

Milica Jevtić\*

*Fakultet političkih nauka  
Univerzitet u Beogradu*

## Novinarstvo u eri post-istine

### *Apstrakt*

Ovaj rad teži da kontekstualizuje poziciju novinara i način profesionalnog delanja u postistinskom društvu, odnosno u situaciji kada novinarstvo izmiče svojim elementarnim uzusima, kada fakti nisu alat kojim novinar raspoláže, već su deluzije ono na čemu se bazira informisanje. Istovremeno, analiza nastoji da odgovori na pitanje zbog čega su, u eri „demokratizacije u informisanju“, bazirane na širokoj participaciji na društvenim mrežama, obmane postale toliko prisutne i u virtuelnom prostoru i u mejnstrim medijima. Post-istina se teorijski promatra u odnosima medija i nauke, politike i participanata na društvenim mrežama, a rad nastoji da pokaže da postistinske informacije ne znače isključivo lažne vesti već sistem poluistinitih tvrdnji koje su pogodne za plasiranje i dalje prenošenje u svakoj od ovih oblasti. Predmet analize su događaji koji su obeležili 2016. godinu, predsednički izbori u Sjedinjenim Američkim Državama i Bregzit, uključujući i primere koji su im prethodili i poredeći ih sa domaćom praksom.

### *Ključne reči:*

post-istina, post-nauka, novinarstvo, društvene mreže, lažne vesti

Objavljivanje reči godine za 2016, prema Oksfordskom rečniku, izazvala je, čini se, veću pažnju nego ikada ranije – ne zato što je reč „post-istina“ pokrenula nužne debate među lingvistima, već zato što je jedna kovanica, gotovo u realnom vremenu, dala društveno-politički presek sveta. Atipično za ovaj rečnik, koji zahteva da termin, pre nego što biva uvršten u leksikon, uđe u deseto-godišnju govornu upotrebu, ova proklamacija stigla je praktično odmah, definišući diktat epohe u kojoj je nastala. Post-istina, koja označava „odnose ili

---

\* milica.jevtic@fpn.bg.ac.rs ; milicajevtic@gmail.com

okolnosti u kojima su činjenice manje uticajne u oblikovanju javnog mnjenja nego pozivanje na emocije i lična uverenja<sup>1</sup>, označila je tako kulminaciju ere deluzije u kojoj živimo, a na novinarsku profesiju bacila ne novo, ali iznova otrežnjujuće svetlo. Reč ne govori o sasvim novoj pojavi, budući da lingvisti obrazlažu da je kovanicu prvi put u ovom značenju upotrebio Stiv Tešić 1992. godine u časopisu Nejšn (*The Nation*), govoreći o ratu u Persijskom zalivu: „Poznato je da istina ima vrlo malo uticaja na nas, jer smo (...) mi, kao slobodni ljudi, slobodno odlučili da hoćemo da živimo u nekakvom postistinskom svetu”<sup>2</sup>, ali su danas, prema obrazloženju datom u Oksfordskom rečniku, nje-nu frekventnost naročito provocirala dva događaja: izlazak Velike Britanije iz Evropske unije, kao i američki predsednički izbori 2016. godine. U obrazloženju proklamacije još se navodi da prefiks „post” ne označava ponovni i naknadni, već „period u kojem je određen koncept postao nevažan”<sup>3</sup>. Ipak, teoretičari poput Trejsi Bovel (*Tracy Bovel*)<sup>4</sup> podsećaju da je u sličnom značenju, ali u Merijem Vebster rečniku (*Merriam-Webster Dictionary*), još 2006. godine pobeđu odnela reč *truthiness* koja se može prevesti kao „privid istinitosti”, a koju je prvi iskoristio američki komičar Stiven Kolbert objašnjavajući težnju američkog predsednika Džordža Buša da operiše „osećanjima pre nego faktima”<sup>5</sup>, odnosno „istinom kakvu bismo voleli da postoji”<sup>6</sup>.

Momenat „kreirane istine” nije iznikao sa novim milenijumom – politička komunikologija prepoznala je pojavu još ranih šezdesetih u konstataciji Danijela Burstina da je „istina ustupila mesto verovanju”<sup>7</sup>, iako su i do tada bili poznati lažni, medijski oblikovani konteksti kako bi se proizvele i legitimizirale različite političke odluke. Čuven je primer tabloidnog novinarstva američkih magnata Džozefa Pulicera i Randolfa Hersta koji su manipulisali javnošću kako bi SAD započele rat sa Španijom na Kubi 1898. godine. Senzacionalizam, izmišljene priče i „tehnike ratnog izveštavanja gde su nepri-

---

1 <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (Pristupljeno 06. juna 2017).

2 Steve Tesich, “A Government of Lies”, *The Nation*, 6 January 1992, p. 13.

3 <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>

4 Tracy Bovel, “Response to the editorial ‘Education in a post truth world’”, *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 49, No. 6, p. 582.

5 *Ibidem*, p. 582.

6 *Ibidem*, p. 582.

7 Daniel J. Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books, New York, 1992, p. 224.

jatelju dodeljene demonske osobine”<sup>8</sup>, kulminirali su naslovnica o potapanju broda „Mejn” na kojima su Pulicer i Herst, bez jasnih dokaza, direktno optužili špansku stranu. Kreirana realnost „Herstovog rata”<sup>9</sup> proizvedena je na način da su njegovi najbolji novinari, u funkciji izveštača sa Kube, „živali u hotelu i između dve čašice martinija plašili pričama njujorške čitatelje”<sup>10</sup>, dok je Herstova parola bila: „Vi se pobrinite za slike, a ja ću za rat”<sup>11</sup>. Dometi medijskog oblikovanja stvarnosti bili su očiti sa pojavom mas-medija: možda prvi, najnaivniji, primer jeste emitovanje radio drame „Rat svetova” po tekstu Herberta Džordža Velsa u režiji Orsona Velsa 1938. godine, nakon čega je, uprkos tome što je reč o veštoj adaptaciji, među građanima nastala masovna panika da je reč o invaziji Marsovaca na zemlju. Kreiranje neprijatelja i njegova demonizacija, proizvodnja straha, korišćenje poluistina i laži u cilju oblikovanja javnog mnjenja oprobani su modeli informisanja nakon Drugog svetskog rata i tokom Hladnog rata, a metode obmana često su ciklično ponavljane – tako su Herstovi modeli sa Kube preslikani na televiziju 100 godina kasnije u izveštajima o ratu u Iraku. Mediji su se pobrinuli da akronim WMD (Weapons of Mass Destruction – oružje za masovno uništenje) dobije novo značenje – oružje masovnih obmana (Weapons of Mass Deception). Medijske pripreme za političko i vojno delanje, bazirane na lažnim ili oblikovanim vestima, videla je i Jugoslavija. Na kraju, momenat u kojem Oksfordski rečnik prepoznaje pojam post-istine, kroz američke predsedničke izbore, zapravo je preslikavanje Makartijevog modela (model „antikomunističke hysterije” koju je kreirao senator Džozef Makarti), kako u kreiranju atmosfere straha i slike Drugog (na unutrašnjem i na spoljnopolitičkom planu) tako i u ophođenju prema novinarima kao „antiameričkim elementima”.

Dakle, obmane nisu izum XXI veka, ali je termin post-istina dobio sasvim novu formu u drugoj dekadi novog milenijuma zahvaljujući društvenim mrežama iz dva razloga: 1) jer je promenjen mogući smer kreiranja lažnih vesti, odnosno obmane su mogle da budu plasirane i „odozdo” (moguće je da lažne vesti postanu planetarno čuvane i kada ih pokrene aktivizam tzv. „anoničnih partipčanata”); 2) jer je omogućena naizgled najdirektnija dvosmerna komunikacija građana i donosilaca odluka, što se vrlo brzo pretvorilo u sopstvenu suprotnost. Uprkos deklarativno slobodarskom karakteru društvenih mreža, zasnovanom na apsolutnoj inkluzivnosti partipčanata, situacija

---

<sup>8</sup> Nataša Ružić i Vladan Lalović, „Uloga Hearsta i Pulitzera u manipuliranju javnošću pri izvještavanju o Španjolsko-američkom ratu. *Časopis za suvremenu povijest*, Vol. 48, No. 2, str. 549.

<sup>9</sup> Isto, str. 539.

<sup>10</sup> Isto, str. 542.

<sup>11</sup> Isto.

apsolutnog mnoštva u kojem je nemoguće vrednovati informaciju spram tome od koga dolazi, postala je pogodno tle za post-istinu, a lažne vesti na društvenim mrežama kristalisale su se kao nova forma političke persuazije. Međutim, pogrešno bi bilo reći da su isključivo lažne vesti ono sa čim era post-istine operiše. Odnosno, na tragu Ralfa Kiza: „U eri post-istine, mi nemamo samo istinu i laži, već treću kategoriju dvosmislenih izjava koje nisu baš istina, ali ni jednostavna laž. Poboljšana istina. Neo-istina. Meka istina”<sup>12</sup>.

Ako „istinu” Oksfordski rečnik definiše kao „stanje koje je u saglasju sa činjenicama i realnošću”<sup>13</sup>, a „post” ne kao ponovnost već gotovo kao negaciju, kao potpunu suprotnost, postavlja se pitanje kakva je, u takvoj epohi, uloga novinarstva, profesije koja se, barem deklarativno, bazira na faktima? Dalje, po čemu se takva epoha razlikuje od prethodnih koje su na sličan način pokušavale da utiču na profesiju? Ovaj rad teži da detektuje ulogu novinarstva u disperziji globalnog fenomena post-istine, a samim tim i da detektuje pritiske na profesiju i promene u njoj u eri koja pod upit stavlja temeljne vrednosti na kojima je profesija bazirana. Autorka rada pokušaće da odgovori na tri pitanja: 1) kakva je spona percipirane krize u novinarskoj profesiji i rastućeg fenomena post-istine, 2) zbog čega, uprkos pluralističkim kapacitetima društvenih mreža, koje su u stanju da zaobiđu mejnstrim medije, post-istina dobija svoj pun kapacitet u obe ove sfere i 3) kakva je korelacija post-istine i lažnih vesti.

Percipirajući tendenciju prema kojoj se, gotovo u svakom segmentu društva, teži pre pozivanju na emocije nego na fakte, rad nastoji da dokaže da pasivizacijom profesije, prema kojoj novinari isključivo prenose tvrdnje, bez debate o njihovim utemeljenostima, mediji u značajnoj meri doprinose disperziji fenomena „post-istine” formirajući plodno tle za apsorpciju ovakvih stavova. Istovremeno, podilazeći populističkim tendencijama kakve post-istina kreira (od nauke do politike), dajući prostor ličnostima koje prefiks „post” izjednačavaju sa „para”, novinari se samosvesno lišavaju svoje korske uloge „pasa čuvara” društva (watchdog), zamenjujući je prividnim aktivizmom u kojem se isključivo i neupitno potvrđuje određena uređivačka politika, ma koliko bila etički problematična. Paralelno sa tim, eskapizam na društvene mreže ne znači nužno alternative u traganju za istinom već tumananje u prostoru koji je ekspresno i namerno zagađen lažnim vestima (ne izuzimajući njihovo prisustvo i u mejnstrim medijima), čime era post-istine dobija svoju punu formu.

---

<sup>12</sup> Ralf Keys, *The post-truth era, Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, St. Martin's Press, New York, 2004, p. 23.

<sup>13</sup> <https://en.oxforddictionaries.com/definition/truth> (Pristupljeno 06. juna 2017).

### *Post-istina, post-nauka i mediji*

Iako je fenomen post-istine najočitiji u politici, a najmanifestniji u mediji-  
ma, teoretičari poput Majkla Petersa (Michael Peters) podsećaju da fenomen  
nije izolovan, već je inkorporiran u najrazličitije delove društva, uključujući i  
nauku. Primeri inostrane i domaće prakse potvrdiće da je post-istina u nauci  
i te kako medijski primamljiva, stoga će se u ovom radu početi od neobične  
veze nauke i novinarstva (ne negirajući, pri tome, novinarstvo kao akadem-  
sku disciplinu). Osim spone da oslanjanje na emocije u nauci, umesto na fak-  
te, sve češće dobija medijsko priznanje (u prilogu će biti analizirani primeri i  
iz domaće prakse), naučno znanje jeste ono koje je temeljeno na proverljivim  
činjenicama, kao što bi novinarstvo moralo da bude temeljeno na faktima.  
Ipak, post-istina je uspela da demantuje ili na neki način preoblikuje funda-  
mentalne principe ove dve oblasti. U svom uvodnom tekstu o obrazovanju u  
svetu post-istine, koji je objavio početkom 2017. godine, Majkl Peters antici-  
paciju za ovakvo stanje vidi u različitim pokušajima negacije nauke među ko-  
jima su oni koji poriču klimatske promene, zalažu se za reviziju istorije, poriču  
holokaust, podsećajući na „senzaciju u vezi sa konceptom 'post-normalne  
nauke' Funtoviča i Raveca (Silvio Funtowicz, Jerome Ravetz) – nauke u službi  
lažova”<sup>14</sup>, gde se, kako Peters navodi, „pod izgovorom da se obezbeđuje kvali-  
tet istraživanja zanemaruje potraga za istinom”<sup>15</sup>.

Takve postnaučne tendencije, koje su vrlo često klizile ka anti-nauci i pot-  
punom laicizmu obeležile su i domaći prostor i izazivale značajnu medijsku  
pažnju koja je bila sama sebi cilj – od čitavih pokreta koji negiraju Darwinovu  
teoriju evolucije (tokom maja 2017. godine očitu medijsku pažnju dobila je  
peticija za ukidanje izučavanja Darwinove teorije evolucije, uz podršku poje-  
dinih akademskih radnika i pojedinih članova Srpske pravoslavne crkve), do  
popularnih analiza revizionista i kreacionista (najširu popularnost i medij-  
ski legitimitet dosegao je kontroverzni doktor nauka Miroljub Petrović propa-  
girajući kreacionističke ideje pod legitimitetom svog Centra za prirodnjačke  
studije) kojima su mediji davali značajnu podršku, a čije su tvrdnje nalazile  
utočište među najširoom populacijom. Podržavajući znatiželju publike, mediji  
su, u najširem smislu, davali prostor i legitimitet postnaučnim tendencijama  
koje su se često pretvarale u paranaučne, često bez jasne potrebe da se takvi  
koncepti obesmisle, već sa namerom da se njihovi stavovi ravnopravno pre-  
nesu, jer publika na to reaguje. Tako medijska slika post-nauke u današnjem  
kontekstu nije isključivo antinauka već je nalazila elemente naučnosti u po-  
stojećim i utemeljenim konceptima, što joj daje obrise istinitosti, ali njena

---

<sup>14</sup> Michael A. Peters, “Education in a post-truth world”, *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 49, No. 6, p. 563.

<sup>15</sup> *Ibidem*, p. 563.

revizija ili negacija čine je post-istinom, gde se ne raspolaze činjenicama, već emocijama publike.

### *Post-istina na društvenim mrežama*

Kao što i Oksfordski rečnik navodi, post-istinu su inicirali događaji u godini u kojoj se svet naročito menjao, a njeno širenje pomogle su društvene mreže. Pojedini autori išli su toliko daleko, da su proces poredili sa epidemijom: „Postoje sličnosti između širenja lažnih vesti i 'eho efekata' na društvenim mrežama i evolucije i prenošenja infekcija”<sup>16</sup>. Nalazeći medicinsku paralelu fenomenu post-istine, Adam Kučarski objasnio je da infekcija može da se „širi kroz populaciju, kao što to čine i tračevi”, a da su „infekcije i mišljenja oblikovani socijalnim kontaktima”<sup>17</sup>. Od tih kontakata, prema ovom autoru, zavisi i struktura komunikacione mreže: „što se više ljudi bude okretalo ka društvenim mrežama kao primarnom izvoru informisanja, modeli prenošenja tih informacija, kombinovani sa adekvatnim podacima, činiće novi medijski pejzaž”<sup>18</sup>. Stoga, medijska slika epohe neće biti refleksija istine, već oblikovanih podataka i utisaka koji se neobuzdano šire u virtuelnom prostoru, zahvaljujući društvenim mrežama podobnim za lagan protok polu-istina, naročito Tviteru, koji „nije idealan medij za argumentaciju, raspravu, promišljanje i proveru činjenica”<sup>19</sup>. Na taj način „politika post-istine”, koju zapadni teoretičari uglavnom vezuju za predsedničku kampanju Donalda Trampa, predstavlja razvoj „rastuće privatizovanih i fragmentisanih vesti, koji počinje jednom izjavom ili kadrom, kako bi se zaobišla javna rasprava u 24-časovnom ciklusu vesti, u kojima informativni kanali pod plaštom partijskih ideologija namerno izvrcu istinu”<sup>20</sup>. Ili, kako Stjuart Loki (Stewart Lockie) pojednostavljuje: „Nije važno da li tvrdnje političara mogu biti dokazane ili ne. Važno je da li bi oni koji slušaju voleli da te tvrdnje budu tačne ili ne – o istini se presuđuje ne na osnovu dokaza već prema konzistentnosti uverenja i verovanja onih koji slušaju takve tvrdnje”<sup>21</sup>.

Postavlja se, međutim, pitanje – po čemu se ova vrsta obmana i zanemarenja fakata u političkom diskursu, uz svesrdnu pomoć medija, razlikuje od

<sup>16</sup> Adam Kucharski, “Post-truth: Study epidemiology of fake news”, *Nature*, Vol. 540, p. 525.

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 525.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

<sup>19</sup> Michael A. Peters, “Education in a post-truth world”, op. cit., p. 563.

<sup>20</sup> *Ibidem*, p. 563.

<sup>21</sup> Stewart Lockie, “Post-truth politics and the social sciences”, *Environmental Sociology*, Vol. 4, Issue 1, p. 1.

bilo kojih drugih obmana koje smo videli pred kraj XX i na početku XXI veka? U svom uvodnom tekstu posvećenom fenomenu post-istine, Stjuart Loki ističe da postoji „kvalitativna razlika” između političara iz ere post-istine i starih spin-doktora. „Ovi prvi ne bave se time da izaberu pojedine fakte iz zbira relevantnih, niti da ponude upitne interpretacije ili da, recimo, izbegavaju neugodna pitanja. Političari post-istine kreiraju sopstvene fakte, oni tvrde šta god smatraju da je u njihovom interesu i tako ih dalje prenose, bez obzira na činjenice koje se suprotstavljaju takvim tvrdnjama”<sup>22</sup>.

Laži i krivotvorenja nisu novost, ali platforma koja im je omogućila da se neviđenom brzinom šire – jeste. Paradoksalno, društvene mreže, koje prema svojoj osobenosti (sadržaj deljen među korisnicima, bez filtriranja treće strane, provere ili uredničkih sudova)<sup>23</sup>, inkluzivnosti i odsustvu uredničkih stega predstavljaju prostor za demokratičnije učešće u informisanju, prostor za beg od mejnstrim medija i njihovih politika, postale su provodnik i za dominantno negativne tendencije u ovom procesu. Ovde, međutim, treba odvojiti dve vrste informacija koje potiču ili postaju dominantne na društvenim mrežama. Prvu vrstu čine one informacije koje su potekle od „anonimnih”, medijski nepoznatih izvora i, slično glasinama, proširile se mrežama kreirajući određeno mišljenje u manjoj ili većoj grupi sledbenika. Bilo da su namerno plasirane neistine ili nedovoljno proverene informacije koje su iznikle u potrazi skrivenim faktima na alternativnim izvorima (često u situacijama kada tradicionalni mediji nisu adekvatno informisali), one se poput epidemije šire kreirajući mišljenje često nemale grupe participanata na mreži i van nje. Druga vrsta informacija su one koje u javnost plasiraju već etablirane medijske ličnosti, izbegavajući mejnstrim medije (i novinarska pitanja), a koje najčešće baš sa društvenih mreža bivaju prenesene u prostor tih „zaobidenih” medija. Teoretičari i analitičari medija intenzivno su komentarisali ovaj fenomen čak i u jeku izbora, računajući broj „istinitih” tvrdnji koje su plasirali, recimo, predsednički kandidati u Sjedinjenim Američkim Državama i kontekst u kojem su te tvrdnje „prenošene dalje”. U prikazu knjige *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*, autora Lukasa Grejvsa (Lucas Graves), Bil Luders (Bill Lueders) izvlači nekoliko ključnih podataka: „Rezultati su bili alarmantni, ali ne i neverovatni. Oni su pokazali da 50% glasača Donalda Trampa krive Baraka Obamu za to što nije sprečio 11. septembar, dok 70% njih veruje da su crni muškarci suštinski opasni”<sup>24</sup>. Iste analize pokazuju da je 67 odsto njih tvrdilo da je nezaposlenost porasla za

<sup>22</sup> Stewart Lockie, “Post-truth politics and the social sciences”, *Environmental Sociology*, Vol. 4, Issue 1, p. 1.

<sup>23</sup> Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, “Social Media and Fake News in the 2016 Election”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No. 2, p. 211.

<sup>24</sup> Bill Lueders, “Truth-testing in the post truth era”, *Progressive*, Vol. 81, Issue 3, p. 40.

vreme predsednikovanja Baraka Obame iako podaci, kako ističe Luders, govore da je nezaposlenost opala (sa 7,8 na 4,6%); podseća se da je i trećina ispitanika koji su podržavali Donalda Trampa verovala da je kandidatkinja demokrata Hilari Klinton „povezana sa Luciferom”<sup>25</sup>. Analizirajući fenomen post-istine, drugi autori, poput Kristin Rosen (Christine Rosen), podsećaju na izjavu Klintonove iz 2008. godine da je, u momentu dok je kao prva dama posetila Bosnu i Hercegovinu, morala da se krije od snajperske vatre<sup>26</sup>. Ipak, kao ključni momenat Rosen podvlači situaciju u kojoj je Tramp svoje ideje slao direktno u etar putem Tvitera, čime je, kako tvrdi, dosegao veći opseg među publikom izbegavajući različite vrste portparola. Upoređujući komentare Ludersa i Rosen, oba, sa različitih stanovišta, donose značajne zaključke koji definišu eru post-istine, u kojoj novinarstvo posluje. Dok Rosen tvrdi da „Amerikanci koji su glasali za Trampa nisu prestali da mare za istinu, već su prestali da mare za onu verziju istine koju su im Holivud, akademija, politička elita plasirali decenijama”<sup>27</sup>, Luders ističe da: „živimo u eri post-istine gde i najneverovatnije neistine nalaze svoju reprezentativnu publiku, zahvaljujući besramnom i patološkom lažljivcu u kabinetu predsednika. Ali ono što je važno, možda više nego ikad, jeste da istina nije apstraktan i nepoznat koncept. Postoji nešto što je objektivna realnost i mora se odvojiti činjenica od fikcije. To je jedna od ključnih uloga novinarstva”<sup>28</sup>.

Čak i potpuno neverovatne, vesti su nalazile svoju publiku, neretko millionsku, dok Alkot i Genckov (Hunt Allcott, Matthew Gentzkow), pozivajući se na istraživanja urednika Bazfida (Buzzfeed), Krega Silvermana (Craig Silverman), s kraja 2016, tvrde da su „najpopularnije lažne vesti više deljene na Fejsbuku nego vesti mejnstrim medija”, kao i da „najveći deo te publike veruje takvim vestima”<sup>29</sup>. Tako je bilo moguće da „viralne” postanu vesti da je: lider ISIS-a pozvao muslimane u SAD da glasaju za Hilari Klinton (prvenstveno objavljena na sajtu za lažne vesti WNDR, a dostigla je razmere od 522.000 aktivista na Fejsbuku), da je Donald Tramp poslao sopstveni avion za 200 marinaca (na šta je reagovalo 893.000 ljudi na Fejsbuku) ili da je Papa Franja podržao Trampovu kandidaturu, što je, prema Bazfidu, naišlo na reakciju 960.000

---

<sup>25</sup> Bill Lueders, “Truth-testing in the post truth era”, *Progressive*, Vol. 81, Issue 3, p. 40.

<sup>26</sup> Christine Rosen, “You Can’t Handle the Post-Truth”, *Commentary*, Vol. 143, Issue 1, p. 5.

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 5.

<sup>28</sup> Bill Lueders, “Truth-testing in the post truth era”, op. cit., p. 40.

<sup>29</sup> Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, “Social Media and Fake News in the 2016 Election”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No. 2, p. 212.

ljudi na Fejsbuku<sup>30</sup> (vest je potekla sa satiričnog portala *WTOE 5 News*, o čemu će biti reči u daljem tekstu).

Nekoliko je bitnih kontekstualnih karakteristika prikazano ovim primerima i one se ne odnose isključivo na američko tle već na eru post-istine, globalnu onoliko koliko je globalan i disperzivan internet, koji obeležava ovu eru. Najpre se može konstatovati da eru post-istine ne oblikuju isključivo kreirane izmišljene vesti, već i poluproverljive izjave koje stasavaju sa novinarstvom koje oblikuje brza i, najčešće, površna provera podataka. Novinarstvo koje prati diktat epohe – sad i odmah, i trudi se da bude demokratičnije u smislu šireg opsega publike, ali ne i njenog uključivanja u proces informisanja, proizvodnik je za poluistinite informacije. Ovakvo tle, sa druge strane, ne isključuje namerno plasiranje potpunih neistina i zloupotreba kako bi se potvrdila zacrtana politika u doba kada su mediji ekstremno polarizovani. Polarizaciji, vidljivoj u kampanjama koje su, prema Oksfordskom rečniku, obeležile eru post-istine, odgovara polarizacija slike sveta, a ona ne znači samo oštru podelu na „pro” i „kontra” medije, zapadne i istočne... Kao takva, čak i u najglobalnijem kontekstu, odgovara jednosmernoj slici sveta u kojoj su analize sužene na sučeljavanje sličnih mišljenja, sagovornici birani u okviru istih, potvrđenih i podobnih krugova, a izjave prenošene bez dodatnih novinarskih upita kako bi se potvrdila zacrtana uređivačka politika. Takvo stanje, koje traje predugo, inicirano je i sveopštom krizom poverenja u medije najbolje opisanom u studiji Rojtersovog instituta za proučavanje novinarstva, u kojoj su trojica autora Koleman, Entoni i Morison<sup>31</sup> ustanovili da publika ne veruje vestima, ne isključivo iz razloga što su novinari nužno lažljivi, već zato što publika ne razume vesti.

Iako mnogosmerna, komunikacija na društvenim mrežama ispostavila se u biti jednosmerna, što je potvrđeno navedenim primerima iz kampanje Donalda Trampa. Zaobilazeći novinare koji su imali zadatak ili nameru da budu korektiv kakav kodeks nalaže, mreže su otvorile prostor za plasman i širenje verovanja umesto fakata, odnosno najrazličitije vrste spinova. Sa druge strane, prividna participacija koju Jevgenij Morozov naziva i „građanski promiskuit”<sup>32</sup> u „supermarketu identiteta”<sup>33</sup>, čineći „onlajn aktiviste da se

---

<sup>30</sup> [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm\\_term=.vbLDJL0VV#.xvDQblKRR](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.vbLDJL0VV#.xvDQblKRR) (Pristupljeno 01. jula 2017).

<sup>31</sup> Stephen Coleman, Scott Anthony and David E. Morrison, *Public trust in the News: A Constructivist Study of the Social Life of the News*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2009, p. 6.

<sup>32</sup> Evgenij Morozov, *The Net Delusion: The Dark Side of the Internet Freedom*, Public Affairs, New York, 2011, p. 190.

<sup>33</sup> *Ibidem*, p. 190.

osećaju korisno i važno dok njihov aktivizam ima u suštini minimalni politički uticaj”<sup>34</sup>, učinila je da prostor koji je u početku davao mnoštvo mogućnosti suštinski bude zagađen i omeđen različitim vrstama interesa, bez mogućnosti da se jasno vrednuje informacija spram tome ko je šalje i bez mogućnosti da se prostor kontroliše. Društvene mreže kao takve (Fejsbuk, Tviter) ne snose odgovornost za netačnost sadržaja, pa ni u slučaju njegovog umnožavanja, dok tvorci lažnih vesti mogu da računaju na krizu poverenja u mejnstrim medije, odnosno u sveopšti krah poverenja (čak i u fundamentalne istine nauke, što je navedeno u prvom delu teksta), zbog čega je stvoreno plodno tle za različite vrste „neupitnosti”. Postalo je važno da sadržaj koji je kreiran ima obrise istinitosti, a njegov plasman formu vesti (što će biti analizirano u narednom poglavlju), kako bi postao javan, a kasnije uvrežen i prihvaćen. Uloga novinara u tom procesu je mnogostruka i često je izostajala. Na globalnom planu (a naročito u slučajevima američkih izbora i Bregzita) nisu se borili protiv neistina, već isključivo protiv neistina koje im ne idu u prilog, svrstavajući se u aktiviste i transmitere polu-istina.

Post-istina našla je očigledno plodno tle u post-novinarstvu – eri koju bismo mogli da definišemo kao ona u kojoj se informacije prenose bez dublje analize, odnosno u kojoj se analiza odvija samo u okviru jedne, dominantne slike sveta, sa prividom mnoštva i prividom istinitosti bez tendencije da ona bude obavezna. „Ako hiperrealnost počiva na laži, to bi značilo da 'prave vesti' posluju u domenu istine. Istina, naravno, može biti subjektivna, ali na novinarima je da izaberu koje informacije plasiraju ili ne plasiraju, odnosno kako ih dalje prezentuju”.<sup>35</sup>

### *Lažne vesti i korektiv komike*

Iako se u analizi post-istine laži često poistovećuju sa post-istinom, ova analiza konstatuje da post-istina ne mora uvek počivati isključivo na lažima, već na događajima koji imaju elemente istinitosti, što obezbeđuje njihovu „uverljivost”. Međutim, teoretičari naročito obraćaju pažnju na to kako su, u celom procesu, laži zapravo zamenile istinu, istovremeno kako su, paradoksalno, ulogu novinara zamenili, na neki način, oni koji oponašaju novinarstvo. Pre svega se govori o onima koji su se, u momentima kada su novinari izgubili svoju ulogu, infiltrirali u „profesiju” poput komičara Džona Stujarta (John Steward, *The Daily Show*) ili Stivena Kolbena (Steven Colben, *The Colbert*

---

<sup>34</sup> Evgenij Morozov, *The Net Delusion: The Dark Side of the Internet Freedom*, Public Affairs, New York, 2011, p. 190.

<sup>35</sup> Dan Berkowitz and David Asa Schwartz, “Miley, CNN and The Onion”, *Journalism Practice*, Vol. 10, Issue 1, p. 5.

Report)<sup>36</sup>, u domaćim okvirima takva uloga pripisivana je Zoranu Kesiću (24 minuta). Dok se, sa jedne strane, debatovalo da li je to nova forma novinarstva, budući da su autori zabavnih emisija bili svesniji istine nego novinari mejnstrim medija, možda bi bilo celishodnije pratiti tezu Sandre Borden i Čada Tjua (Sandra Borden, Chad Tew) koji, umesto takmičenja za prvenstvo uloge novinara, tvrde da su autori zabavnih emisija propagiranjem lažnih vesti i izvrtanjem realnosti svrsishodna kritika novinara u mejnstim medijima, čime su ih zapravo „ohrabrili da se drže moralnih načela“<sup>37</sup>. Den Berkovič i Dejvid Asa Švarc (Dan Berkowitz, David Asa Schwartz), analizirajući slične paralele, podsećaju da su novinari, propagirajući svoju ulogu pasa čuvara, došli u situaciju da ustupe mesto lažnim vestima kao nešto što zapravo treba gledati, kao „prirodni rezultat parodije i satire“.<sup>38</sup> Analizirajući percepciju lažnih i pravih vesti na primeru događaja o kojima su izveštavali CNN i satirični portal Onion ustanovili su da postoje dve ključne razlike između percepcije stvarnih i lažnih vesti<sup>39</sup>:

1. prva je namera autora po kojoj „pravi“ novinari često nisu svesni kakav sadržaj proizvode dok su „lažni novinari“ svesni da proizvode parodiju;
2. druga razlika je percepcija publike, odnosno njena očekivanja – od pravih novinara se ne očekuju pristrasnost i greške, i svako odstupanje publika shvata kao uznemiravanje. Kod lažnih, one su deo odvojive podele o tome kakva je funkcija tih vesti.

Domaće tle nije ostalo izuzeto od ovakve vrste obmana, a u zamke neistina upadali su novinari najpoznatijih, tradicionalnih, medija. Treba podsetiti na vest koja je objavljena u gotovo svim medijima da je pisac Dobrica Ćosić dobio Nobelovu nagradu za književnost, a zatim vest koju su sa satiričnog portala Njuz.net preneli i ruski i hrvatski mediji prema kojoj je Srbin skočio na ajkulu i ubio je. Međutim, mnogo opasnije od komičnih sadržaja koje bi mogle da završe u rubrikama zanimljivosti jesu post-istine koje su kao činjenice saopštavane od donosilaca odluka, a zapravo su neutemeljene tvrdnje koje su se širile etrom – na primer, propagirajući izlazak Britanije iz EU, tamošnja ministarka odbrane Peni Mordaunt upozorila je da je bezbednost Britanije ugrožena budući da zemlji preti kriminal i terorizam od miliona migranata iz

---

<sup>36</sup> Sandra L. Borden and Chad Tew, "The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons from 'Fake' News (Seriously)", *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 22, Issue 4, p. 300.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 311.

<sup>38</sup> Dan Berkowitz and David Asa Schwartz, "Miley, CNN and The Onion", op. cit., p. 5.

<sup>39</sup> *Ibidem*, p. 6.

Turske, Albanije, Makedonije, Srbije i Crne Gore, koje teže da postanu članice EU.<sup>40</sup> Takva namerna krivotvorenja i nepotpune informacije koje su svojim prisustvom oblikovali specifično stanje svesti publike ovenčali su eru post-istine i na domaćim prostorima, a novinari su neretko vršili funkciju provodnika informacija bez mnogo uplitanja u njihovu faktualnost.

## ZAKLJUČAK

Era post-istine nije, očigledno, zaobišla nijedan segment društva, ni politiku, ni nauku, ni kulturu, ali je u novinarstvu postala isuviše očigledna. Paradoksalno, u eri tehnološke i informacione mogućnosti, u eri proklamovane mogućnosti participacije u procesu informisanja, zapravo živimo u eri privida i obmana gde ono što je javno ne znači da je tačno, a ono što je prezentovano kao očigledno zapravo ne mora ni da postoji. Osim političkog konteksta i tektonskih promena koje su, voljom građana, zadesile svet u godini kada je post-istina našla svoje mesto u Oksfordskom rečniku, na činjenicu da je pojava tako prisutna u medijima uticalo je nekoliko faktora: pre svega kriza poverenja u medije, krah kodeksa i tradicionalnih principa informisanja koji su postali gotovo endemski, kao i kompletno redefinisane uloge novinara. Istovremeno, platforma koja je u svojoj biti imala potencijale da omogući direktnu participaciju i raznolikost u informisanju pokazala se kao zgodan poligon za manipulaciju – zaobilazeći mejnstrim medije i uređivačke stege, publika je, u „slobodarskom” prostoru društvenih mreža, masovno reagovala na polu-istine i lažne vesti koje su, očigledno, uticale na njihovo političko ponašanje. Sledeći tezu da je „svaki politički akt podržan od emocionalnih sudova”<sup>41</sup>, čak i u momentu kada su činjenice istisnute iz procesa informisanja, očigledno je da je stvorena neraskidiva veza manifestnog i privida u doba gde je, navodno, sve dostupno, proverljivo i može se pronaći i dosegnuti.

U ovoj analizi nastojalo se da se detektuje fenomen post-istine u momentu dok se o njemu govori, dok je akutan i aktuelan, što je svakako izazov i sa stanovišta faktualnosti i sa stanovišta teorijskog utemeljenja. Brzinom kojom je reč završila u Oksfordskom rečniku, takoreći sad i odmah, medijska struka takođe pokušava da joj da objašnjenje i kontekstualizaciju, uz rizik da je moguće upasti u zamku privida.

Pokušaj da se dokaže da živimo u momentu kada je zloupotreba negativnih emocija (iniciranje straha, ugroženosti...) važnija od činjenica značajno

---

<sup>40</sup> <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-vote-leave-faces-criticism-over-turkey-criminals-claim-a7041876.html> (Pristupljeno 01. jula 2017).

<sup>41</sup> Bojan Vranić, “Democratic values, emotions and emotivism”, *Filozofija i društvo*, Vol. 27, No. 4, p. 737.

govori o nepotpunoj angažovanosti novinara, kao i o globalnoj medijskoj slici. Bilo kao globalni fenomen ili kao tendencija svedena samo na domaće tržište, može se konstatovati da se post-istina javlja u eri skućene medijske analize i odsustva javne debate. Mediji i njihovi poslenici gotovo da su navikli da debate razvijaju u kružocima istovetnih mišljenja, čime postojeća polarizuju i gotovo hladnoratovski oblikuju za jednu sliku sveta. Istovremeno, u tome im svesrdno pomažu oni čije stavove prenose bez dodatnih pitanja, bez neophodnih sućeljavanja. I među globalno dominantnim političkim akterima, i u domaćim okvirima, u eri rastućeg populizma u svakom segmentu, očito je prepoznata karakteristika epohe gde su mogući jaki, emotivni, prividno istiniti iskazi i gde je moguće da, kao takvi, budu globalno preneseni, bez ikakve odgovornosti onoga ko ih iznosi i bez ikakve sankcije za njihovu netačnost. Uloga novinara u takvom kontekstu svakako je stavljena pod upitnik, budući da su umesto "watchdog" funkcije dobili ulogu provodnika netačnih informacija.

Na kraju, termin post-istine najčešće vezuje za lažne vesti. Ovaj rad pokušava da istakne da nije neophodno da se govore isključivo laži, iako to jeste najprisutniji i najmanifestniji vid post-istine, već da poluistine o osetljivim pitanjima, izuzimajući ih iz celovite slike, više doprinose kreiranju obmana i njihovom utemeljenju. Ili kako ističu Borden i Tju, citirajući Bauma: „Lažne vesti traže određene pretpostavke koje se baziraju na autentičnoj i legitimnoj novinarskoj praksi, na idealima koji se retko čuju kao artikulisani stavovi, a nužno su vidljivi”<sup>42</sup>. Otuda toliko revizionizma u različitim oblastima, popularnih para-istina koje nalaze svoje sledbenike i lidere upitnih biografija kojima mediji daju značajan prostor.

Onoliko nepredvidivo koliko se promenio svet u 2016. godini, imajući u vidu izborna iznenađenja onih događaja koje je Oksfordski rećnik označio kao akcentne za post-istinu (američke predsedničke izbore i Bregzit), toliko nepredvidivo će se ovaj proces odraziti i na novinarstvo. Nije tu reć isključivo o tehnološkom momentu i promenama koje se u tom smislu dešavaju u profesiji (a koje uključuju i izmenjenu ulogu publike i mogućnost ili privid mogućnosti participacije u digitalnom okruženju), iako su takve promene najočiglednije, već se u etičkom smislu govori o redefinisanju uloge novinara. Nije realno očekivati da će novinarstvo da promeni globalnu sliku i odigra spasonosnu ulogu, ali zarad sopstvenog opstanka, tradicionalno novinarstvo bi moralo da izađe iz kandži servilnosti čime će pomoći da deluzije ne budu toliko dominantne.

---

<sup>42</sup> Sandra L. Borden and Chad Tew, "The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons from 'Fake' News (Seriously)", op. cit., p. 303.

## BIBLIOGRAFIJA

- [1] Allcott, Hunt and Gentzkow, Matthew, "Social Media and Fake News in the 2016 Election", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, No. 2, pp. 211–236.
- [2] Berkowitz, Dan and Schwartz, David Asa, "Miley, CNN and The Onion", *Journalism Practice*, Vol. 10, Issue 1, pp. 1–17.
- [3] Boorstin J., Daniel, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books, New York, 1992.
- [4] Borden, Sandra L. and Tew, Chad, "The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons from 'Fake' News (Seriously)", *Journal of Mass Media Ethics*, Vol. 22, Issue 4, pp. 300–314.
- [5] Bowel, Tracy, "Response to the editorial 'Education in a post truth world'", *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 49, No. 6, pp. 582–585.
- [6] Keys, Ralf, *The post-truth era, Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, St. Martin's Press, New York, 2004.
- [7] Kucharski, Adam, "Post-truth: Study epidemiology of fake news", *Nature*, Vol. 540, p. 525.
- [8] Lockie, Stewart, "Post-truth politics and the social sciences", *Environmental Sociology*, Vol. 4, Issue 1, pp. 1–5.
- [9] Lueders, Bill, "Truth-testing in the post truth era", *Progressive*, Vol. 81, Issue 3, pp. 40–42.
- [10] Morozov, Evgenij, *The Net Delusion: The Dark Side of the Internet*, Public Affairs, 2011.
- [11] Peters, Michael A., "Education in a post-truth world", *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 49, No. 6, pp. 563–566.
- [12] Rosen, Christine, "You Can't Handle the Post-Truth", *Commentary*, Vol. 143, Issue 1, pp. 4–5.
- [13] Ružić, Nataša i Lalović, Vladan, „Uloga Hearsta i Pulitzerza u manipuliranju javnošću pri izvještavanju o Španjolsko-američkom ratu“, *Časopis za suvremenu povijest*, Vol. 48, No. 2, str. 531–550.
- [14] Tesich, Steve, "A Government of Lies", *The Nation*, 6 January 1992, p. 13.
- [15] Vranić, Bojan, "Democratic values, emotions and emotivism", *Filozofija i društvo*, Vol. 27, No. 4, pp. 723–738.

*Internet izvori:*

- [1] <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-vote-leave-faces-criticism-over-turkey-criminals-claim-a7041876.html> (Pristupljeno 01. jula 2017).
- [2] [https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm\\_term=.vBLDJLOVV#.xvDQbIKRR](https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.vBLDJLOVV#.xvDQbIKRR)

- [3] <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (Pristupljeno 06. juna 2017).
- [4] <https://en.oxforddictionaries.com/definition/truth> (Pristupljeno 06. juna 2017).

*Milica Jevtić*

## JOURNALISM IN THE POST-TRUTH ERA

### *Abstract*

This paper seeks to contextualize the position of the journalist and the manner of professional action in a post-true society – in a situation where profession does not rely on its elementary norms and beliefs, when facts are not the reporter's tools but when informing is based on delusions. At the same time, the analysis seeks to answer the question of why the deceptions have become so present in both the virtual space and in the mainstream media, in the era of "democratization in informing", based on widespread participation in social networks. Post-truth is theoretically examined in the relations between the media and science, politics and social networking, and the paper seeks to show that post-true information does not only mean fake news, but a system of semi-truthful claims that are suitable for placement and further transmission in each of these areas. The subject of the analysis are the events that have marked the year of 2016, the presidential elections in the United States and the Brexit, including the cases that preceded them, and their comparison with domestic practice.

### *Key words:*

post-true, post-science, journalism, social networks, fake news.