

Contemporary journalism: Profession or a “bullshit job”

Popovic, Helena; Hromadzic, Hajrudin

Source / Izvornik: **Sociologija, 2024, 66, 285 - 306**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

<https://doi.org/10.2298/SOC2402285P>

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:417940>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Helena Popović¹

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu,
Hrvatska

Hajrudin Hromadžić²

Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci,
Hrvatska



DOI: <https://doi.org/10.2298/SOC2402285P>

Pregledni članak

UDK 070.1:316.774]:316.42“20“

070–021.413:316.323.6“20“

Primljen: 8.1.2024.

Prihvaćen: 20.5.2024.

SUVREMENO NOVINARSTVO: PROFESIJA ILI „BESMISLENI POSAO“?

Contemporary Journalism: Profession or a “Bullshit Job”

APSTRAKT: Cilj je rada preispitati položaj novinarske profesije u suvremenim društvenim kontekstima 21. stoljeća, posebno u okolnostima društvenih promjena koje su određene radikalnom fazom kapitalizma, te s time povezanih permanentnih transformacija digitalnih tehnologija kao jednih među glavnim proizvodno-potrošačkim alatima današnjice. Središnje problemsko pitanje koje se postavlja jest možemo li i dalje novinarstvo promišljati kao profesiju u skladu s njegovim temeljima oblikovanim sredinom 20. stoljeća, ili je novinarska profesija „mrtva“, pretvorena u takozvani „besmisleni posao“? Uzmemo li u obzir tri obilježja profesionalnog novinarstva, a to su: javni interes i nadzor nad strukturama moći; potom autonomija; te primjena posebnih profesionalnih normi u svakodnevnim praksama; čini se da su sva tri obilježja koja temeljno legitimiraju novinarstvo kao profesiju danas znatno nagrižena, uzmemo li u obzir većinu postojećih novinarskih praksi. Nameće se teza da se, u suvremenom kontekstu, praktično novinarstvo u velikoj mjeri pretvorilo u „besmisleni posao“, iako se i dalje legitimira „starim“ normativnim obilježjima profesije. To naravno ne znači da profesionalno novinarstvo, uspostavljeno na temeljima koja su bila važeća polovicom 20. stoljeća, i dalje nije relevantno, možda i krucijalno za javnost i javni interes. Iz tih se razloga u zaključku rada pledira za jačanje statusa onih medijskih organizacija koje njeguju profesionalna načela zaštite javnog interesa te tradiciju istraživačkog i kritički intoniranog, neovisnog novinarstva.

KLJUČNE RIJEČI: Profesionalno novinarstvo, besmisleni poslovi, postnovinarstvo, javni interes.

ABSTRACT: The aim of the paper is to rethink the position of the journalistic profession in the contemporary social contexts of the 21st century, within the context of social changes determined by capitalism in its radical stage, and the

1 hpopovic@ffzg.unizg.hr, ORCID: 0000-0001-6318-4976

2 hhromadzic@ffri.uniri.hr, ORCID: 0000-0002-2176-6465

permanent transformations of digital technologies as the main tool for production and consumption. The central question that arises is whether we can still think of journalism as a profession in accordance with the principles formed in the mid-twentieth century, or whether the journalistic profession is “dead”, transformed into a “bullshit job”? If we look at the three main indicators of professional journalism: public interest and the watchdog function; autonomy; and the adherence to specific professional norms; it seems, by looking at actual journalistic practices, that all three indicators that fundamentally legitimize journalism as a profession has eroded significantly. The main claim is that journalism, to a large extent, has turned into a “bullshit job”, even if the “old” normative principles of the profession still serves to legitimize it, but with no stronghold in real journalist practices. Of course, this does not mean that professional journalism, defined according to the principles established in mid-twentieth century, is not still relevant, even crucial for the public and public interest. This is why, in the conclusion of the paper, we plead for the strengthening of those media organizations that nurture the protection of the public interest as well as investigative and critically oriented, independent journalism.

KEY WORDS: *Journalism, bullshit jobs, post-journalism, public interest.*

Uvod

Profesionalno novinarstvo obilježavaju specifične prakse prikupljanja, selekcije, analize i medijskog plasmana tekstualnih informacija koje imaju javni značaj u svim domenama društvenog života uz poštivanje etičkih i profesionalnih standarda. Takva perspektiva dodjeljuje novinarstvu i medijima važno mjesto i aktivnu ulogu u kontekstu određenja vrijednosnih horizonata koji su definirani ideologijom liberalne demokracije. To jest ideje o društvu koje se gradi na principima otvorene javne rasprave o najboljim mogućim načinima upravljanja društvom, prema načelima razmjene i sučeljavanja racionalnih argumenata, shodno tezama Habermasa pri razvijanju koncepta javne sfere (Habermas, 1969). Prema Schudsonu tri su temeljne funkcije novinarstva u demokratskim političkim sustavima, unutar kojih se pretpostavlja participacija širih slojeva: 1) nadzor nad političkim strukturama moći, iako je istovremeno upravo politička vlast primarna publika; 2) poticanje društvene rasprave i potencijalne društvene mobilizacije, iako su društvene elite najčešći akteri koji sudjeluju u raspravama; 3) informiranje i obrazovanje građana o pitanjima vezanim uz demokratsku kulturu i vladavinu. Stoga novinarstvo igra vitalnu ulogu u napretku i demokratizaciji društva (Schudson, 2014:58–59).

Od samih početaka širenja modernog tiska kao masovnog medija uvijek je postojala tenzija između funkcije novinarstva prema kojoj, s jedne strane, figurira „kao nezavisna društvena institucija koja proizvodi i distribuira informacije“, te s druge strane, kao „medij specifičnih interesnih grupa koji služi partikularnim poslovnim i političkim segmentima društva“ (Hardt, 1979:21). Problematičnost ove dihotomije prevodi se u problem novinarske radne etike, to

jest suprotstavljane javno-političkih naspram komercijalnih novinarskih praksi, a posljedica prevage komercijalnog aspekta je učinkovita zaštita ekonomskog status quo (Hardt, 1979). Uz profesionalno se novinarstvo vezuje nekoliko načela: sloboda medija; mediji kao „čuvare demokracije“ (*watchdog*); objektivnost-neutralnost-ravnoteža; poštenje-točnost; društvena odgovornost i javni interes; promocija pluralizma; postojanje etičkih i profesionalnih kodova djelovanja te profesionalno usavršavanje; pri čemu mediji moraju biti nezavisni od bilo kakvih parcijalnih interesa, ekonomskih ili političkih (Keeble, 2001). No, postavlja se pitanje do koje mjere ova načela i dalje mogu označavati temelj za normativno određenje novinarstva kao i za popratne novinarske prakse, posebno uzme li se u obzir ranije spomenuta tenzija između javne i profitno-interesne pozicije medija kao institucija. Ova ambivalentnost od 1980-ih godina 20. stoljeća sve više ide u korist profitno-interesne logike funkcioniranja medija, posebno u kontekstu društvenih trendova koji se primarno odnose na ekonomsko polje.

Novinarstvo je samo jedna u nizu profesija koja je potkraj 20. i u 21. stoljeću doživjela prekarizaciju³, što je potrebno sagledavati u širim ekonomsko-političkim i društvenim kontekstima radikalizacije kapitalizma, a ta je radikalizacija, između ostalog, rezultirala i pojačanim disbalansima u odnosu kapitala i rada. Na račun rada, a u korist kapitala, odnosno profita. Pored toga, promjene u upotrebi tehnologija, širenje Interneta i društvenih medija bitno su doprinijele promjeni novinarskih praksi. Stoga se sve više propituje profesionalno novinarstvo i njegova društvena funkcija, kritiziraju se profesionalne prakse, ističe se da je novinarstvo u krizi i da svjedočimo razdoblju takozvanog „postnovinarstva“ (Mir, 2020). Na takav zaključak upućuju i opsežna globalna istraživanja izvedena u dijakronijskoj perspektivi. Na primjer, projekt *Worlds of Journalism Study* u tri opsežna vremenska bloka (2007–2011; 2012–2016; 2021–2023) prati promjene koje se događaju u novinarskom radnom okruženju u više od 120 zemalja svijeta, s fokusom na problemskim pitanjima poput novinarske sigurnosti, uređivačkih sloboda, utjecaja na produkciju vijesti, snažne prisutnosti tehnologija, te pojačane prekarizacije novinarskog rada⁴. Važne istraživačke uvide također nudi projekt *Journalistic Role Performance*, započet 2013., koji je posvećen sistematičnoj analizi globalnog stanja novinarske kulture u novomedijskom okruženju. U sklopu tog zadatka, istraživanja se bave pitanjima različitih dimenzija profesionalnih novinarskih uloga, promotrenih u organizacijskim, institucionalnim i društvenim kontekstima, kao i problemima nastalim u rascjepu između profesionalnih i/li normativnih ideala, te samih novinarskih praksi⁵.

3 Pojam/koncept prekarnost u povijesnom smislu pokriva širok spektar problematičnih transformacija u polju rada i pozicije radništva, a koje su rezultirale slabljenjem društvenog statusa rada i radnika, nesigurnijim privremenim zaposlenjima i kratkoročnijim ugovorima o radu, te općenito lošijim radnim i životnim uvjetima sve širih slojeva stanovništva. O prekarizaciji rada i života u uvjetima suvremenog kapitalističkog svijeta, s osvrtom na „studij slučaja“ Hrvatske (više u Hromadžić, Zgaljardić, 2019).

4 Više na: <https://worldsofjournalism.org/>

5 Više na: <https://www.journalisticperformance.org/>

Stoga je cilj rada propitati položaj novinarske profesije u suvremenim društvenim kontekstima 21. stoljeća, posebno u okolnostima političko-ekonomskih izazova u uvjetima naglašenog trenda prekarizacije rada, te permanentnih transformacija digitalnih tehnologija kao jednih među glavnim proizvodno-potrošačkim alatima današnjice. Središnje problemsko pitanje koje se nameće jest, možemo li i dalje novinarstvo promišljati kao profesiju u skladu s njegovim temeljima oblikovanim sredinom 20. stoljeća, ili je novinarska profesija „mrtva“, pretvorena u takozvani „besmisleni posao“ (Greaber, 2020)?

Što je „profesionalno novinarstvo“?

Prema Bernhurst i Nerone, profesionalizacija novinarstva na Zapadu započela je početkom 20. stoljeća. Proces je uključivao osnivanje asocijacija i udruga, utemeljivanje novinarskih studijskih programa, kao i definiranja etičkog kodeksa za profesionalne prakse. Dodatan zamah profesionalizaciji dao je uspon i širenje elektroničkih medija, odnosno utemeljenje nacionalnih javnih medijskih servisa (započeto u Velikoj Britaniji, s BBC radiotelevizijom) ali i širi društveni kontekst, posebno ratovi koji su na vidjelo iznijeli moć medijske propagande te rast korporativnih oblika vlasništva (Barnhurst and Nerone, 2009). Za razumijevanje profesionalnog novinarstva i normativnih očekivanja koja se postavljaju pred novinare bitan je temelj postavila normativna teorija pod nazivom *Četiri teorije o tisku* iz 1956., autora Fredericka S. Sieberta, Wilbura Schramma i Theodorea Petersona. Nastala je pod utjecajem izvještaja Hutchins komisije o slobodi tiska (*Hutchins Commission on Freedom of the Press*) utemeljene 1942. u SAD (izvještaj je objavljen 1947.). Komisija je uključila akademske radnike, političare i druge istaknute aktere civilnog društva, pri čemu je okosnica rasprave bila vezana uz promišljanje normativne uloge medija u društvu. Komisija je bila podijeljena između onih koji su zagovarali libertarijansku poziciju deregulacije i drugih koji su zagovarali regulaciju. Kompromis je uključio ideju o samoregulaciji medija, a oni bi trebali djelovati prema određenim profesionalnim načelima koja uključuju ideju javnog servisa, neutralnost, istinu, provjeru činjenica, korištenje višestrukih izvora, te nuđenje različitih interpretacija (Curran i Seaton, 1991)⁶.

U kontekstu razvoja normativnih očekivanja od medija koja se prepoznaju i u suvremenom kontekstu, posebno je važna teorija društvene odgovornosti (*social responsibility theory*) koja pomiruje dvije oprečne pozicije. Libertarijansku, koja zagovara deregulaciju i vladavinu tržišta ideja, te onu koja zagovara regulaciju i državnu intervenciju. Dakle, spomenuta teorija označava kompromis između medijskih sloboda i kontrole medija, na način da se povjerenje stavlja u ruke samih

6 Još je Fridrik II. Veliki, kralj i prosvijećeno apsolutistički nastrojen vladar Pruske, u 18. stoljeću – kada je dakle filozofija racionalizma još uvijek bila mlada, a paradigma prosvjetiteljstva u političkom smislu tek u povojima – donio zakon po kojem su sve vijesti koje su objavljivane u novinama, a nisu potvrđene, to jest nemaju više izvora, morale imati oznaku NT – *non testam* (Valić Nedeljković, Pečo i Sejdinović, 2019:17). Fridrik II. Veliki je dakle bio svjestan opasnosti koja vreba širenjem netočnih i neprovjerenih informacija putem tiska. A očito je bio i politički dovoljno odgovoran da donošenjem spomenutog zakona pokuša zaštititi tadašnje medijske publike tiska.

medija i medijskih djelatnika od kojih se očekuje odgovornost i služenje interesu javnosti (Baran and Davis, 2012:15). Temelji teorije društvene odgovornosti su, prema Denisu McQuailu (1987), da mediji moraju služiti društvu, s posebnim fokusom na demokratskoj politici. Nadalje, primarna je informativna funkcija te osiguravanje platforme unutar koje se mogu artikulirati različita stajališta. Mediji moraju biti neovisni i moraju se držati određenih standarda djelovanja. Ovo „pomirenje“ ideala individualne slobode izbora i obaveze koje mediji imaju prema društvu postiže se tako da se osigura razvoj javnih, neovisnih institucija (posebno elektroničkih medija) te daljnji razvoj novinarskog profesionalizma, kako bi se i u privatnim i u javnim medijima postigao određeni standard.

Hallin i Mancini ističu tri dimenzije koje ukazuju na profesionalizaciju novinarstva. Prva je zastupanje javnog interesa, odnosno etika javnog servisa. Ova se dimenzija odnosi na zastupanje javnosti i javnog interesa praćenjem struktura moći (*watchdog*). Termin *watchdog*, „psi čuvari“ (demokracije), označava društvenu ulogu novinara da u ime javnosti vrše nadzor nad onima koji zauzimaju pozicije moći, da otkrivaju ili sprječavaju potencijalne zloupotrebe vlasti, te da, u širem smislu, upozoravaju na društvene probleme. Druga dimenzija jest autonomija, odnosno nezavisnost, u smislu kontrole radnog procesa. Mediji moraju biti autonomni od vanjskih utjecaja ili pritisa, stoga se nastoji osigurati neovisno funkcioniranje medija, a od same profesionalne zajednice se očekuje da preuzme odgovornost i da kroz mehanizme samoregulacije, slijedeći strukovni kodeks, djeluje tako da osigurava visoku razinu profesionalnosti. I treća, to su posebne profesionalne norme (objektivnost, aktualno izvještavanje, zaštita izvora, vjestodostojnost (*newsworthiness*), provjera činjenica i etički kodeks) (Hallin and Mancini, 2004). Sve ove dimenzije bit će temeljitije razrađene u jednom od narednih poglavlja rada, kada bude riječ o temeljnim obilježjima profesionalnog novinarstva u kontekstu društvenih promjena.

Za sada je dovoljno reći da temeljna načela profesionalnog novinarstva variraju kako vremenski, tako i geografski, odnosno društveno, no uopćeno možemo ustvrditi – barem kada je riječ o liberalnim zapadnim demokracijama – da su takva načela, dominantna od druge polovice 20. stoljeća, i dalje „važeća“. Dakle, bez obzira na postojeće varijacije, unutar profesionalne zajednice postoje obilježja zajedničkog profesionalnog identiteta novinara (Dickinson, 2007). Pritom se novinarstvo legitimira kao profesionalna praksa i to – kako ističe Hardt – „mitom utemeljenim na vjerovanju u dostupnost istini, objektivnosti činjenica i potrebi za otkrivanjem afera javnosti kako bi se kreirala i održala ideja o novinarstvu kao nužnom uvjetu za demokratski način života“ (Hardt, 1994:193). Deuze profesionalno novinarstvo konceptualizira kao ideologiju kako bi naznačio razumijevanje novinarstva s obzirom na to kako sami novinari pridaju značenja vlastitom radu, što pretpostavlja nekoliko „diskurzivno konstruiranih ideal-tipskih vrijednosti“ kao što su javni servis, što uključuje praćenje struktura moći (*watchdog*), objektivnost, autonomija, aktualnost i etika (Deuze, 2005:447). Za same novinare navedena obilježja „daju kredibilitet onome što čine i legitimiraju njihov rad“ (Deuze, 2005:446–447). Iako spomenute karakteristike profesionalnog novinarstva i dalje služe kao normativni okvir koji usmjerava i legitimira

profesionalne prakse u posljednjih tričetvrt stoljeća, kontekst novinarskog rada bitno se promijenio. Došlo je do toga da se „preispituju i osnovne, tradicionalne uloge novinarstva: odabir vesti koje su od značaja za javnu debatu (*gatekeeping role*), odabir tema od javnog interesa (*agenda setting role*), kao i uloga čuvara demokratije (*watchdog role*)“ (Gruhonjić, 2019:13), zbog čega su sve brojniji glasovi koji upozoravaju na urušavanje novinarstva kao profesije.

Društveni kontekst suvremenih novinarskih praksi

Već je u uvodu spomenuto da je novinarstvo samo jedna u nizu profesija koja je potkraj 20. i u 21. stoljeću doživjela prekarizaciju, sve u ekonomsko-političkim i društvenim kontekstima radikalizacije kapitalizma koja je, između ostalog, rezultirala i pojačanim disbalansima u odnosu kapitala i rada⁷. Osim političko-ekonomskih trendova koji su i ranije dovođeni u vezu s krizom profesionalnog novinarstva u smislu narušavanja autonomije polja u obliku servisiranja struktura moći (Entman, 1989; Schiller, 1989; Herman and Chomsky, 1988; Garnham, 1990; Bourdieu, 2005), suvremena tehnološka digitalizacija je također značajno doprinijela propitivanju statusa novinarske profesije u kontekstu njenog normativnog okvira. U posljednjih dvadesetak godina, s ulaskom u društvenu i medijsko-tehnološku epohu tzv. web 2.0 interneta – kojeg se u najkraćem može definirati kao internet koji je u velikoj mjeri baziran na korisnički generiranim sadržajima, to jest medij čiji je značajan udio sadržaja proizveden od strane publika, konzumenata tog istog medija – dolazi i do rapidnog porasta medija i medijskih sadržaja hiperkomercijalnog karaktera i profila. To je za posljedicu imalo i strateška osmišljavanja praksi privlačenja i zadržavanja pažnje publika, što dominira od rane faze komercijalnog interneta (druga polovica 1990-ih), na što upozoravaju Davenport i Back razvojem koncepta „ekonomija pažnje“ (*attention economy*) (Davenport and Back, 2001). Već je tada bilo jasno da ulazimo u društveno-medijsku epohu u kojoj će privlačenje i najšire shvaćena pažnja publika predstavljati novu, „istinsku valutu“ (Davenport and Back, 2001:3). Odnosno, došla je do izražaja korporativno-poslovna, profitno orijentirana marketinška usredotočenost na publike, isključivo viđene kao potencijalno beskonačan skup potrošača i potrošačica, sve sa ciljem da se privuče i zadrži njihova pažnja što je moguće duže. Ovakav fokus, u medijsko-proizvodnom i produkcijsko-sadržajnom smislu, ne može rezultirati ničim drugim nego daljnjom perpetuacijom kulture spektakla, senzacionalizma i tabloidnosti, ovaj put u naprednijim digitalno-tehnološkim medijskim formama. Dodatno, velike „migracije“ oglašivača od tradicionalnih masovnih medija prema digitalno-medijskim platformama i društvenim medijima, stvorilo je dodatnu snažnu promjenu u poslovanju medija, uz posljedični socijalno-klasni udar na novinare

7 Riječ je o dihotomiji koju je još Marx definirao kao jedan od nosivih elemenata kapitalističkog sustava (Marx, 1947). Na tom povijesnom tragu je i odabrani problemski motiv, novinarsku profesiju, moguće analizirati u kontekstu nekih dosadašnjih vrhunaca fetišizacije rada, odnosno otuđenja radnika od samoga rada, od proizvoda svoga rada, kao i otuđenja radnika jednih od drugih.

u vidu neoliberalnih politika. „Uštedama“ medijskih vlasnika provođenjem „bolnih rezova“ i „stezanjem remena“, odnosno smanjenjem plaća i otpuštanjem novinara, dok se u smislu produktivnosti, uz smanjivanje uloženi sredstava, očekuje sve veća i brža produkcija sadržaja (Croteau and Hoynes, 2003).

Tehnologije i njihova raširena upotreba ambivalentno određuje obilježja novinarskog rada. Internet kao tehnologija doprinio je bržem pristupu većoj količini informacija, proširio se pristup različitim izvorima vijesti, lakša je verifikacija priča i različitih pogleda, nastaje tzv. *feedback* publika, kao i suradnja profesionalnih novinara s entuzijastičnim volonterima (Deuze, 2009 u Curran et al., 2012), a upotreba tehnologije reducirala je troškove proizvodnje i diseminacije sadržaja (McChesney, 2014). Pored toga, omogućio je demokratizaciju novinarskih praksi, recimo putem blogova i društvenih medija, stvorio je pretpostavke za nastanak građanskog novinarstva gdje svatko može biti svojevrsan reporter, urednik i izdavač ukoliko ima kompjutor i pristup internetu, čime se detronizirala pozicija medija kao vrataru (*gatekeeper*) ili filtera za „propuštanje“ vijesti čime, zapravo, slabi njihova moć.

Ipak, „demokratizacija“ novinarstva u vidu šire participacije građana u javnoj komunikaciji, a posredovano informacijsko-komunikacijskim tehnologijama, omogućila je direktnu i pristupačniju vezu između medijskih korisnika i novinara, no s druge je strane omogućila zaobilazanje profesionalnih medija u javnoj komunikaciji. Dodatno, iako „demokratizacija“ novinarstva utječe na novinarske prakse, ne može se usporediti s profesionalnim novinarstvom. Blogeri nisu povezani s masovnom publikom, ne bave se istraživačkim pričama, potvrđivanjem činjenica, traženjem različitih izvora (Couldry, 2010 u Curran et al., 2012; Mosco, 2019), dok platforme društvenih mreža primarno služe povezivanju i komunikaciji, a ne proizvodnji i diseminaciji informacija, stoga se te prakse ne mogu uspoređivati s novinarskim. Curran i suradnici (2012) također ističu devastirajući učinak oglašavanja na internetu koji omogućuje pristup širim publikama, te stvara pretpostavke za targetiranja specifičnih niša što direktno uništava manje, lokalne medije i doprinosi smanjenju broja zaposlenih novinara. Osim toga, tehnološke promjene omogućuju izmještanje (*outsourcing*) rada profesionalnih novinara na tržišta s jeftinijom radnom snagom (na primjer, Reuters iz Velike Britanije u Indiju) (Mosco, 2006), što doprinosi prekarizaciji novinarskog rada. McChesney ističe da „Internet ne smanjuje tenziju između komercijalizma i novinarstva, on je zaoštava“ (McChesney, 2014:240).

Osim navedenog, proliferacija medija uslijed digitalizacije, širenje Interneta i društvenih medija, te participacija mnogo većeg broja aktera u javnoj komunikaciji, doprinijeli su preopterećenosti informacijama, odnosno nastanku infodemije (pojam koji u sebi prepoznatljivo spaja dijelove termina informacija i epidemija), kao i širenju „informacijskog poremećaja“ (*information disorder*), što označava proizvodnju i širenje problematičnih informacija u tri temeljna oblika: dezinformacije, pogrešne informacije (*misinformation*) i maliciozne informacije (*mal-information*) (Wardle and Derakhshan, 2017). Infodemija i informacijski poremećaj imaju devastirajuće socijalne, psihološke i ekonomske učinke za suvremena društva. Uz to, vrlo važna posljedica takvih procesa jesu nesigurnost

i skepsa, oličeni u dilemi: koje su među svim tim nepreglednim informacijama doista prave, istinite i provjerene informacije, a koje su dezinformacije? Tomu bitno doprinose i mediji. Analizom četiri milijuna političkih priča u SAD-u i načina na koje su povezane, *tvitane* i dijeljene u razdoblju od tri godine, Benkler i suradnici pokazuju da je način djelovanja desnog medijskog ekosustava (koji uključuje i srednjostrujaške konzervativne medije poput Fox News-a) glavni uzrok polarizacije i radikalizacije američkog društva, budući da otvoreno odustaju od slijeđenja normi profesionalnog novinarstva (Benkler at al., 2018).

To nas dovodi do širih epistemoloških pitanja o tome kakav je društveni život u uvjetima tzv. postčinjeničnog svijeta, te kakvi su izazovi proizvodnje „lažnih vijesti“⁸, o čemu će biti više riječi u nastavku rada. S obzirom na spomenute problemske izazove, u sklopu suvremene novinarske profesije i onih tipova medijskih produkcija koji žele biti odgovorni i profesionalni, kao važni su se nametnuli kriteriji provjere točnosti informacija i relevantnosti njihovih izvora, tzv. *fact-checking* prakse (Graves and Amazeen, 2019). Nameće se dakle, zbog svega spomenutog, jednostavno, ali zapravo kompleksno pitanje o daljnjoj sudbini novinarske profesije, budući da su gore spomenute korjenite promjene dovele u pitanje same temelje na kojima profesionalno novinarstvo počiva i s kojima se legitimira.

Temeljna obilježja profesionalnog novinarstva u kontekstu društvenih promjena

Radikalizacija kapitalizma i širenje upotrebe komunikacijsko-informacijskih tehnologija dakako imaju daleko šire reperkusije i sežu dalje od promjena u naravi profesionalnih novinarskih praksi, no ovdje ćemo fokus usmjeriti na novinarsko polje i to s obzirom na već spomenuta tri temeljna obilježja profesionalnog novinarstva prema Hallinu i Manciniju: javni interes i nadzor nad strukturama moći; autonomija; te primjenjivanje posebnih profesionalnih normi (objektivnosti, aktualnog izvještavanja, zaštite izvora, vjestodostojnosti (*newsworthiness*), provjere činjenica i primjenjivanje etičkog kodeksa) (Hallin and Mancini, 2004).

Javni interes i nadzor nad strukturama moći

Javni interes bi se u domeni novinarske profesije u najkraćem, i usko normativno, mogao prepoznati kao skup za javnost specifičnih i relevantnih

8 Slijedeći definiciju Tarlacha McGonaglea, „lažne vijesti“ (*fake news*) su informacije koje su namjerno fabricirane i disperzirane s intencijom obmane, odnosno navođenja drugih da vjeruju u laži ili sumnjaju u provjerljive činjenice. Radi se o dezinformaciji koja je prikazana kao vijest i koja će se, vrlo vjerojatno, tako i percipirati (McGonagle u Popović, 2019). Ovdje stavljamo navodne znakove budući da se radi o označitelju kojeg je popularizirao Donald Trump prokazujući medije koji mu nisu skloni kao „medije lažnih vijesti“ (*fake news media*). Stoga spomenutu sintagmu smatramo nepreciznom, ali i kontradiktornom. Naime vijesti, kao novinarski žanr, po definiciji uključuju činjenice i pretendiraju na istinitost izvještavanja, a za ono što „lažne vijesti“ označavaju već postoji uvriježeni označitelj – dezinformacija.

usluga, u smislu informiranja građana o stvarima od javnog interesa, te vršenja nadzora i kontrole nad strukturama političke i ekonomske moći u društvu. Kao što ističe McChesney, bit profesionalnog novinarstva u njegovom idealnom obliku je „izdvajanje vijesti iz komercijalizma, marketinga i političkih pritisaka, te proizvođenje nužnih informacija za građane kako bi oni razumjeli svoja društva i djelatno participirali u njima” (McChesney, 2014:233). No, publike kao korisnici medijsko-novinarskih „usluga”, sve se više tretiraju kao tržišna kategorija, što posljedično rezultira proizvodnjom sadržaja kojim se teži maksimizaciji publika i privlačenju oglašivača. Tragom popularne krilatice „dajmo publikama ono što žele” i u suglasju s interesima oglašivača, a to je što veća zarada, u uređivačkim i novinarskim praksama apsolutno je predominirala tabloidizacija, trivijalna spektakularna zabava, i senzacionalističko „klikbejt” novinarstvo (Popović et al., 2022). Dakle, u kontekstu ekonomije pažnje kod proizvodne logike dominiraju zabava, skandal i kontroverze, to jest sadržaji za koje se ne može ustvrditi da služe javnosti i javnom interesu. Odnosno, dobro poentiranim Baumanovim riječima, „privatno kolonizira javni prostor, iz njega istiskuje i tjera sve što se ne može do kraja, bez ostatka, izraziti jezikom privatnih interesa, briga i preokupacija” (Bauman, 2011:44).

Suvremeno novinarstvo karakterizira i proizvodnja kontroverzi te pojednostavljena konstrukcija društvenih odnosa kroz crno-bijelu logiku, te forsiranje konflikta kao primarnog obilježja tih odnosa (Popović, 2014a). Istraživanje koje se odnosilo na analizu intervjua sa stranačkim kandidatima i kandidatkinjama, te objavljenih u hrvatskim dnevnim novinama u tri izborna ciklusa, pokazalo je da novinari uglavnom ne postavljaju „prava pitanja” u kontekstu javnog interesa i nadzora nad strukturama moći. Novinari političku domenu u najvećoj mjeri diskurzivno konstruiraju na način koji potencijalno negativno i rezignirajuće utječe na same birače, s obzirom da su dominantne dimenzije koje opisuju političare i domenu politike: fokus na zauzimanju funkcija i zadovoljavanju osobnog interesa; potenciranje sukoba; te diskurzivna konstrukcija političke domene kao tržišno interesne razmjene ponude i potražnje. Pitanja koja se odnose na javni interes ili realne javne politike, ne predstavljaju središnji interes medija, a čak i kada se postavljaju, to se čini na vrlo uopćen i simplificiran način (Popović, 2014a).

Iako je, već spomenuto, i u ranijim povijesnim razdobljima dolazilo do tenzija između javnog interesa i komercijalne logike unutar novinarskog polja (Hardt, 1979), rast komercijalizacije medija i digitalizacija koja omogućuje umnožavanje medija, dodatno doprinose jačanju kompeticije⁹. Iako se kompetitivnost u ključu liberalne normativne teorije ističe kao važna za postizanje raznolikosti sadržaja

9 No, o ovom pitanju postoje i drugačija stajališta. Umjesto uvriježene teze o visokoj razini kompeticije unutar novinarskog polja, Downie i Schudson naglašavaju suradnju. Prema njihovom istraživanju dolazi do novih oblika kolaboracija u novinarskoj profesiji (Downie and Schudson, 2009 u Graves and Konieczna, 2015). Iako njihova teza ukazuje na činjenicu da unutar polja postoje različite prakse, treba naglasiti da su u to istraživanje uključene samo dvije vrste medijskih organizacija, istraživački neprofitni informativni mediji i *fact-checking* grupe. U oba slučaja riječ je o tipovima medija koji su brojčano podreprezentirani, i smanjenog doseg, a samim time i utjecaja, budući da globalno dominiraju veliki korporativni i profitno orijentirani medijski koncerni.

(tema, žanrova, ideoloških pozicija itd.) i zadovoljavanja različitih segmenata publika, Altheide i Snow ističu da mediji, uz pomoć rejting agencija i konzultanata, oponašaju jedni druge što rezultira istim, a ne različitim formatima (Altheide and Snow, 1991). Na sličnom tragu Bourdieu, u kontekstu analize televizije ističe sljedeće: „kako bi netko prvi vidio i objelodanio neku stvar, spreman je gotovo na sve, a kako jedni druge kopiraju sa željom da preduhitre druge, da učine prije drugih, ili da učine drukčije od drugih, svi napokon čine isto, a traženje ekskluzivnosti koja drugdje, na drugim poljima proizvodi originalnost, posebnost, ovdje vodi uniformizaciji i banalizaciji“ (Bourdieu, 2005:276).

Uniformnosti sadržaja doprinosi i imperativ sve brže produkcije budući da tehnologije pojednostavnjuju pristup sadržajima proizvedenima od drugih novinarskih i ne-novinarskih aktera, što rezultira takozvanim copy-paste novinarstvom. Primjerice, istraživanje o medijskim reprezentacijama migracija koje je uključilo dominantne medije u Hrvatskoj¹⁰ pokazalo je da „iako mediji navode različita autorstva članaka (primjerice ime i prezime autora, inicijale, naziv samog medija, HINU, druge izvore), to često ne odgovara stvarnom autorstvu, a to je razvidno u praksama da više različitih medija objavi članak gotovo identičnog sadržaja, a navode različite „autore“. Dio je to takozvane *copy-paste* produkcije, što je eskaliralo širenjem upotrebe digitalne tehnologije, ali i drugim čimbenicima koji oblikuju svakodnevne novinarske proizvodne prakse (Popović et al., 2022:109). Potom puštanje *play*-lista na radio stanicama, korištenje medijskih servisa za stvaranje generičkih vijesti, te neobrađeno prenošenje priopćenja službi za odnose s javnošću kao objektivno proizvedenog medijskog sadržaja. Potonje dovodi u pitanje funkciju nadzora struktura moći, budući da se oni često nekritički prenose bez novinarske obrade i propitivanja navoda (Popović et al., 2022). U takvim procesima nestaju dvije važne karakteristike javne orijentacije novinarske profesije: da se interesi javnosti pretpostavljaju vlastitim interesima, odnosno interesima medijske organizacije unutar koje novinari rade; i da profesionalci služe javnom dobru (Popović, 2018). Ovo dakako ne znači da novinarstva u službi javnog interesa više nema, no ukazuje na marginalnost tako orijentiranog profesionalnog novinarstva.

Autonomija

Druga razina, autonomija, u kontekstu teme značila bi neovisnost od „izvanjskih“ utjecaja na polje. To znači da bi urednici i novinari sami definirali većinu pravila koja moraju slijediti, dok država, tržišni akteri, korisnici usluga i ostali akteri vezani uz medije, pritom ne bi imali veći utjecaj. Drugim riječima, profesionalna zajednica sama kontrolira vlastite članove bez izvanjskog pritiska. No, u kontekstu profitno orijentiranih medija u privatnom vlasništvu, profesionalna načela u opoziciji su sa organizacijskim ciljevima korporacije/tvrtke. Kontrola proizvodnje najčešće nije u rukama aktera koji su pripadnici novinarske zajednice/struke, već menadžera i vlasnika koji nerijetko imaju potpuno različite kriterije djelovanja u odnosu na strukovnu

10 U istraživanju su bili uključeni mrežni portali: jutarnji.hr, večernji.hr, 24sata.hr, net.hr, portal.hr, index.hr, hrt.hr, dnevnik.hr, rtl.hr.

zajednicu. Dakako, u navedenom kontekstu, tržišni ciljevi i vrijednosti vlasnika i menadžera (poslodavaca), imaju primat u odnosu na ciljeve i profesionalne standarde struke (Turner 2000 u Popović, 2018). Dodatno, ranije spomenuto prilagođavanje sadržaja željama publika, kojim novinari opravdavaju odmicanje od informativnog novinarstva u javnom interesu, ukazuje na svojevrsno delegiranje odgovornosti na publike, što je indikator dobrovoljnog napuštanja profesionalizma od strane novinara, budući da se time, zapravo, odriču vlastite profesionalne autonomije u definiranju onoga što je društveno relevantno za javnost. Autonomija profesionalnog novinarstva narušena je i zbog trendova korištenja personalnih medija kao što su talk radio i blogosfera, tabloidni oblici, kao i otvoreno pristrani mediji u vlasništvu medijskih mogula kakvi su Murdoch i Berlusconi (Barnhurst and Nerone, u Wahl-Jorgensen and Hanitzsch, 2009). Također, na status novinarske autonomije utječu i fenomeni poput spomenute pojave građanskog novinarstva, te prakse uključivanja laika u procese rada koji su nekada bili isključivo u domeni profesionalaca. Smanjivanjem razlike odnosno brisanjem granice između laika/publike koja isključivo koristi „usluge” u vidu konzumacije medijskih sadržaja, te profesionalca/novinaru koji te iste sadržaje proizvode, narušava se autonomija novinarskog polja (Popović, 2018).

Posebne profesionalne norme

Treća razina, profesionalne norme, počiva na načelima poput objektivnosti, aktualnosti izvještavanja, zaštiti izvora, provjeri činjenica i poštivanju etičkog kodeksa. Objektivnost je važno profesionalno načelo koje je kao standard uspostavljeno tek od druge polovice 20. stoljeća. Kao što ističe McQuail, objektivnost postaje nužna kako bi se zadržao kredibilitet medija, a njezine dvije temeljne komponente su činjeničnost i nepristranost. Objektivnost kao novinarski profesionalni standard širi se uspostavljanjem javnog servisa (*Public Service Broadcasting*) u europskim državama, institucije koja djeluje na nacionalnoj razini, služi i obraća se svim građanima, te stoga ima obavezu nepristranosti (McQuail, 1987). Kada povezujemo objektivnost uz činjeničnost i nepristranost, moguće i potrebno ju je smjestiti u širi kontekst onog što tradicionalno imenujemo prosvjetiteljstvom, s njemu pripadajućim vrijednosnim obilježjima poput racionalizma i humanizma. Riječ je o razdoblju za koje, barem u nominalnom vrijednosnom smislu, važi teza da je adekvatnim modelima logičkog korištenja uma, to jest procesima racionalnog građenja argumentacije i kritičkim mišljenjem, uz principe etičke odgovornosti, moguće razdvojiti istinu od neistine, činjenice od laži. Aktualno vrijeme tzv. postistine i postčinjeničnog svijeta najavljuje raskid s takvom logikom i tradicijom, pri čemu načini korištenja suvremenih medijskih tehnologija imaju važnu ulogu. Nastanak informacijskog poremećaja, retorika postojanja „alternativnih činjenica” uzdrma temelje „objektivnog” novinarstva. Kao što ističe Krstić, „danas se te i druge, u odnosu na istinoljubivu nauku alternativne „istine”, samo – priznajemo da to „samo” nije malo – u šumovima, spolja gledano, opšte anarhije klikova i svetlucanja mogu slobodno i ravnopravno širiti sajber prostorom i, tradicionalnim merilima monizma istine mereno, lažno se predstavljati i izdavati za istinu. Napredak u

prohodnosti kanala komunikacije ne podrazumeva i napredak prosvetčenosti, racionalnosti, naročito ne u kriznim, pandemijskim vremenima, u doba katastrofa uopšte“ (Krstić, 2022:131).

Mediji su oduvijek, od tiska kao prvog modernog masovno medijskog sustava, počivali i na principima aktualnosti izvještavanja. Informacije, vijesti i društveni događaji konstruirani i reprezentirani putem medija, u velikoj većini slučajeva utrkuju se u aktualnostima, to se pokazalo kao važan faktor ranije spomenute kompetitivnosti u odnosu na konkurenciju na medijskim tržištima. Važnost načela aktualnosti naročito se pojačala u suvremenoj digitalno-tehnološkoj epohi unatrag tridesetak godina, to jest u kontekstima medijskih produkcija nastalih na platformi komercijalnog interneta. Tako da svjedočimo sve većoj i većoj brzini medijske produkcije, izvještavanjima iz minute u minutu, ali i redundanciji, ponavljanju sadržaja, korištenju umjetne inteligencije pri proizvodnji sadržaja, smanjivanju važnosti autorstva kod objavljenih sadržaja, kao i sve nižim kriterijima po pitanju klasičnih standarda pismenosti u medijima, što se pokazuje kao skup vrijednosti žrtvovanih imperativu aktualnosti.

Profesionalan norma provjere činjenica, načelo je koje poprima na važnosti u kontekstu medijsko-tehnološke digitalizacije i proliferacije velikog broja medija, ali i u uvjetima sve izraženijeg podvrgavanja medija tržišno-profitnoj logici koja rezultira sve većom i bržom proizvodnjom sadržaja. Primjerice, imperativ profitne logike i stalnog nadopunjavanja web stranica i portala 24 sata dnevno, doprinijelo je tome da je značajno opao udio istraživačkog novinarstva baziranog upravo na prethodno obrađenom principu, provjeravanju činjenica (McChesney, 2014), a umjesto toga je, zbog pritiska sve veće produkcije, prevladala profesionalno-proizvodna logika površnog desk novinarstva i „copy-paste“ praksi, te oslanjanje na vrlo limitirani broj izvora (Davis, 2010; Phillips u Curran, 2009; Popović et al., 2022). Uz ovo načelo važna je i zaštita izvora. Zaštićeni novinarski izvori, danas popularno nazvani „zviždači“, uvijek su predstavljali važan segment u medijskoj produkciji, a posebno u onim sferama novinarskog rada koji počivaju na istraživačkim principima. Stoga je za demokratsko društvo i javnost jako opasno miješanje zakonodavno-izvršne politike kao potencijalnog cenzora kada je u pitanju zaštita medijskih izvora informacija¹¹.

Naposljetku, načelo poštivanja etike pri izvještavanju, podrazumijeva da se u novinarstvu – provučeno kroz idealno tipske i profesionalno-normativne principe i radne prakse – etička načela moraju tretirati kao prioritet, bez obzira na praktične pritiske, prijetnje i ucjene, kao i koruptivne „darove“, koji dolaze bilo od političkih ili ekonomskih aktera. Konkretnije, motivi poput prava na zaštitu privatnosti, zaštita djece kao posebno ranjive populacije, odgovornost kod izvještavanja o manjinskim društvenim skupinama, ali i nešto suptilniji

11 Takav je recimo slučaj odluke izglasane u hrvatskom Saboru u martu 2024., o izmjenama Kaznenog zakona koje su obuhvatile i sfere medijsko-novinarskog rada. Naime, novim je zakonom predviđena maksimalna kazna zatvora do tri godine za „neovlašteno otkrivanje sadržaja izvidne ili dokazne radnje“. To konkretnije znači da će se od sada curenje informacija u medijima o započetim pravosudnim istragama, odnosno prakse dojavljivanja medijima sa izvora informacija o takvim slučajevima, u Hrvatskoj zakonski procesuirati i kažnjavati kao krivično djelo. U pozadini ovakve odluke su politički razlozi.

mehanizmi poput odbijanja služenja praksama poput prikrivenog oglašavanja, morali bi biti u novinarskom poslu nit vodilja za etički shvaćenu profesionalnu dužnost. Istraživanja koja se odnose na poštivanje etičkih načela uglavnom su orijentirana na određene studije slučaja u okviru nacionalnih medijskih sustava, no niz istraživanja, barem kada je riječ o zemljama bivše Jugoslavije, sustavno ukazuju na učestalo kršenje novinarskih etičkih načela (Petković, 2014; Popović at al., 2022; Majstorović at al., 2023).

Je li novinarstvo postalo „besmislen posao“ (bullshit job)?

Tragom svega do sada iznesenog, važno problemsko pitanje, unutar kojeg u ovom radu tematiziramo i sudbinu suvremenog novinarstva, jest: je li se ta profesija – koja je nekad imala velik javni značaj te je uživala relativno visok društveni ugled, u socioekonomskim okolnostima naglašene kapitalističko-tržišne komercijalizacije i sveopće komodifikacije, pritisaka u smjeru permanentne realizacije profita, te tehnološki potpomognute tektonske promjene produkcijskih i recepcijskih praksi – u nekim svojim aspektima već približila nadomak onom što David Graeber imenuje „besmislenim poslovima“ (bullshit jobs) (Graeber, 2020)¹²? Ili smo pak, kako elaboriraju Srnicek i Williams, već ušli u epohu „svijeta bez rada“, razdoblja u povijesti koje sadrži jasne naznake skore budućnosti svijeta u kojem neće biti radnih mjesta koja su danas uobičajena i s malo stalno zaposlenih ljudi. To od nas zahtijeva, kako s obzirom na dominantne političko-ekonomske trendove pomalo utopijski sugeriraju autori, oblikovanje postkapitalističke ekonomije u kojoj bi se čovječanstvo emancipiralo, oslobodilo od percepcije rada kao uvjeta za egzistenciju, a tehnologije stavile u službu realizacije istinske slobode (Srnicek and Williams, 2020).

Je li dakle moguće sudbinu i aktualni status novinarstva kao profesije tretirati unutar Greabrove teze o „besmislenim poslovima“ današnjice? U najkraćem i najopćenitije, moglo bi se reći kako je Greabrova temeljna postavka da kvantitativno bujanje takvih tipova poslova u današnjem svijetu jest posljedica suvremene korporativno-menadžerske kapitalističke logike koja je naprosto premrežila sve sfere rada, proizvodnje i života. Tim sistemskim pretpostavkama autor pridodaje i one subjektivne poput osjećaja beznadnosti, uzaludnosti, beskorisnosti i besmislenosti koji su konstanta za veliki broj ljudi kada je obaveza obavljanja posla i rada u pitanju. Sam autor ga definira ovako: „besmisleni posao je oblik plaćenog zaposlenja koje je do te mjere besmisleno, nepotrebno ili štetno da ni zaposlenik ne može opravdati njegovo postojanje,

12 S obzirom da je preko prijevoda Greabrove knjige na hrvatski jezik već uveden termin besmislen, besmislenost za izvorni pojam na engleskom jeziku koji glasi *bullshit*, mi ćemo prilikom preuzimanja i aplikacije tog koncepta u članku poštivati takvu praksu, ali uz punu uvjerenost o limitima takvog prevoditeljskog, uredničkog i izdavačkog odabira koji je rezultirao svojevrsnim eufemizmom. Naime, smatramo da je Greabrovu kovanicu „*bullshit jobs*“ trebalo prevesti „oštrije“, recimo kao „usrani poslovi“ ili „idiotski poslovi“. Jer da je autor želio naglasiti „besmislenost posla“, potom bi izvorni original vjerojatno glasio „*meaningless jobs*“ ili nešto slično, a ne „*bullshit jobs*“.

premda se, u sklopu uvjeta za posao, zaposlenik osjeća obaveznim pretvarati da tomu nije tako” (Greaber, 2020:37). Greaber pravi kategorizaciju pet osnovnih modela besmislenih poslova. To su:

1. lakeji (*flunkies*), poslovi/zaposlenici čija je svrha da nadređenima stvore osjećaj važnosti, zaposlenici služe kao statusni simbol nadređenima;
2. nasilnici (*goons*), poslovi koji u sebi sadrže element prevare i agresije, a uključuju nagovaranje drugih ljudi na nešto što je za njih štetno;
3. popravljajući (*duct tapers*), poslovi kojima se privremeno rješavaju nepotrebno nastali problemi;
4. pro-formisti (*box tickers*) poslovi koji stvaraju dojam da su korisni iako to nije slučaj;
5. žandari (*taskmasters*) poslovi u kojima se izmišljaju bespotrebni poslovi najčešće vezani uz različite oblike organizacije i nadzora (Greaber, 2020:54).

Četvrta skupina, tzv. pro-formisti, puki su ‘smokvin list’ za institucije, postoje kako bi tvrtka mogla tvrditi da se bavi nečim korisnim s čime se zapravo uopće ne bavi. Među takve zaposlenike autor ubraja i neku vrstu novinara angažiranih u internim promidžbenim medijima tvrtke, poput periodičnih publikacija, magazina, biltena, portala, tvorničkih novina... koji su namijenjeni specifičnim interesnim skupinama što ih firma stavlja u fokus svog interesa, a to su kupci, poslovni partneri, zaposlenici. U proširenoj interpretaciji, s obzirom na diskrepanciju između normativnih društvenih očekivanja od novinarske profesije i s time povezanom ideologijom profesionalnog novinarstva i stvarnih, gore spomenutih, suvremenih novinarskih praksi, čini se da su novinari postali puki „smokvin list“ za komercijalne i političko interesne organizacije/skupine, iako i dalje legitimiraju svoje djelovanje navodnim profesionalizmom.

Značajke suvremenog novinarstva, posebno u kontekstu sve jače dominacije oglašavanja i strateških mehanizama u funkciji privlačenja pažnje („ekonomija pažnje“) pronalazimo i u Greaberovoj drugoj skupini „nasilnika“ (*goons*) koji ljudima nastoje prodati stvari koje im objektivno ne trebaju, niti ih žele. Takvi poslovi imaju agresivna obilježja i primarno nastaju kao rezultat kompeticije unutar polja, u ovom slučaju novinarskog. Manipulativni *clickbait* naslovi koji uopće ne odgovaraju sadržaju, „krvožednost“ u praćenju „crne kronike“ ili života slavnih, preplavljivanje reklamama, prikriveno oglašavanje – sve su to agresivne strategije koje narušavaju javnu komunikaciju, a isključivo donose korist „nasilnicima“, medijima i oglašivačima.

Iste godine kada i Greaber, André Spicer objavljuje knjigu o „besmislenom poslovanju“ (*business bullshit*). S posebnim fokusom u analizi na ispraznom menadžerskom diskursu koji je institucionalno-organizacijski proizveden i podržan, Spicer se, vrlo blisko Greaberu, također dotiče motiva besmislenih poslova. Oni se očituju u kolektivnim osjećajima nezanemarivog broja ljudi da njihovi poslovi temeljno nemaju nikakvog smisla (Spicer, 2018). No dobre pretpostavke kako za Greabera, tako i za Spicera, a i za nas u kontekstu teme ovog rada, napravio je Harry Frankfurt u svojoj studiji „o besmislenosti“ (On

Bullshit). Pritom Frankfurt iz filozofijske perspektive u fokus svoje rasprave stavlja besmislenost u kontekstu javne, pa tako i medijske, komunikacije. Kao oblik govora u pokušaju uvjeravanja ne da bismo se pritom rukovodili načelima istinitog i lažnog. Frankfurt s tim u vezi pravi distinkciju između lažova i seronje (*bullshitter*). Za razliku od lažova koji ipak uzima istinu u obzir, ali ju pritom prikriva, seronji je potpuno svejedno je li ono što govori istinito ili lažno (Frankfurt, 2005:61). Frankfurtovo razumijevanje „besmislenosti“ poslužilo je kao polazište Benkleru i suradnicima za interpretacije onih tipova komunikacije koje nazivaju „besmislenom komunikacijom“ (*bullshit communication*), u širem kontekstu mrežne propagande, pri čemu „besmislena komunikacija“ ne mari za istinito ili lažno, kao ni za političke efekte u izjavama koje publicira, sve dok iz toga generira novac (Benkler et al., 2018:32).

Apliciramo li Greaberovu tezu o „besmislenim poslovima“ generalno na suvremeno novinarstvo, otvara nam se cijeli jedan horizont praksi u domeni profesije preko kojih je moguće argumentirati u korist ideje da je novinarstvo postalo „besmislen posao“. To naravno ne isključuje činjenicu da još uvijek postoje ozbiljne medijske prakse, profesionalni novinari i mediji, ali su zahvaljujući spomenutim trendovima i pripadajućim praksama sve više u manjini.

Kriza novinarstva kao profesije: propadanje ili redefinicija?

Evalvacija profesionalnog novinarstva u suvremenom kontekstu različita je i prati ju raznolika argumentacija. Zbog promjena šireg konteksta unutar kojih se odvijaju i novinarske profesionalne prakse, novinarstvo je proglašeno „mrtvom“ i „zombi institucijom“ (Deuze u Wahl-Jorgensen and Hanitzsch, 2009:3), govori se o „kraju novinarstva“ (Waisbord u Wahl-Jorgensen and Hanitzsch, 2009:3) kao i o nestanku tradicionalnog političkog novinarstva (Habermas u Wahl-Jorgensen and Hanitzsch, 2009:3), te da je „suvremeno novinarstvo u odumiranju i rasulu“ (McChesney, 2014:219). Mosco ističe da je suvremeno novinarstvo, koje bi bilo temeljeno na činjeničnom, objektivnom i etičkom izvještavanju, ugroženo društvenim medijima, te da nemaju šanse pored korporativnog napada na digitalni informacijski prostor. Vlade nisu dovoljno regulirale vodeće medijsko-digitalne korporacije (tzv. veliku petorku), a postojeća regulacija uglavnom se ne usmjerava na zaštitu interesa javnosti već se prepušta tržištu. S obzirom na to, autor smatra da se nastavak erozije novinarstva i onoga što je ostalo od demokracije čini izvjesnim (Mosco, 2019).

Analizirajući profesionalno novinarstvo u okviru sociologije profesija, unutar koje se u obzir uzimaju četiri interna obilježja izgradnje svake profesije (sistematično znanje proizvedeno u okviru sveučilišnih programa; autonomija i samokontrola postupanja članova profesionalne zajednice; orijentacija prema javnom interesu; te sustav nagrađivanja članova profesionalne zajednice) i četiri eksterna društvena aktera koji su relevantni u procesu profesionalizacije (država, sveučilište, korisnici profesionalnih usluga, te sama profesionalna zajednica), Popović (2018) pokazuje da se s obzirom na suvremene trendove

novinarski „profesionalni projekt“ polako raspada. U sličnom ključu, Mir razrađuje koncept postnovinarstva u široko zahvaćenom povijesnom kontekstu. Fatalističku presudu tisku, za koji smatra da mu, u smislu klasičnog analognog industrijskog proizvoda, slijedi definitivni kraj do sredine 2030-ih, autor vidi kao dovršetak jedne duge epohe. Pritom ne upada u zamku tehnodeterminizma jer fundamentalne promjene do kojih je došlo na polju komunikacija, medija, novinarstva i publika, autor tretira ne kao posljedice tehnologija po sebi, već kao posljedice dubinskih transformacija u funkcioniranju medija koje je proizvela hiperinflacija dostupnih informacija, te s tim povezanih promjena u njihovom tretmanu, bilo kao proizvodnih resursa, ili kao korisničkih sadržaja (Mir, 2020).

No, o postnovinarstvu se pisalo i dosta ranije, još u razdoblju koje prethodi komercijalnom internetu (na primjer, Altheide and Snow, 1991). Altheide i Snow se problemskim motivom postnovinarstva bave u kontekstu šireg teorijskog okvira koji su nazvali medijska logika (media logic). Prema autorima, medijska logika jest eksplanatorni koncept za razumijevanje odnosa između masovnih medija i kulture. Altheide i Snow smatraju da je „organizirano novinarstvo mrtvo“ (1991:1), te da svjedočimo „postnovinarstvu“ jer su novinarske prakse, tehnike i pristupi usmjereni i oblikovani prema medijskim formatima, ali su i teme, organizacije i događaji o kojima novinari izvještavaju, proizvodi novinarskih formata i kriterija. To znači da se usmjeravaju na događaje koje konstruiraju unutar vlastitih formata i okvira relevantnosti, umjesto da pokušaju razumjeti događaj u njegovoj naravi, te da pokušaju komunicirati kompleksnost i ambivalentnost uvjeta u stvarnom životu (Altheide and Snow, 1991:51). Taj se aspekt upisuje u širu problemsku perspektivu koju je naznačio još Bourdieu u svom poznatom tekstu o televiziji, „pristup televiziji ima kao naličje strahovitu cenzuru, gubitak autonomije koji se, između ostaloga, veže uz činjenicu da je sadržaj nametnut, da su nametnuti uvjeti priopćenja, a nadasve da ograničenje vremena nameće diskursu takve prisile da je mala vjerojatnost da se bilo što može reći“ (Bourdieu, 2005:273).

S druge su pak strane autori koji ne smatraju da novinarstvo po sebi propada, već da se redefinira. Prema njima, dakle, svjedočimo značajnim promjenama, i potrebi za reinvecijama u struci, ali ne i o kraju novinarstva (Weber u Wahl-Jorgnesen and Hanitzsch, 2009:3). Na tragu toga, a u vidu nužnosti prilagodbe novinarstva novonastalim kontekstima, posebno digitalno-tehnološkom razvoju, govori se o „post-industrijskom novinarstvu“ (Anderson, Bell and Shiky u Tumber, 2014:77) budući da je digitalni razvoj nužno doprinio proizvodnji, diseminaciji i dijeljenju informativnih sadržaja na načine koji su ranije bili nezamislivi. Dakle, postoje potrebe prilagodbe novoj profesionalnoj logici, povećanju otvorenosti za suradnju, oslanjanju na tehnologiju, no te promjene ne bi trebale značiti raskid s ranije definiranim ciljevima i funkcijom informativnih medija (Tumber, 2014:77).

Davis u svome radu o suvremenom novinarstvu kao profesiji iznosi tezu da se često pravi greška prilikom definiranja koncepta profesije. Novinari su, smatra on, nešto više od medijskih radnika, izvjestitelja, urednika i voditelja. Preciznijim određenjem, odnosno širenjem razumijevanja profesije u uvjetima i okolnostima funkcioniranja suvremene medijske produkcije, moguće je, smatra autor, izraziti

nađu u opstanak novinarstva kao profesije i u slučaju radikalnih promjena unutar istog (Davis, 2010). Jay Black ide korak dalje, indirektno odvaja aktualnu figuru i funkciju novinara od klasičnih oblika novinarske profesije, pa nas na tom tragu podsjeća da većina onih koji sebe danas smatraju i nazivaju novinarima nisu više nekadašnji tipični zaposlenici s punim radnim vremenom u tradicionalnim medijima. Sada su to reporteri, videografičari i komentatori, često u *freelance* honorarnim statusima na web blogovima, kablovskim operaterima i internetskim magazinima svih razina, od lokalnih, preko nacionalnih i regionalnih, do međunarodnih. Autor nam stoga nudi tezu prema kojoj je najbolje karakterizirati suvremenog „novinara“ kao nekog tko je performativno ukorijenjen u takvoj ulozi, ali je i vođen etičkim principima. Drugim riječima, smatra on, biti novinar danas znači biti angažiran u nekim partikularnim medijskim aktivnostima te ih etički provoditi (Black, 2010).

Shoshana Zuboff, pak, u svojoj utjecajnoj recentnijoj studiji o epohi koju naziva „nadzornim kapitalizmom“, tretira suštinu profesionalnog novinarstva kao protutežu radikalnoj ravnodušnosti. Prema autorici, u najkraćem, radikalna ravnodušnost u kontekstu društvenih medija jest tendencija da se sve društvene pojave, dobre i loše, promatraju i tretiraju kao ekvivalentne s ciljem da nas se po mogućnosti sve uhvati u mrežu (više u Zubof, 2020:399, 530–538), stoga profesionalno novinarstvo ostaje društveno relevantna profesija budući da je „Zadatak novinara [je] da prenosi vesti i analize koje razdvajaju istinu od laži. To odbacivanje ekvivalentnosti i odnos uzajamnosti sa čitaocima predstavljaju samu suštinu novinarstva“ (Zubof, 2020:533), U tom smislu ključ profesionalnog novinarstva upravo ostaje „stara“ profesionalna norma koja se odnosi na zaštitu javnog interesa objavljivanjem istinitih, točnih i provjerenih informacija. Očito je, dakle, da među autorima koji se bave pitanjima suvremenih promjena u statusu i profilu novinarske profesije, ne postoji konsenzus, no ono što je zajedničko različitim pozicijama jest da se unutar novinarske profesije događaju znatne promjene.

Zaključak

Možemo li, dakle, i dalje novinarstvo promišljati kao profesiju u skladu s njegovim temeljima oblikovanim sredinom 20. stoljeća, ili je novinarska profesija „mrtva“, pretvorena u takozvani „besmisleni posao“? U radu smo pokušali dovesti u vezu normativna obilježja profesionalnog novinarstva koje legitimiraju samu profesiju i stvarnih praksi u kontekstu značajnih društvenih promjena poput radikalizacije kapitalizma i širenja upotrebe informacijsko-komunikacijskih tehnologija što, naravno, utječu i na niz drugih profesija. U tom ključu, obilježja suvremenog novinarstva uključuju prekarizaciju novinarskog rada, informacijski poremećaj i „lažne vijesti“, *copy-paste* i *clickbait* proizvodnju medijskog sadržaja, komercijalizaciju, profitnu orijentaciju i ovisnosti o oglašivačima, te trivijalizaciju sadržaja i kulturu senzacionalizma. Na djelu je i svojevrsna epistemološka kriza u svijetu „postistine“, evidentna u relativizaciji istine i nicanju „alternativnih činjenica“, hiperinflaciji informacija, poteškoćama

u filtriranju, za javnost, bitnih od nebitnih informacija, što, dakako, sve mijenja profesionalne novinarske prakse, ali i narav javne komunikacije u odnosu na ranija razdoblja. Informacijsko-komunikacijske tehnologije „demokratizirale“ su javnu komunikaciju, što ima ambivalentni učinak na profesionalno novinarstvo. Ona doprinosi opadanju važnosti tradicionalnih informativnih medija i premještanju fokusa na društvene medije.

Uzmemo li u obzir tri obilježja profesionalnog novinarstva koja ističu Hallin i Mancini (javni interes i nadzor nad strukturama moći, autonomija i primjena posebnih profesionalnih normi u svakodnevnim praksama), čini se da su sva tri obilježja znatno „nagrižena“ usporedimo li ih sa stvarnim novinarskim praksama, što sve upućuje na to da se novinarstvo, u velikoj mjeri, pretvorilo u „besmisleni posao“ koji se i dalje legitimira „starim“ normativnim obilježjima profesije ali bez uporišta u stvarnim novinarskim praksama u zadanom društvenom kontekstu. „Nasilnici“ i „pro-formisti, promotori „besmislene komunikacije“ adekvatnije opisuju suvremene novinarske prakse i postavlja se pitanje do kada će novinari moći opravdati „besmislene“ „profesionalne“ prakse pretvarajući se da tomu nije tako, posebno u svjetlu već nagrižene kredibilitnosti i legitimiteta?

To, dakako, ne znači da profesionalno novinarstvo uspostavljeno na temeljima koja su bila važeća polovicom 20. stoljeća nije i dalje relevantno, možda i krucijalno za javnost i javni interes. U njihovoj su nadležnosti bitne vrijednosti općeg karaktera i profila, a koje su danas stavljene na kušnju. Radi se o zadatku novinara da, slijedeći i u ovom radu citiranu Zuboff, odbacuju ekvivalentnost svih društvenih pojava te da ustrajavaju na zadatku prenošenja društvenih fenomena metodološki prateći epistemološko odvajanje istine od laži. Također, pred profesionalnim novinarima nalazi se imperativ održanja makar minimalnih kontura zajedničkog društvenog svijeta, odnosno doživljaja svijeta kao homogenog dijeljenog iskustva općenitijeg, društvenog, profila a ne samo individualizirana, fragmentirana osobna perspektiva. Na novinarstvu i medijima je zadatak kreiranja platformi za takve kolektivne susrete, to jest za dijeljenje iskustava društvenosti u smislu opće građanske informiranosti i upućenosti u teme od zajedničkog interesa. Naposljetku, funkcija nadzora ostaje bitna zadaća profesionalnih novinara budući da njihova strukturalna pozicija omogućuje pristup akterima i informacijama koji „običnim“ građanima nisu dostupni.

Iako danas dominantne novinarske prakse nisu usmjerene na prethodno navedene ciljeve, potrebno je jačati status onih medijskih organizacija koje jesu, koje njeguju tradiciju istraživačkog i kritički intoniranog, neovisnog novinarstva. Neke od tih perspektiva profesije već imaju svoja praktična utemeljenja. Primjerice, pristupi novinarstvu u okviru medija kakvi su neprofitni informativni mediji, u kojima se novinarstvo stavlja u službu društva, građana i javnog dobra, a ne partikularnih političkih ili interesa privatnog kapitala. Tako mišljeno novinarstvo postaje misija avangarde, ujedinjujući u sebi naizgled suprotstavljena načela: s jedne strane intenzivnu profesionalizaciju novoga kova, vođenu već navedenim načelima, a shodno novim povijesnim okolnostima i izazovima, te s druge strane promoviranje

praksi suprotne „profesionalnim“ modelima oblikovanim kapitalističkim interesima i/li političkim pritiscima. Na tom tragu ne treba bježati od alternativnih, pa i ponešto utopijskih vizija novinarske profesije u postojećim društvenim i medijskim prilikama, no za to se primarno moraju pobrinuti sami novinari i urednici. Dakako, ukoliko profesionalno novinarstvo i javni interes vide kao nešto što je vrijedno borbe.

Bibliografija:

- Altheide, D. L. and Snow, R. P. (1991). *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Walter de Gruyter Inc.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Baran, S. J. and Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory*. Boston: Wadsworth.
- Barnhurst, G. K., and Nerone, J. (2009). Journalism History. U: Wahl-Jorgensen, K. and Hanitzsch, T. (eds.). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge. (17–28).
- Bauman, Z. (2011). *Tekuća modernost*. Zagreb: Pelago.
- Benkler, Y., et al. (2018). *Network Propaganda. Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Black, J. (2010). Who Is a Journalist. In: Meyers, C. (ed.). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*. Oxford: Oxford University Press (103–116).
- Bourdieu, P. (2005). O televiziji. *Europski glasnik* 10(10): 271–315.
- Croteau, D. and Hoynes, W. (2003). *Media Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Curran J., and Seaton, J. (1991). *Power without responsibility: the press and broadcasting in Britain*. London: Routledge.
- Curran, J. (2009). Prophecy and journalism studies. *Journalism* 10(3): 312–314.
- Curran, J., et al. (2012). *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.
- Davenport, T. H. and Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard: Harvard Business School Press.
- Davis, M. (2010). Why Journalism Is a Profession. In: Meyers, C. (ed.). *Journalism Ethics: A Philosophical Approach*. Oxford: Oxford University Press. (91–102).
- Deuze, M. (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6(4): 442–464.
- Dickinson, R. (2007). Accomplishing Journalism: Towards a Revisited Sociology of a Media Occupation. *Cultural Sociology* 1(2): 189–208.
- Entman, R. (1989). *Democracy without Citizens – Media and the Decay of American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Frankfurt, H. (2005). *On Bullshit*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- Graves, L. and Amazeen M. A. (2019). Fact-Checking as Idea and Practice in Journalism. U: Nussbaum, J. F. (ed.). *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Graves, L. and Konieczna, M. (2015). Sharing the News: Journalistic Collaboration as Field Repair. *Intenational Journal of Communication* 9: 1966–1984.
- Greaber, D. (2020). *Besmisleni poslovi*. Zagreb, Rijeka: Naklada Jesenski i Turk, Drugo more.
- Gruhonjić, D. (2019). Mediji civilnog društva – Terra Nova za novinarstvo. U: Gruhonjić, D. i Valić Nedeljković, D. (ur.). *Mediji civilnog društva kao alternativa medijskom polulizmu, senzacionalizmu i lažnim vijestima*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet Novi Sad (7–14).
- Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje: istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*. Beograd: Kultura.
- Hallin, D. C. and Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge UK: Cambridge University Press.
- Hardt, H. (1979). *Social Theories of the Press, Early German and American perspectives*. London: Sage.
- Hardt, H. (2004). *Myths for the Masses*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Herman, E. and Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Hromadžić, H. i Zgaljardić, A. (2019). Prekarnost. Ekonomsko-politički i društveni fenomen suvremenog svijeta. *Etnološka tribina* 49(42): 122–136.
- Journalistic Role Performance. <https://www.journalisticperformance.org/> (3. 4. 2024.).
- Keeble, R. (2001). *Ethics for Journalism*. London: Routledge.
- Krstić, P. (2022). *O čemu govorimo kad govorimo o (post)istini*. Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju.
- Majstorović, D., et al. (2023). Zlostavljanje djece i medijska etika: prikaz žrtava i korištenje ugrožavajućih praksi u dnevnim novinama u Hrvatskoj. *Ljetopis socijalnog rada* 30(1): 9–33.
- Marx, K. (1947). *Kapital I-III*. Zagreb: Kultura Zagreb.
- McChesney, W. R. (2014). *Digitalna isključenost: kako kapitalizam okreće Internet protiv demokracije*. Zagreb: Multimedijalni institut.
- McQuail, D. (1987). *Introduction to Mass Communication Theory*. London: SAGE.
- Mir, A. (2020). *Postjournalism and the death of newspapers*. Samizdat.
- Mosco, V. (2006). Knowledge and Media Workers in the Global Economy: Antimonies of Outsourcing. *Social Identities* 12(6): 771–790.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: Sage.

- Mosco, V. (2019). Social media versus journalism and democracy. *Journalism* 20(1): 181–184.
- Petković, B. (ed.) (2014). *Media Integrity Matters – Reclaiming Public Service Values in Media and Journalism*. Ljubljana: Peace Institute.
- Popović, H. (2014a). Mediji i demokracija: između normativne teorije i komunikacijske prakse. U: Valić Nedeljković, D., et al. (ur.). *Uloga medija u normalizaciji odnosa na zapadnom Balkanu*. Novi Sad: Filozofski fakultet i Centar za istraživanje religije, politike i društva (51–71).
- Popović, H. (2014b). Media Integrity Matters – Reclaiming Public Service Values in Media and Journalism: Croatia. U: Petković, B. (ed.) *Media Integrity Matters – Reclaiming Public Service Values in Media and Journalism*. Ljubljana: Peace Institute (193–257).
- Popović, H. (2018). Journalism in Croatia in the Southeast European Context: Deterioration of the ‘Professional Project’. *Work Organization, Labor & Globalisation* 12(1): 25–42.
- Popović, H. (2019). Nova medijska realnost: lažne, „prave“ i satirične vijesti. U: Gruhonjić, D. i Valić Nedeljković, D. (ur.). *Mediji civilnog društva kao alternativa medijskom polulizmu, senzacionalizmu i lažnim vijestima*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet Novi Sad (65–76).
- Popović, H. i Rodik, P. (2021). Novinarstvo i politika: novinari o komunikacijskim praksama s političkim akterima. *CM-Communication and Media* 1(XVI): 27–52.
- Popović, H., et al. (2022). *Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade RH.
- Spicer, A. (2018). *Businnes Bullshit*. London: Routledge.
- Schiller, H. (1989). *Culture, Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*. New York: Oxford University Press.
- Srnicsek, N. and Williams, A. (2020). *Postkapitalizam i svijet bez rada*. Zagreb, Rijeka: Naklada Jesenski i Turk, Drugo more.
- Srnicsek, N. (2016). *Platform Capitalism*. New Jersey: Wiley.
- Schudson, M. (2014). Linking Media Sociology to Political Development in Trans-Legislative Democracies. U: Waisbord, S (ed.). *Media Sociology: A Reappraisal*. Cambridge: Polity Press (46–64).
- Tolentino, J. (2019). *Trick Mirror. Reflections on Self-Delusion*. New York: Random House.
- Tumber, H. (2014). Back to the Future? The Sociology of News and Journalism from Black and White to the Digital Age. U: Waisbord, S. (ed.). *Media Sociology: A Reappraisal*. Cambridge: Polity Press (63–81).
- Valić Nedeljković, D., et al. (2019). Tribina: Mediji civilnog društva kao alternativa medijskom polulizmu, senzacionalizmu i lažnim vijestima. U: Gruhonjić, D. i Valić Nedeljković, D. (ur.). *Mediji civilnog društva kao alternativa medijskom*

polulizmu, senzacionalizmu i lažnim vijestima. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet Novi Sad (17–24).

Zubof(f), Š(Sh) (2020). *Doba nadzornog kapitalizma. Borba za budućnost čoveka na novom rubu moći*. Beograd: Clio.

Wahl-Jorgensen i Thoams Hanitzsch (2009). Introduction: On Why and How we Should Do Journalism Studies. U: Wahl-Jorgensen, K. i Hanitzsch, T. (eds.). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge. (3–17).

Wardle, C., and Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe.

Worlds of Journalism. <https://worldsofjournalism.org/> (3. 4. 2024.)