

Pozitivno pripovijedanje u medijima i borba protiv pristrasnog i prejudiciranog izvještavanja

Lamija Silajdžić, MA

Storytelling je tehnika koja podrazumijeva vještinu pripovijedanja priča. Od devedesetih godina prošlog stoljeća ova tehnika je, kako to kaže Christian Salmon: „(...) prodrla svuda, u svijet menadžmenta, kao i u svijet političke komunikacije. Ona podstiče na vrlo različite upotrebe narativa, od usmenog pripovijedanja, onog koji koriste pripovjedači, pa sve do digitalnog storytellinga, koji praktikuje virtuelno uranjanje u multisenzore i vrlo inscenirane svjetove (Salmon; 2010:11) Pričanje priča, između ostalog, predstavlja oruđe propagande, instrument za profilisanje pojedinaca, tehniku vizualizacije informacije i opasno oružje za dezinformisanje (Salmon, 2010).

Iako je zadatak novinara i medija da ukazuju na devijacije u društvu, novinarska maksima „If it bleeds, it leads!“ preopteretila je javni prostor negativnim informacijama. Sve češće se u istraživanjima javnog mnijenja kao rezultat ističe potreba za pozitivnijim pristupom u medijskom izvještavanju. **Pozitivno pripovijedanje** tako može biti tehnika za prevladavanje izazova preobilja negativnih vijesti, odnosno tehnika pomoću koje će mediji publici pokazati da se priče mogu pričati i pozitivnijim pristupom. Često se u kolokvijalnom govoru u medijima spominju „tople ljudske priče“, to jeste priče o pozitivnim dešavanjima u svijetu koji nas okružuje, kao one koje su svijetli primjeri u tamnim svakodnevnica.

7 tehnika koje koriste TED-ovi najbolji govornici u kontekstu pozitivnog pripovijedanja:

1. Uronite svoju publiku u priču
2. Ispričajte ličnu priču
3. Stvorite napetost
4. Oživite likove
5. Pokaži. Ne govori.
6. Izgradite S.T.A.R. (Something They'll Always Remember) momenat.
7. Završite pozitivno.¹

Mediji bi također neke od ovih tehnika mogli i trebali koristiti u svom izvještavanju, kako bi u javnosti promijenili dojam da je vijest interesantna samo ako je senzacionalna i šokantna. Pozitivno pripovijedanje, dakle, može biti alat borbe protiv senzacionalizma u izvještavanju.

¹ Više na: <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>

Spomenut ćemo jedan aktuelan primjer – izvještavanje o COVID-19 pandemiji. Mediji su uglavnom izvještaje počinjali sa brojem novozaraženih, što jeste primarno i najvažnije, ali s obzirom na to da je pandemija potrajala, mediji su s vremena na vrijeme trebali promijeniti pristup i izvještaje počinjati sa brojem oporavljenih. Tako bi se napravio balans, ohrabrila javnost da se radi o bolesti od koje se ipak većina oporavi, te smanjio strah i panika među ljudima. Pričajući priče iz pozitivne perspektive, mediji mogu utjecati i na „buđenje“ društvenog aktivizma kod javnosti, koji u konačnici znači i bolje društvo. Ukoliko javnost kroz medijske izvještaje vidi da „ima nade“, to će ih potaknuti da se aktiviraju i učine nešto dobro za svoju zajednicu i svoj život u toj zajednici.

Međutim, nužno je upozoriti da pozitivno pripovijedanje nipošto ne treba iskoristiti kao izgovor za pristrasnost u izvještavanju.

Pristrasni medijski sadržaji su oni koji određenu osobu, grupu ili instituciju predstavljaju u pozitivnom ili negativnom svjetlu, to jeste favoriziraju informacije koje odgovaraju određenoj osobi, grupi ili instituciji. Sa druge strane, vješto zanemaruju ili iskrivljuju ono što nije u interesu te osobe, grupe ili institucije. Pristrasni medijski izvještaji, dakle, zanemaruju novinarsko pravilo dvije strane ili dva izvora, te ne prikazuju cijelu sliku o određenoj temi. Ovakvo izvještavanje nikako nije slučajna greška ili propust, već rezultat svjesne namjere.

Signali koji mogu ukazati na pristrasnost u izvještavanju:

- u medijskom sadržaju nije konsultovana druga strana, to jeste ona koja bi oponirala iznesenim tvrdnjama,
- druga strana je konsultovana, ali se tretira drugačije,
- u medijskom izvještaju se jasno vidi vrijednosni sud o temi – jedna strana je predstavljena u izrazito pozitivnom ili izrazito negativnom svjetlu,
- emocionalan i strastven način pisanja/pričanja,
- selektivno prikazivanje činjenica, širenje dezinformacija ili teorija zavjere,
- spin – tendenciozno prikrivanje određenih aktera,
- anonimnost izvora korištenih u medijskim sadržajima.

Fact-checking platforma Raskrinkavanje.ba redovno prati medijske objave, te na osnovu jasno utvrđene metodologije provjerava i ocjenjuje one čija kredibilnost djeluje upitno.

Na njihovoj web stranici mogu se pronaći primjeri medijskih sadržaja koji su ocijenjeni oznakom „pristrasno izvještavanje“².

Problem dezinformacija u medijskom izvještavanju „procvjetao“ je usponom digitalnih tehnologija, iako su se dezinformacije to jeste provjerljivo lažne ili obmanjujuće informacije koristile i ranije kao sredstvo propagande ili borbe protiv neistomišljenika. Digitalne tehnologije su, međutim, multiplicirale kanale i ubrzale širenje dezinformacija. Medijski izvještaji netačnog ili obmanjujućeg sadržaja izuzetno su prisutni i u Bosni i Hercegovini, navodi se u istraživanju platforme Raskrinkavanje.ba³. U ovom izvještaju se pojašnjava i postojanje takozvanih dezinformacijskih mreža, a jedna od njih je mreža sastavljena od 29 medija, od kojih se 15 nalazi u Srbiji, a 14 u Bosni i Hercegovini. Ove mreže funkcionišu tako da tradicionalni mediji, osim svog regularnog online izdanja, kreiraju i takozvane fantomske portale (anonimne portale) koje potom koriste kao izvore u svojim originalnim izdanjima, te tako „samo prenose“ dezinformacije. Radi se zapravo u namjenski kreiranoj dezinformacijskoj mreži putem koje se manipulira javnim mnijenjem ili bori protiv političkih i drugih neistomišljenika. Osim dezinformacijskih mreža, u online svijetu svjedočimo porastu broja lažnih medija i farmi portala.

Kako utvrditi da li je neki medij lažan?

1. Da li ima impressum?
2. Da li je naznačeno ime autora sadržaja?
3. Da li su fotografije potpisane?
4. Da li sadržaji odgovaraju na 5W?
5. Da li je u sadržajima konsultovana druga strana?

Lažni mediji su veoma često dio takozvanih farmi portala, koje čini veliki broj web portala i Facebook stranica koje uređuje jedna ili nekoliko osoba, a koje računaju na to da se prihodi od oglašavanja putem Google AdSense platforme povećavaju onoliko puta koliko se povećava broj portala uvezanih u mrežu i povezanih sa AdSense platformom.

² Primjere možete pronaći na linku: <https://raskrinkavanje.ba/analize-sa-clancima-kategorisanim-kao-pristrasno-izvjestavanje>

³ Cvjetičanin T., Zulejhić E., Brkan D., Livančić-Milić B., UG Zašto ne. “Dezinformacije u online sferi - Slučaj BiH”. Sarajevo, april 2018 (dostupno na: <https://bit.ly/2Yqgiy8>)

Jedan od primjera je “farma” koju čini 21 portal i 4 Facebook stranice koje ukupno prati pola miliona ljudi. Farme portala su najčešće glavni multiplikatori “dezinformacijskog ekosistema”⁴.

Zašto novinarstvu treba medijska i informacijska pismenost, i obratno?

Profesionalno novinarstvo, temeljeno na etičkim i profesionalnim standardima ima puno toga zajedničkog sa medijskom i informacijskom pismenošću. Kombinacija kvalitetnog (profesionalnog) novinarstva s medijskom i informacijskom pismenošću može pomoći poticanju pravednijih, otvorenih i inkluzivnih društava, te na taj način unaprijediti ciljeve održivog razvoja.

Odnos između novinarstva i medijske i informacijske pismenosti najbolje se može pojasniti kroz 9 ključnih principa⁵:

Temeljni principi novinarstva	Temeljni principi medijske i informacijske pismenosti
Prva novinarska obaveza je istina.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima da učinkovito učestvuju u procesu traženja istine.
Novinarstvo je prije svega odano građanima.	Medijska i informacijska pismenost se mora usredotočiti na osnaživanje građana.
Novinari moraju održavati nezavisnosti od onih o kojima izvještavaju.	Medijska i informacijska pismenost se ne bi trebala odnositi na to da ljudima govori što da misle ili kako da misle, već da misle svojom glavom.
Novinarstvo mora služiti kao nezavisni nadzornik moći.	Dok su mediji četvrti stub vlasti, medijska i informacijska pismenost omogućava peti – građane.
Novinarstvo mora pružiti forum za javnu kritiku i kompromise.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima učestvovanje u javnom diskursu i dijalogu.
Novinarstvo mora težiti tome da ono što je značajno, bude zanimljivo i relevantno.	Medijska i informacijska pismenost potiče znatiželju i istraživanje tehnologije kod ljudi, kako bi razumjeli važnost informacija i medija u njihovom životu.

⁴ Zulejhić, E. Farme portala: “Sarajevo grad”. Raskrinkavanje.ba, 28. 11. 2018 (dostupno na: <https://bit.ly/2MDLM7F>)

⁵ Grizzle, A. (2018), Neobjavljeno djelo

Vijesti moraju biti sveobuhvatne i proporcionalne.	Medijska i informacijska pismenost omogućava ljudima da razmotre mnoštvo informacija i medija.
Novinarima mora biti dopušteno „vježbati“ vlastitu savjest.	Medijska i informacijska pismenost potiče rasuđivanje i savjest, kojima smo svi obdareni.

Vještine medijske i informacijske pismenosti mogu se podijeliti u pet glavnih područja:

- Pristup,
- Analiza i razumijevanje,
- Kritička procjena,
- Korištenje,
- Stvaranje i angažman.

Ovih se pet glavnih područja odnosi i na temeljne novinarske 5W + 1H: What, who, when, where, why + how. Pojednostavljeno rečeno, u svakoj priči o razvoju i pozitivnim promjenama, vraćamo se na *temeljne postavke*. Tako je i u priči o ulozi novinara, urednika i medija u promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti. Sveobuhvatan pristup, saradnja sa akademskom zajednicom i civilnim društvom, solidarnost među novinarima, insistiranje na poštivanju profesionalnih standarda i zalaganje za razvoj kritičkog mišljenja građana, koraci su koji mogu pomoći novinarima i medijima da doprinesu razvoju medijske i informacijske pismenosti, a istovremeno i razvoju i očuvanju kredibiliteta novinarske profesije.

Izvori:

- Chibana N. *7 Storytelling Techniques Used by the Most Inspiring TED Presenters*. Dostupno na: <https://visme.co/blog/7-storytelling-techniques-used-by-the-most-inspiring-ted-presenters/>
- Cvjetičanin T., Zulejhić E., Brkan D., Livančić-Milić B. (2018). *Dezinformacije u online sferi - Slučaj BiH*. Sarajevo: UG Zašto ne. (dostupno na: <https://bit.ly/2Yqqiy8>)
- Grizzle, A., Torras Calvo, M. (2013). *Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines*. United Nations Educational.
- Grizzle, A. (2018), Neobjavljeno djelo
- Halilović K., Korać H., Udovičić R. (2017). *Media Literacy and Education needs of journalists and the public in Bosnia and Herzegovina*. Media Initiatives, Bosnia and Herzegovina
- Muratova N., Grizzle A., Mirzakhmedova D. (2019). *Media and Information Literacy in Journalism: a Handbook for Journalists and Journalism Educators*. Tashkent: Baktria Press.
- Salmon, C. (2010). *Storytelling: Bewitching the Modern Mind*. London: Verso.

- Simmons, A. (2002) *The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling*. London: Perseus
- Zulejhić, E. (2018). Farne portala: “Sarajevo grad”. Raskrinkavanje.ba (dostupno na: <https://bit.ly/2MDLM7F>)