sadržaja s potpuno lažnom kontekstualizacijom, tabloidnih naslova i montaža koje nemaju dodira s tekstom koji prate, sadržaja usmjerenih na prijeveru najčešće lažiranim izvorom, netočnom i nepotpunom upotrebom informacija, manipuliranih sadržaja na najrazličitije načine poput teorija zavjere i na kraju potpuno lažnih sadržaja (Wardle, 2017). Grupa autora (Tandoc, Wei Lim i Ling, 2018:141) nakon deceniju i pol duge analize više od trideset znanstvenih tekstova zaključuje da se lažne vesti koriste u medijima kroz: satiru, parodiju, isfabricirane vesti, manipulaciju fotografijom, kroz reklamno-propagandni i promo sadržaj. Nenamjerne greške, teorije zavere, glasine, satira, lažne izjave i pristrasni izveštaji, načini su na koje su mediji forsirali lažne vesti u toliko analiziranim izborima u SAD 2016. godine (Allcott, Gentzkow, 2017:214). Da će lažne vesti biti sve ozbiljniji faktor u političkim igrama širom sveta, sugeriraju sve predikcije Reutersovog instituta za novinarstvo iz godine u godinu. Najnoviji

primjer široko upotrijebljenih lažnih vesti u propagandne svrhe je rat u Ukrajini. Svega nekoliko meseci prije agresije na Ukrajinu plasirana je prva lažna vest o napadu, na jednom blogu koji je tvrdio da je vijest da će Rusija napasti Ukrajinu zapravo lažna vest²⁶. Od tada je javnost svakodnevno iz minute u minutu izložena lažnim snimcima, lažnim vestima, montiranim fotografijama, izmišljenim podacima, duhovitim i manje duhovitim mimovima itd., koje konzumira i deli, a društvene mreže i mediji prvo ih gromoglasno objavljuju, pa naknadno razotkrivaju kao lažne.²⁷

Paradoksalno je, iako i dalje zapravo ne postoji jasna definicija pojma lažne vijesti, da ne postoji univerzalno načelo koje bi vodilo ka cjelovitom razumevanju tog pojma, te u skladu sa tim, ne postoji niti jedinstvena strategija koja bi mogla pomoći da se tome stane na put. Ne postoji ni formalno pravna, niti znanstvena suglasnost oko toga kako se boriti protiv lažnih vesti (ako ih već ne možemo prevenirati i spriječiti), odnosno dezinformacija - kako to definiraju europska tijela koja se bave ovom temom²⁸. Prema jednoj od definicija koju daje Europska komisija, dezinformacija je «dokazano lažna ili obmanjujuća informacija koja je smišljena, objavljena, distribuirana sa ciljem sticanja određene ekonomske koristi ili namerne prevare javnosti, te koja škodi javnom interesu»²⁹. Ova definicija isključuje satiru, parodiju ili eventualnu nenamernu grešku kao dio korpusa lažnih vesti.

*Zajednička deklaracija o slobodi izražavanja i „lažnim vijestima“, dezinformacijama i propagandi*³⁰ koju su donijeli specijalni izvestitelj Ujedinjenih nacija (UN) za slobodu mišljenja i izražavanja, predstavnik Organizacije za europsku sigurnosti saradnju (OEBS) za slobodu medija, Specijalni izvestitelj Organizacije američkih država (OAS) za slobodu izražavanja i specijalni izvestitelj Afričke komisije za ljudska i narodna prava (ACHPR) za slobodu izražavanja i pristup informacijama, globalna je namjera da se s najvišeg mjesta krene u borbu protiv lažnih vesti, tako što se u Standardima o dezinformacijama i propagandi sugerira «državnim akterima da se suzdrže od

26 Blog je dostupan na: <https://stephenlendman.org/2021/11/22/fake-news-claims-about-russia-preparing-to-invade-ukraine/> Pristup: 20. april 2022.

27 Primeri: <https://edition.cnn.com/videos/media/2022/03/13/ukraine-fact-check-dale-rs-vpx.cnn> , <https://unshackledminds.com/fake-news-crisis-actors-russia-ukraine/> , <https://www.bbc.com/news/60589965>, <https://www.svobodneslovo.com/?q=content/ukrajina-10-fake-news-tohoto-t-dne> Pristup: 20. april 2022.

28 Directorate-General for Communication. (2018, March 12). Flash Eurobarometer 464: Fake news and disinformation online. European Union. <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82798> Pristup: 15. april 2022.

Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation. European Commission. <https://doi.org/10.2759/739290> Pristup: 15. april 2022.

European Commission. (2020, February 19). Communication: Shaping Europe's digital future. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf 15. april 2022.

European Commission Digital Single Market (ECDSM). 2018. "Code of Practice on Disinformation." Digital Single Market. 26 September 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation> Pristup: 15. april 2022.

European Commission, European External Action Service (EC EEAS). 2019. "Action Plan Against Disinformation: Report on Progress." June 2019. https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf Pristup: 15. april 2022.

29 European Commission, European External Action Service (EC EEAS). 2019. "Action Plan Against Disinformation: Report on Progress." June 2019. https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf Pristup: 15. april 2022.

30 UN, OSCE, OAS, ACHPR, FOM.GAL/3/17, na: <https://www.osce.org/files/f/documents/6/8/302796.pdf> Pristup: 15. april 2022.

promocije, sponzorstava i prenošenja izjava koje imaju u sebi naznake dezinformacija ili propagande, pošto zabrane širenja informacija zasnovanih na nejasnim i dvosmislenim idejama, uključujući 'lažne vesti' ili 'neobjektivne informacije', nisu u skladu sa međunarodnim standardima slobode izražavanja»³¹. U sklopu preporuka, u deklaraciji je akcentirana i «uznemirenost slučajevima u kojima državni organi omalovažavaju, zastrašuju i prijete medijima, uključujući i stavove da su mediji 'opozicioni' ili da 'lažu' i da imaju skrivenu političku agendu što povećava rizik od pretnji i nasilja nad novinarima, podriiva povjerenje javnosti u novinarstvo kao javnog čuvara, i može dovesti u zabludu javnost brisanjem granica između dezinformacija i medijskih proizvoda koji sadrže činjenice koje se mogu nezavisno provjeriti»³².

U akademskoj literaturi su najčešće prihvaćena tri prevladavajuća elementa koja karakteriziraju lažne vesti. Prije svega se smatra da je lažna svaka vijest koja nije zasnovana na provjerenim činjenicama, a zatim i svaka vijest u kojoj su činjenice djelomično ili u potpunosti izostavljene (Egelhofer, Aaldering, Eberl, Galyga, Lecheler, 2020). Ukoliko je vijest kreirana s jasnom namjerom obmane javnosti u cilju ostvarivanja određenog interesa (političkog, ekonomskog i sl.) ona je također lažna (Freelon, Wells, 2020), kao i kada je lažna vijest sačinjena tako da prividno poštuje standardni format (kao što je pravilo 5W), a u očiglednoj namjeri da javnost dovede u zabludu da iza nje stoji neki novinarski autoritet (Egelhofer, Aaldering, Eberl, Galyga, Lecheler, 2020).

U analizi britanskih i američkih medija kroz diskurse u kojima se lažne vesti koriste Farkas i Schou (Farkas, Schou, 2018) tvrde da su lažne vijesti plutajući označitelji koji osiguravaju najbrži način mobiliziranja pažnje, ostvarivanja prihoda ili diskreditiranja političkog protivnika.

Na tragu ove tvrdnje je i izvještaj Savjeta Europe o medijskom okruženju na Balkanu, u kojem se ističe da se ova regija masivno suočava s „lažnim vijestima, govorom mržnje i zamkama za *klikove* čija je posljedica veliki pad povjerenja stanovništva u medije“³³. Pri tom se dodaje da su: «... mediji iz Srbije jedan od najvećih izvoznika lažnih vesti u susjedne države, što pokazuju podaci specijaliziranih portala koji prate ovaj negativni fenomen u državama Zapadnog Balkana. Istovremeno, Srbija je, prema jednom istraživanju o uticaju lažnih vesti, treća zemlja u Evropi - odmah iza Rumunjske i Češke. Iako se ovi podaci Monitora evropskih komunikacija (European Communication Monitor) odnose na 2018. godinu, urednik portala Fakenews tragač, Stefan Janjić ističe da se situacija nije promijenila»³⁴.

Zemlje Zapadnog Balkana imaju mali potencijal da se odupru negativnim efektima lažnih vijesti i dezinformacija, što je uglavnom posljedica stanja u slobodi medija i obrazovanja, navodi se u izvještaju Instituta za otvoreno društvo u Sofiji. Na posljednjem mjestu Indeksa medijske pismenosti u regiji, koji je objavio taj Institut nalazi se Sjeverna Makedonija, zatim slijede Bosna i Hercegovina, Albanija i Crna Gora. Srbija je na 29. mjestu od 35 evropskih zemalja obuhvaćenih istraživanjem

31 Ibid. 8

32 Ibid. 8

33 Prema talmil.org, 2021

34 Prema slobodnaevropa.org, 2021

(Lessenski, 2021). Centar za demokratsku tranziciju iz Podgorice³⁵ potvrđuje prisustvo lažnih vijesti: “Na osnovu analize blizu 500 članaka iz 200 regionalnih medija i zaključuje da su skoro svi regionalni internet mediji objavili bar po jednu lažnu vest u posljednjih šest mjeseci”.³⁶ U regiji se izdvajaju četiri organizacije za provjeravanje činjenica, u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Sjevernoj Makedoniji i Srbiji: Raskrinkavanje.ba, Raskrinkavanje.me, Metamorphosis Foundation, Istinomer. Ove četiri organizacije su pojačale svoja istraživanja i suradnju u okviru priliva lažnih vesti tokom pandemije koronavirusa. Dio su Facebook programa za provjeru činjenica i borbu protiv dezinformacija koji broji 70 akreditiranih organizacija za provjeravanje činjenica iz cijelog svijeta. Facebook članke koji se označavaju kao lažni prebacuje na dno liste aktualnosti. Procjena je da će se ovom tehnikom budući pregledi lažnih vesti u prosjeku smanjiti za preko 80%.³⁷

Uprkos ovakvoj slici, u Srbiji (i u regiji) kasni se sa bilo kakvom zakonskom regulativom koja se izričito odnosi na lažne vesti. U Srbiji su na snazi tradicionalni i zastarjeli zakonski propisi koji se nigdje ne bave lažnim vijestima, odnosno koji preporučuju i obavezuju medije da izveštavaju istinito i u interesu javnosti.³⁸ Isto je i sa samoregulatornim dokumentima, pa se lažnim vestima izričito ne bavi niti Kodeks novinara Srbije, koji se zadržava na navodu da je obaveza svakog novinara: «Tačno, objektivno, potpuno i blagovremeno izveštavanje o događajima od interesa za javnost, uz poštovanje prava javnosti da sazna istinu i uz primenu osnovnih standarda novinarske profesije».³⁹

Za to vreme akademska javnost nastoji odgovoriti na izazov lažnih vijesti i dezinformacija diskutirajući široki dijapazon pitanja: pojave i utjecaja lažnih vijesti (Kulić, 2019), lažnih vesti i izazova u praksi (Surčulija Milojević, Kulić, 2020), lažnih vesti i polariziranog okruženja (Kulić, 2021), politike, demokracije i lažnih vesti (Orlović, 2021), povjerenja građana u medije i lažne vesti (Petrović, Bešić, 2021), utjecaja novih IT i lažni vesti (Simić, 2021), medija o lažnim vijestima (Markov, 2021).

Posebno privlači pažnju i nedavno objavljena studija *Kada kažeš „lažna vest” na šta tačno misliš?*, koja na uzorku od 300 tekstova objavljenih u medijima u Srbiji u periodu 2016 -2021. prvi put sistematski opisuje karakteristike medijskog diskursa o lažnim vestima u Srbiji. Identificirajući tri teme ključne za razumijevanje medijskog diskursa o lažnim vijestima u Srbiji: problematizacije, politizacije i normalizacije diskursa o lažnim vijestima, autor navodi: “U analiziranim tekstovima lažne vesti su najčešće tretirane eksplicitno ili implicitno kao društveni problem koji predstavlja opasnost za publiku. O problemu lažnih vesti se govori u izvještajima o konkretnim opovrgnutim lažnim vijestima ili u analitičkim tekstovima o fenomenu lažnih vesti. Bez obzira na pristup, u tekstovima u kojima se problematizira fenomen lažnih vesti prisutni su je jedan ili više elemenata

35 CDT.org (Center for Democracy & Technology (CDT)) : <https://www.cdtmn.org/2018/07/27/bez-provjere-gutamo-lazne-vijesti/> Pristup 5. maj 2021.

36 Ibid. 9

37 Više na: <https://pcpress.rs/facebook-pokrenuo-nezavisni-program-za-proveru-informacija-u-srbiji/> Pristup 5. maj 2021.

38 Zakon o javnom informisanju i medijima 2016, član 2, https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html Pristup 5. maj 2021.

39 Kodeks novinara Srbije, 2015, <https://savetzastampu.rs/dokumenta/kodeks-novinara-srbije/> Pristup 5. maj 2021.

kao što su definisanje problema, traženje uzroka, razmatranje posledica i/ili predlaganje mera u borbi protiv lažnih vesti.” (Markov, 2021:32) Autor u zaključku sugerira: “Najpesimističniji zaključak ove analize je da, i pored povremenih diskusija o mogućim rešenjima, svaka opisana strategija sugerise publici da su lažne vesti neizbežne. Tabloidi inzistiraju na tome da su lažne vesti svuda oko nas i da je svatko njihov potencijalni proizvođač ili prenositelj. Kritički mediji nagovještavaju da su politička moć i pritisak toliko snažni da profesionalne metode verifikacije nemaju značajan efekt. Rts.rs (javni servis) navodi da finansijski poticaji digitalnog okruženja obesmišljavaju profesionalne metode verifikacije.” (Markov, 2021:47)

Nezaustavljivo širenje dezinformacija prvo na mreži a potom i u tradicionalnim medijima, između ostalog i sa stanovišta psihologije, predstavlja koliko praktičan izazov, toliko i znanstvenu zagonetku (Penycok, Rand, 2021:388). Psiholozi tragaju za odgovorom na pitanje - Što je to što korisnika onemogućava da napravi razliku između točnog i netočnog sadržaja u medijima? Dio odgovora, pa i razloga svakako leži u hiperprodukciji medijskog sadržaja prepunog mišljenja i analiza, većinski negativno obojenog - što za posledicu ima stanje informacijske prezasićenosti (informacijski *overload*) koja otupljuje korisnička čula. Moderne informacione tehnologije su primarni pokretači preopterećenja informacijama na sva tri nivoa: u proizvedenoj količini informacija, lakoći njihovog širenja i širini dosegnute publike.

Informacijska preopterećenost kao fraza pripisuje se američkom sociologu Bertramu Grossu, koji je njome označio stanja kada informacije koje ulaze u bilo koji sistem prevazilaze mogućnosti obrade informacija tog sistema⁴⁰ (Gross, 1964). U suvremeni diskurs temu informacijske preopterećenosti uvodi Toffler sedamdesetih godina prošlog stoljeća (Toffler, 1970). Pokret za medijsku pismenost nanovo je aktualizira krajem dvadesetog i početkom dvadeset prvog stoljeća., da bi društvene mreže i lažne vesti ovoj temi danas dodale na značenju i ponovo je kontekstualizirale, a pokret za medijsku pismenost označio kao jednu od najvažnijih tema današnjice. U osnovi, definicija i uočeni efekti preopterećenja informacijama nisu se značajno promijenili tokom vremena, ali su se dolaskom novih tehnologija umnožili njihovi potencijalni uzroci. Istraživanja iz oblasti psihologije tako između ostalog pokazuju i to da su na poluinformacije i dezinformacije neke korisničke kategorije posebno osjetljive, poput ljudi u kasnim godinama i ljudi sa određenim kognitivnim atributima (Kozyreva, Lewandowsky, Hertwig, 2020:50).

Istraživački centar Pew⁴¹ objavio je studiju pod nazivom „Budućnost blagostanja u svijetu zasićenom tehnologijom“, u kojoj se diskutira tzv. digitalno nepovjerenje kao posljedica informacijske preopterećenosti i kao uzrok poremećaja ponašanja u digitalnom prostoru. Digitalno nepovjerenje je posljedica nepovjerenja u sebe i svoje kvalitete pod pritiskom različitih ponašanja u digitalnom svijetu, ono dijeli korisnike, stvara negativne emocije kod korisnika, udaljava društvene grupe, potiče

40 “In 1964 American social scientist Bertram Myron Gross coined the expression “information overload” in his two-volume work, *The Managing of Organizations: the Administrative Struggle*.” Preuzeto sa: <https://www.historyofinformation.com/detail.php?entryid=2864> Pristup: 20.jul 2022.

41 Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/04/17/the-future-of-well-being-in-a-tech-saturated-world/> Pristup 21.april 2022.

negativne emocije, potiče i *cyber* nasilje. Posebno je uočeno da digitalno nepovjerenje reducira svaku osobnu inicijativu i na taj način gura korisnika da se pod pritiskom informacijske preopterećenosti prepusti negativnim emocijama (Fan, Huang, Qalati, Shah, Ostic, Pu, 2021).

Identificirajući dvije sistematske razlike između *online* i *offline* okruženja (prva se odnosi na strukturu i funkcionalnost, a druga na razlike u percepciji i ponašanju), psiholozi su zaključili da su dva osnovna korisnička atributa koja pogoduju širenju lažnih vijesti: ekonomija pažnje i izražena osobna predispozicija za orijentaciju ka negativnom (Kozyreva, Lewandowsky, Hertwig, 2020:20). Oba stvaraju savršene uvjete za širenje dezinformacija, pa su se naspram ljudi sa snažnom predispozicijom za orijentaciju ka negativnim vestima (a većina „lažnih vesti“ i ima tendenciju da izazove negativne emocije kao što su strah, bijes i ljutnja) našli algoritmi koji promoviraju atraktivan, zanimljiv i rado prihvatljiv sadržaj. (Kozyreva, Lewandowsky, Hertwig, 2020:24) “Preopterećenje informacijama spaja vanjsku realnost (višak informacija) s unutrašnjom realnošću (psihološki odgovor) na osećaj preopterećenosti informacijama (Bawden, Robinson, 2020). Iako i dalje to nije indikacija da se može govoriti o jasno određenom tipu ličnosti, postoje i određeni dokazi da individualni faktori i faktori ličnosti, kao što je npr. samoeфикаsnost, mogu igrati određenu ulogu u tome da li i kako, osoba percipira preopterećenje informacijama (Bawden, Robinson, 2020:12) U jednoj drugoj diskusiji o ovom problemu, grupa autora je osmislila psihološku intervenciju u obliku igre korištenjem pretraživača na mreži. Igrači preuzimaju ulogu proizvođača lažnih vijesti i na taj način uče savladavati šest dokumentiranih tehnika koje se obično koriste u proizvodnji dezinformacija: polarizaciju, prizivanje emocija, širenje teorija zavjere, trolanje ljudi na mreži, odbacivanje krivice i lažno predstavljanje lažnih naloga. Igra se oslanja na metaforu inokulacije, gdje preventivno razotkrivanje, upozorenje i upoznavanje ljudi sa strategijama koje se koriste u proizvodnji lažnih vesti pomaže u stvaranju kognitivnog imuniteta kada su igrači izloženi stvarnim dezinformacijama. Evaluacija igre s 15.000 učesnika pružila je početne dokaze da se sposobnost ljudi suočavanja s dezinformacijama i odupiranja poboljšava nakon igranja, bez obzira na obrazovanje, godine, političku ideologiju i kognitivni stil (Roozenbeek, van der Linden, 2019).

Novinarski profesionalizam u novom ambijentu

U posljednjih nekoliko decenija novinari su osim tradicionalnih znanja i vještina morali savladavati i nove vještine tempom koji su diktirale tehnološke promjene. Inovativnost i kreativnost onako kako ih vidi proces digitalizacije još nisu iscrpljeni i pred novinarima su novi izazovi. Ovde ne mislimo samo na tehničke kompetencije, nego na ambijent koji se generira stalnim tehnološkim inovacijama i koji je stalni izazov za novinare u profesionalnom i etičkom smislu.

Usponom društvenih medija, enormnim rastom količine dostupnih izvora, informacija i sadržaja, brzinom distribucije i ažuriranja, interaktivnošću i umrežavanjem, okretanjem k ekonomiji pažnje koja je izvor profita, medijski i javni ekosistem u digitalnoj i postdigitalnoj kulturi koja sa sobom nosi i podrazumijeva preopterećenost, prekomjerno izlaganje, pretjeranu konzumaciju, vidi u okupaciji

pažnje korisnika (koja je vrlo ograničen resurs), a koja nas prisiljava da širimo našu pažnju na mnoštvo konkurentskih izvora koje nudi web (Wu, 2017) i s fokusom na krađu pažnje (McFedries, 2014). Lažne vijesti, odjenute u najrazličitije formate sastavni su dio ovog ambijenta, u velikoj mjeri ga određuju, dio su novog medijskog i ekonomskog prosedea, a između ostalog pokazuju, kako strukturni faktori u dizajnu online okruženja mogu utjecati na to kako pojedinci obrađuju informacije i komuniciraju jedni s drugima. Stare novinarske uloge i društvene funkcije odmjeravaju se s novim uvjetima, a novinarska profesija pod sve većim pritiskom redefinira vlastiti identitet pa novinar više ne obavlja funkciju javnog servisa, provjerenim, za funkcioniranje demokratskog društva bitnim informacijama, nego se ponaša kao zaposlenik u medijskoj industriji čiji se uspeh mjeri isključivo profitom. Od novinara se očekuje da odgovore na nove tehnološke i ekonomske izazove, kao i da u novim okolnostima odgovore potrebama javnosti sa jedne strane, osobnom profesionalnom kredu s druge i poslodavcu sa treće. Iako i dalje najveći dio ispitanika obuhvaćenih istraživanjem Reuters instituta o trendovima i predikcijama, među kojima su i urednici svih profila, kaže da je upravo koncept nepristrasnosti važniji nego ikada, znakovito je to da skoro polovina njih sada tvrdi da postoje politička i društvena pitanja u kojima nema smisla biti neutralan⁴² (Newman, 2021:6) Onaj jaz o kojem diskutira Hanitzsch produbljen je i iznova kontekstualiziran: “S jedne strane, čini se da postoji jaz između uloga kojima novinari teže i uloga koje obavljaju u praksi”. ... “Shvaćene iz diskurzivne perspektive, novinarske uloge nikada nisu statične; podložne su diskurzivnom (ponovnom) stvaranju, (ponovnom) tumačenju, prisvajanju i osporavanju. (Hanitzsch, 2017). Dok osnovne vještine novinarstva ostaju iste – pronađite priču, provjerite je, provjerite je opet i opet, smjestite je u žanrovsku normu, stavite je u kontekst i prenesite je jednostavnim i zanimljivim jezikom koji će zainteresirati publiku, mijenja se način na koji novinari rade svoj posao “dijelom kao rezultat komercijalnih pritisaka poslovnog okruženja, dijelom zbog digitalizacije, odnosno kao rezultat svega onoga što bismo mogli nazvati utjecajem „mikro“ nivoa” (Spilsbury, 2014). U suvremenom svetu digitalnih medija tradicionalni poslovni modeli više ne funkcioniraju pa potraga za novim poslovnim modelima nikada ne prestaje, medijske kompanije preispituju svoje strategije, a novinari koji su u stanju razmišljati na poduzetnički način sve su traženiji. Uzbunjivanje, aktivizam, proizvodnja lažnih vesti i govor mržnje postaju dominantni način javne komunikacije, tako da tehnološki razvoj osim ovoga utiče na najosjetljiviji dio novinarske prakse, jer je „globalno, digitalno doba novi izazov i za novinarsku etiku” (Wyatt, Wendy, 2014). “Pored prilično klasičnih pitanja kao što su nepristrasnost, sukob interesa, obmana i izdaja” (Muller, 2014), pažnja javnosti je sada usmjerena na hiperprodukciju lažnih vesti, na govor mržnje, na uzbunjivače i građansko novinarstvo kao neformalne izvore za profesionalne novinare, na probleme privatnosti, plagijate, rukovanje ogromnim bazama podataka, hiperprodukciju svih vrsta informacija naročito svih vrsta digitalnih vizualnih formata (McBride, Kelly, Rosenstiel 2014; Foreman 2016; Muller 2014). Brzina postaje važnija od točnosti, a rezultat su velike greške i velike posljedice po javnu sferu. Novinari su dugo bili „autonomni proizvođači znanja u društvu“ i po tome jedan od stupova demokratskog

42 Ibid 1

donošenja odluka, ali „suvremeni novinski radnici više ne služe kao apsolutni čuvari vrata“ (Muller, 2014), što dodatno pomaže ambijentu širenja lažnih vesti i dezinformacija. Posljedice djelovanja *fake news* na javni diskurs su sve veće nepoverenje u novinarsku profesiju, polarizacija, atomizacija i individualizacija javnog prostora (praktično njegovo nestajanje), okretanje zabavi, stvaranje balona filtera i eho komora. U akademskoj zajednici postoji visok stupanj suglasnosti oko toga da je u ovom trenutku neophodno i obrazovanje, usmjeravanje i osnaživanje publike u kritičkom percipiranju i analizi medijskih sadržaja, samostalnom uočavanju moguće lažne vijesti, usvajanju kognitivnih alata neophodnih za prepoznavanje i razvrstavanje *fake news*, sticanje znanja i sposobnosti prepoznavanja skrivenih ciljeve komunikatora. a također se populariziraju sajtovi i platforme za edukaciju publike, generiraju se kampanje koje će u tome pomoći. Na drugoj strani mediji i medijski profesionalci kao da i dalje ostaju izvan tog fokusa. Sve je očigledniji deficit kritičkih kapaciteta digitalne publike kada su u pitanju lažne vesti, kao i redefiniranje identiteta novinarske profesije koja je sve više okrenuta pružanju usluga zasnovanih na tržišnim očekivanjima konzumenata i vlasnika industrije a puno manje na informativnim, obrazovnim, demokratski etičkim načelima profesije.

Zaključak:

„Najbolji protuotrov za dezinformacije je zdrav medijski ekosistem. EU bi trebala podržati nezavisno i profesionalno novinarstvo, osigurati pristojne uvjete rada za novinare, boriti se protiv medijske koncentracije i osigurati političku nezavisnost javnih medijskih servisa“, odgovor je generalnog sekretara Evropske federacije novinara Ricarda Gutierréza na predstavljanju *Kodeksa dobre prakse u suzbijanju dezinformacija* Evropske komisije, izmenjenog i dopunjenog dokumenta o samoregulatornim standardima. Potpisnici Kodeksa su se obavezali poduzeti akcije u nekoliko domena kao što su: demonetizacija širenja dezinformacija, osiguravanje transparentnosti političkog oglašavanja, osnaživanje korisnika, unaprjeđenje suradnje s kontrolorima činjenica i omogućavanje istraživačima lakšeg pristupa podacima⁴³. Šta će to donijeti profesionalnom novinarstvu sad nije lako predvidjeti. Činjenica da će *fact-checkeri* i istraživači biti osnaženi finansijski, edukacijom i sl., sigurno će donijeti određeno osnaživanje novinara u profesionalnom smislu. S druge strane, ostaje dilema oko toga da li će to i kakvog efekta imati na različite javnosti usmjerene na društvene mreže, zarobljene u svojim eho komorama. “Ako je cilj manipulacija ljudima, držanje populacije uznemirenom i uplašenom kako bi ona tražila moćnog, autoritarnog vođu – ne težite tehnologiji i proizvodima koji ljudima pružaju snažan osjećaj za smirenost i blagostanje. Držanje ljudi u stalnom stanju anksioznosti, bijesa, straha ili jednostavno proganjanja neizbježnim, mučnim osjećajem da su svi drugi bolji nego oni, može biti vrlo isplativo.”⁴⁴ Očigledno je da predložene mere EU i UN za suzbijanje lažnih vesti, u osnovi jesu usmjerene u dobrom pravcu, ali same od sebe neće povratiti

43 The 2022 Code of Practice on Disinformation <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

44 Komentar Džudit Donat, autorka knjige „Društvena mašina, dizajni za život na mreži“, MIT Press, 2014. Preuzeto sa: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/04/17/the-future-of-well-being-in-a-tech-saturated-world/>

povjerenje javnosti u medije i novinare. Osim predviđenih mjera neophodno je da sami novinari reafirmiraju vlastiti profesionalni identet, ovoga puta u odnosu na mapu izazova koju smo ovde samo djelomično predstavili, da u redakcijama i među publikom jasno razgraniče svoju, u odnosu na sve ostale profesionalne (PR i marketing) i građanske medijske djelatnosti, i da uz svjesnu i snažnu podršku javnosti pronadu efikasan način da svoje profesionalne standarde kao što su izuzetnost, preciznost, točnost, nezavisnost, kritičnost, argumentiranost, pravičnost, poštenje, zasnovanost na činjenicama, posvećenost istini i javnom dobru, zaštite od uticaja tržišta i profita.

Literatura:

- Allcott Hunt and Matthew Gentzkow. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 31 (2). 2017. pp 211–236. doi=10.1257/jep.31.2.211 Pristup: 20.april 2022.
- Arent Hana. *Istina i laž u politici*. Beograd: Filip Višnjić. 1994.
- Bawden David and Robinson Lyn. "Information Overload: An Overview". In: Oxford Encyclopedia of Political Decision Making. Oxford: Oxford University Press. 2020. Dostupno na: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/23544/> i na: http://dx.doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.ORE_POL-01360.R1 Pristup: 5.maj.2021.
- Bawden David, Robinson Lyn, , Information Overload: An Introduction, Political Communication, Oxford University Press. 2020 <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1360> Pristup: 5.maj.2021.
- Čejko Meri. 2019. Superpovezani (Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život). Beograd: Clio
- Dalibor Petrović i Miloš Bešić. "Vesti kojima se (ne)veruje: informisanje u doba epidemije COVID-19 u Srbiji". Ur. Krstić Aleksandra. Zbornik, *Građani u doba dezinformacija/ Citizens in the age of disinformation*. Udruženje za političke nauke Srbije. Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, 2021. str. 47-69 https://www.researchgate.net/publication/359993426_GRADANI_U_DOBA_DEZINFORMACIJA_CITIZENS_IN_THE_AGE_OF_DISINFORMATION Pristup: 20.jul 2022.
- Directorate-General for Communication. *Flash Eurobarometer 464: Fake news and disinformation online*. European Union. 2018. <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82798> Pristup:15. april 2022.
- Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology. *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation*. European Commission. 2018. <https://doi.org/10.2759/739290> Pristup:15. april 2022.

- Egelhofer Jana Laura, Aaldering Loes, Eberl Jakob-Moritz, Galyga Sebastian and Lecheler Sophie. "From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term 'Fake News' in Their Reporting". *Journalism Studies*, 21 (10). 2020. pp.1323–1343. Pristup: 20.april 2022.
- Egelhofer Jana Laura, Aaldering Loes, Jakob-Moritz Eberl, Sebastian Galyga and Lecheler Sophie. "From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term "Fake News" in their Reporting", *Journalism Studies*, 21:10. 2020. Pp.1323-1343, DOI: 10.1080/1461670X.2020.1745667 Pristup: 20.april 2022.
- European Commission Digital Single Market (ECDSM). "Code of Practice on Disinformation." Digital Single Market. 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation> Pristup:15. april 2022.
- European Commission, European External Action Service (EC EEAS). "Action Plan Against Disinformation: Report on Progress." 2019. https://ec.europa.eu/commission/sites/betapolitical/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf Pristup:15. april 2022.
- European Commission. *Communication: Shaping Europe's digital future*. 2020, February 19. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf Pristup:15. april 2022.
- European Commission. The 2022 Code of Practice on Disinformation. 2022. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> Pristup 21.april 2022.
- Fan Mingue, Huang Yuchen, Qalati Sikandar Ali, Shah Syed Mir Muhamed, Ostic Dragana and Pu Zhengjia. «Effects of Information Overload, Communication Overload, and Inequality on Digital Distrust: A Cyber-Violence Behavior Mechanism». *Front. Psychol.* 12:643981. 2021. doi: 10.3389/fpsyg. 2021.643981 <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.643981/full> Pristup: 20. april 2022.
- Freelon Deen and Wells Chris. "Disinformation as Political Communication", *Political Communication*, 37:2, 2020. Pp.145-156, DOI: 10.1080/10584609.2020.1723755 Pristup: 20.april 2022.
- Farkas Johan and Schou Jannick. "Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood". *The Public*, 25:3, 2018298-314, DOI: 10.1080/13183222.2018.1463047 Pristup: 20.april 2022.
- Hanitzsch Thomas. «Professional Identity and Roles of Journalists». *Journalism Studies Online Publication*. 2017. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.95, <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-95> Pristup: 5.maj 2021.
- Kodeks novinara Srbije. 2015. <https://savetzastampu.rs/dokumenta/kodeks-novinara-srbije/> Pristup 5. maj 2021.

- Kozireva Anastasia, Lewandowsky Stephan and Hertwig Ralph. "Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools". *Psychological Science in the Public Interest*. Published 2020. <https://doi.org/10.1177/1529100620946707> Pristup: 5.maj.2021.
- Kulić Milica. "Dezinformacije u polarizovanom okruženju: medijska slika Srbije". Ur. Krstić Aleksandra. Zbornik, *Građani u doba dezinformacija/Citizens in the age of disinformation*. Udruženje za političke nauke Srbije. Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, 2021. str.7-27, https://www.researchgate.net/publication/359993426_GRADANI_U_DOBA_DEZINFORMACIJA_CITIZENS_IN_THE_AGE_OF_DISINFORMATION Pristup: 20.jul 2022.
- Kulić Milica. „Definisanje lažnih vesti:stari koncept, novi pojmovi.” U Vjerodostojnost medija: Doba lažnih informacija, ur. Zarfa Hrnjić Kuduzović, Milica Kulić i Jelena Jurišić, Zbornik radova devete regionalne naučne konferencije Vjerodostojnost Medija, 5–19. Filozofski fakultet Univerziteta u Tuzli. Tuzla. 2019. Str. 8.
- La Forme Ren. "We truly live in the future". 2018. Dostupno na: <https://www.poynter.org/tech-tools/2018/this-tool-transforms-print-pages-into-social-and-mobile-ready-stories/> ; <https://www.poynter.org/tech-tools/2018/the-top-10-tools-for-journalism-in-2018-and-10-other-things-to-bookmark/> Pristup: 20. April 2021.
- Lessenski Marin. *Media Literacy Index 2021 Double Trouble: Resilience to Fake News at the Time of Covid-19 Infodemic*, Open Society Institute Sofia (OSIS), 2021. https://osis.bg/wp-content/uploads/2021/03/MediaLiteracyIndex2021_ENG.pdf Pristup: 20.april 2022.
- Levitskaya Anastasia and Fedorov Alexander. "Theoretical Model of Media Competence's Development of Teachers-to-be in the Process of the Analysis of Manipulative Media Influences". *Media Education (Mediaobrazovanie)*. 2021, 17(2): 323-332 DOI: 10.13187/me.2021.2.323 https://www.academia.edu/49263594/Media_Education_2021_17_2_email_work_card=thumbnail Pristup 20. april 2022.
- Lewandowsky Stephan, Smillie Laura, Garcia David, Hertwig Ralph, Weatheral Jim, let, Egidy Stephanie and Robertson ronald E. *Technology and democracy: understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*, European Commission, Joint Research Centre, Publications Office, 2020. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/49b629ee-1805-11eb-b57e-01aa75ed71a1/language-en> Pristup 20. april 2022.
- Markov Čedomir. "Kada kažeš „lažna vest” na šta tačno misliš? Kvalitativna analiza upotrebe izraza „lažna vest” u medijskom izveštavanju u Srbiji”. Ur. Krstić Aleksandra. Zbornik, *Građani u doba dezinformacija/Citizens in the age of disinformation*. Udruženje za političke nauke Srbije. Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, 2021. str.27-47 https://www.researchgate.net/publication/359993426_GRADANI_U_DOBA_DEZINFORMACIJA_CITIZENS_IN_THE_AGE_OF_DISINFORMATION Pristup: 20.jul 2022.

- McBride Kelly B. and Rosenstiel Thomas B. *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*. London, New Delhi, Singapore: SAGE Publications Ltd. 2013.
- McFedries Paul. "Stop, Attention Thief! IEEE Spectrum. Institute of Electrical and Electronics Engineers". 2014. Dostupno na: <https://spectrum.ieee.org/stop-attention-thief> Pristup: 5.maj 2021.
- Mulle Denis. *Journalism Ethics for the Digital Age*. Brunswick, London: Scribe Publications. 2014.
- Newman Nic. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2021*, The Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021. Dostupno na: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-01/Newman_Predictions_2021 Pristup: 5.maj.2021.
- Newman Nic. *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2022*, The Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022. Dostupno na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2022> Pristup: 20.april 2022.
- Orlović Slaviša. "Politika i demokratija u vreme dezinformacija". Ur. Krstić, Aleksandra. Zbornik, *Građani u doba dezinformacija/Citizens in the age of disinformation*. Udruženje za političke nauke Srbije. Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, 2021. str. 69-89. https://www.researchgate.net/publication/359993426_GRADANI_U_DOBA_DEZINFORMACIJA_CITIZENS_IN_THE_AGE_OF_DISINFORMATION Pristup: 20.jul 2022
- Penycook Gordon and Rand G. David. "Trends in Cognitive". *Sciences*. Volume 25, Issue 5, May 2021, Pages 388-402, dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1364661321000516> Pristup: 20.jul 2022.
- Roozenbeek Jon and van der Linden Son. «Fake news game confers psychological resistance against online misinformation». *Palgrave Commun* 5, 65. 2019. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9> Pristup: 5.maj.2021.
- Simić Jasminka. 2021. "Nove informacione tehnologije: svet bez granica ili ograničenje demokratije". Ur. Krstić Aleksandra. Zbornik, *Građani u doba dezinformacija/Citizens in the age of disinformation*. Udruženje za političke nauke Srbije. Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, str. 89-107. https://www.researchgate.net/publication/359993426_GRADANI_U_DOBA_DEZINFORMACIJA_CITIZENS_IN_THE_AGE_OF_DISINFORMATION Pristup: 20.jul 2022.
- Spilsbury Mark. "An independent research report commissioned by the National Council for the Training of Journalists". National Council for the Training of Journalists. 2014. Dostupno na: <https://www.nctj.com/publications/emerging-skills-for-journalists/> Pristup: 5. Maj 2021.

- Surčulija Milojević Jelena i Kulić Milica. „Lažne vesti” ili dezinformacije: (samo)regulatorni okvir i izazovi u praksi”. *Srpska politička misao*, br.1/20, 2020, str. 177-204, Beograd, <https://doi.org/10.22182/spm.6712020.8><https://ips.ac.rs/publications/lazne-vesti-ili-dezinformacije-samoregulatorni-okvir-i-izazovi-u-praksi/> Pristup: 5.maj 2021.
- Tandoc C. Edson, Wei Lim Zheng and Ling Richard. “Defining Fake News: A typology of scholarly definitions”. *Digital Journalism*. 2017. Pp. 137-153. Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143> Pristup: 5.maj 2021.
- Toffler Alvin. *Future Shock*. Random House, USA. 1970.
- UN, OSCE, OAS, ACHPR, FOM.GAL/3/17, na: <https://www.osce.org/files/f/documents/6/8/302796.pdf> Pristup:15. april 2022.
- Vosoughi Soroush, Deb Roy and Sinan Aral. “The spread of true and false news online.” *Science*, Vol. 359, Issue 6380, 2018. pp.:1146–1151. DOI: 10.1126/science.aap9559 Pristup: 5.maj 2021.
- Wardle Claire. *Fake news. It’s complicated*. 2017. Dostupno na: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-dof773766c79> Pristup: 5.maj 2021.
- Wu Tim. “The Crisis of Attention Theft - Ads That Steal Your Time for Nothing in Return”. 2017. Dostupno na: <https://www.wired.com/2017/04/forcing-ads-captive-audience-attention-theft-crime/> Pristup: 5.maj 2021.
- Wyatt Wendy. *The Ethics of Journalism: Individual, Institutional and Cultural Influences*. Reuters Institute for the Study of Journalism. London: I.B. Tauris. 2014.
- Zakon o javnom informisanju i medijima 2016, član 2. Republika Srbija. https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html Pristup 5. maj 2021.

Mapping the Challenges of the Journalistic Profession in the Contemporary Media

Abstract

Under the influence of modern technologies and especially social networks, professional journalism has found itself in a gap between the norms, standards and original requirements of the profession on the one hand, the demands of employers, owners of media companies and industry on the other hand, and on the third hand the expectations of the atomized public guided by different particular interests, preferences and prejudices. In the paper, we point out the challenge of professional journalism, which affected the loss of trust between the news media, journalists and the audience, which affected the change in the professional identity of journalists, and instead of independent, critical and objective researchers and suppliers of information to responsible democratic and Cretan public opinion, they were reduced to “employees in media companies”. One of the consequences of journalists abandoning the norms of professional identity and focusing on the public interest is a flood of fake news that makes the media ecosystem even more chaotic and a superficial and media-uneducated audience prone to simple solutions and prejudices, easy to manipulate. In such a shaped media ecosystem, in which journalists do not have the obligation to check information before publication, but rather leave it to the users, manipulation is not only aimed at the economic profit of media companies, but also at ideological and political indoctrination, the spread of hate speech, fear and mistrust, and ultimately the creation of conditions for non-democratic forms of government. In the paper, we claim that documents establishing measures to strengthen trust between journalists and the public will have no effect if the journalists themselves do not reaffirm their professional identity and gain the support of the public to protect their professional standards from the influence of the market and profits.

Key words: *journalists, fake news, media ecosystem, professional standards.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.