

Sanja Domazet*

Novinarstvo i obrazovanje u vreme krize izazvane pandemijom Kovida 19* *

Apstrakt: Korona virus najčešće je spominjan pojam u javnosti od 2019. do 2021. godine. Pandemija kovid virusa 19 uticala je na sve segmente javnog i privatnog života. Ne postoji oblast koja nije doživela transformaciju ili malformaciju zbog pandemije. U trenutku kada je čovek savremenog društva poverovao da može da upravlja svetom i kontroliše sve segmente života, epidemija korona virusa pokazala je da nema veće iluzije od te. Cilj ovog rada je da definiše kako se pandemija kovida 19 odrazila na već urušen medijski i obrazovni sistem na ovim prostorima, u momentu gde nakon tektonskih istorijskih promena kao što je, pored epidemije, i kraj ideologija o kojima govori Fukujama i novim tehnološkim izazovima, posebna je uloga obrazovanja i medija koji su se i pre korone nalazili u krizi. Novija istraživanja ukazuju na to da, bez obzira na napredak ljudske vrste, većina đaka školovanje završava medijski nepismeno. Pandemija koja je zadesila planetu pokazala je da se u zemljama Zapadnog Balkana pojavila ova neravnopravnost u odnosu na zemlje Evropske unije, jer Balkan ima siromašniju populaciju i obrazovni sistem. U oblasti informisanja, kao reakcija na pandemiju, pojavila se infodemija – širenje ogromnog broja netačnih ili polovično tačnih informacija o kovid virusu koje su uzete iz neproverenih izvora. Autorka ovog rada će, primenjujući postojeće teorijske koncepte, pokušati da definiše ključne posledice koje je pandemija kovida 19 ostavila u oblastima medija i obrazovanja.

Ključne reči: pandemija, kriza, obrazovanje, infodemija, mediji

* Vanredna profesorka Fakulteta političkih nauka, Univerzitet u Beogradu. E-mail: domazetsanja5@gmail.com

** Rad je rezultat rada na projektu „Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu”, u okviru projekta *Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu* (179076).

KRIZA JE ZAJEDNIČKO PUTOVANJE

Pri proučavanju uticaja krize, neminovno je primetiti da „svaka ozbiljna društvena kriza narušava ustaljeni poredak, način života i dovodi u pitanje bazični osećaj egzistencijalne sigurnosti. Iskusili smo svu težinu ljudske nemoći pred virusom o kome se pouzdano skoro ništa nije znalo” (Bodroški Spariosu, 2022: 24). Kovid je bukvalno zaustavio svet. U sociološkom smislu, bitno je razlikovati pojam društvene krize od pojma društvene promene. Društvena promena je, prema Hafneru, novo društveno stanje koje obeležava izmena socijalne strukture, međuljudskih odnosa, društvenih odnosa, sistema društvenih vrednosti i obrazaca razvoja kulture, dok je društvena kriza poseban oblik spovođenja društvene promene u uslovima maksimalnog zaošttravanja društvenih protivurečnosti, kada stare društvene strukture ne mogu da se prilagode novim zahtevima društvenog razvoja (Hafner, 1997). Dakle, društvenu krizu karakterišu antagonistički odnosi između institucionalnog, opšteprihvaćenog, poželjnog u odnosu na realno-situaciono. U ovakvim okolnostima dotadašnji obrasci delanja ne mogu dati željene ili optimalne rezultate, što dalje dovodi do neusklađenosti i stagnacije u svim socijalnim sferama. Grčka reč krisis označava izbor, odluku, preokret, opasnost ili odlučivanje. Obeležava neku ključnu situaciju, prelomni trenutak ili prekretnicu. Tom rečju se označava nestabilna situacija u socijalnoj, političkoj ili ekonomskoj dimenziji stvarnosti (Trifunović, 2021). Praktično, kriza predstavlja nizažgled bezizlaznu i opasnu situaciju po pojedinca, grupu, društvo, region ili čitavu populaciju. U ovom postkovid periodu (za koji nijedan naučnik nije siguran da li je uvod u novi oblik pandemije) valja se podsetiti da se i doba pre pandemije zvalo „dobom neznanja”. „Opšte neznanje kao da je širom planete postalo novi nacionalni cilj”, ističe Čarls Simić i dodaje da obrazovano i dobro obavešteno stanovništvo, kakvo je neophodno za istinsku demokratsku državu, ne podnosi prevare i ne priželjkuje ga nijedna vlast (Simić, 2012: 143). Koje posledice je ostavila korona na obrazovni sistem?

NOVA NERAVNOPRAVNOST

Tokom prethodne dve godine brojne studije bavile su se proučavanjem uticaja pandemije na obrazovanje, kao i procenom kasnijih posledica. U izveštaju World bank group iz 2020. godine o ekonomskom i socijalnom uticaju kovida 19 na obrazovanje u zemljama Zapadnog Balkana, ističe se kako se pandemija prvenstveno odrazila na zatvaranje škola i fakulteta i prelazak na učenje na daljinu. Trenutno zatvaranje škola, kaže se u toj studiji, dovodi do gubitka naučenog gradiva za sve učenike, ali će nesrazmerno više uticati na pripadnike osetljivih grupa, kod kojih postoji veća vero-

vatnoća da će odustati od obrazovanja ili napustiti školu pre vremena. Ovi negativni uticaji, kako se tvrdi, imaće i kratkoročne i dugoročne posledice. Konkretno, ostvareni ekonomski napredak može posustati, stopa rasta ljudskog kapitala će verovatno opasti ili se zaustaviti, a postojeće razlike u ravnopravnosti obrazovanja će se produbiti. I pre pandemije korona virusa bilo je lako uočljivo da su tehnološki napredak i ekspanzija novih oblika komunikacije i razmene informacija, posebno razvitkom interneta, dovele do promena u osnovnim postavkama obrazovnog sistema i njegove uloge u društvu. Nekadašnji ključni agensi socijalizacije dece i mladih, porodica i škola, bivaju potisnuti pred naletom savremenih tehnologija, upravo iz razloga što novi agensi prevazilaze tradicionalne po pitanju obima publike, vremenu i interesovanju koje im se posvećuje. Mediji su već prodavali više od proizvoda. Oni prodaju vrednosti, imidž, koncept života. Potrošačka kultura stavlja na prvo mesto materijalne vrednosti i predmete koji postaju brendovi koje treba imati i koristiti. Modne industrije nameću modu, stil života i oblačenja. Mediji prodaju koncepte ljubavi, seksualnosti, a ono što je još bitnije i moćnije to je koncept uspeha. Oni nam govore ko je uspešan, na koji način može da se postane uspešan i prihvatljiv za potrošačko društvo. Sve što može da se proda promoviše se ne samo kao tehnički najsavršenija, najsavremenija, najprikladnija tvorevina, već kao umetničko delo (Brakus, Cvjetičanin, 2017). Posle korona krize nastao je još veći problem u prepoznavanju obrazovanja i znanja kao temeljnih vrednosti.

Zemlje Zapadnog Balkana nisu društva bogatih, već, suprotno tome, društva sa siromašnijom populacijom u poređenju sa zemljama EU, pa je metod televizijskog učenja tokom pandemije delovao kao realno rešenje, za koje postoje resursi da bude sprovedeno. Pristup televiziji je široko rasprostranjen. Ali iskustvo je pokazalo da ovaj model nikako nije dovoljan za kvalitetnu nastavu. „Kao najveće primedbe navodi se što učenje nije interaktivno, a nije ni prilagođeno pojedinačnim potrebama učenika. Nastava pomoću interneta može biti mnogo interaktivnija, ali njen uspeh opet zavisi od pristupa digitalnim uređajima i internetu, kao i od digitalnih veština samog nastavnika” (Milanović Hrašovec, 2002). U Srbiji je tokom 2016. godine u javnosti bilo mnogo govora o digitalizaciji škola, uvođenju neophodnog, brzog interneta koji bi objedinio sve obrazovne ustanove, uvođenje elektronskih dnevnika, ali najavljena digitalizacija nije nikada do kraja realizovana i više je ostala samo na planu ideja. „Jedan od većih problema predstavlja i to što učenici na Zapadnom Balkanu imaju ograničeniji pristup internetu velike brzine od svojih vršnjaka u Evropskoj uniji. U proseku, oko 60 procenata domaćinstava na Zapadnom Balkanu ima pristup internetu brzine koja zadovoljava preduslove za elektronsko učenje. Učenje putem interneta je dobra podloga za stvaranje većih razlika u mogućnostima obrazovanja, pa će ono imati nesrazmerno bolji, pozitivniji uticaj na učenike koji su već u povlašćenom

položaju, na bogate u odnosu na siromašne i na učenike iz gradskih sredina u odnosu na seoske, jer je veća verovatnoća da će kompjutere ili bolje kompjutere i brži pristup internetu kod kuće imati porodice boljeg imovinskog stanja. Pomoć roditelja, koji su morali da preuzmu ulogu nastavnika, takođe je produbila novi jaz među učenicima" (Ibid). Prelazak na nastavu na daljinu i putem interneta dodatno je smanjio aktivno nastavno vreme, naročito za učenike iz osetljivih grupa, najmlađe, učenike sa slabijim uspehom i one sa posebnim potrebama. Već je u ranijim studijama dokazano da „tokom leta učenici izgube između 25 i 30 odsto naučenog tokom školske godine – odnosno oko tri meseca naučenog gradiva. U situaciji pandemije smatra se da će biti potrebno nekoliko meseci ili čak godina da se nadoknade sadašnja zatvaranja škola i gubitak naučenog" (Milanović Hrašovec, 2002). Obrazovni sistem se proteže kroz sve segmente savremenog društva, jedino kroz proces obrazovanja pojedinci se mogu osposobiti da odgovore na zahteve svih društvenih uloga. Znanje, koje je rezultat nauke i naučnih istraživanja, tretira se kao osnovni resurs privrednog i svakog drugog razvoja (Vilić, 2014). Znanje, dakle, pokreće i usmerava sve društvene tokove, podiže ukupan nivo razvoja društva, proizvodi inovacije i nove informacije, koje su ključne upravo u kriznim situacijama, jer povećavaju mogućnost rešavanja složenih problema, sposobnost snalaženja i reagovanja u iznenadnim situacijama, kao i mogućnost razvijanja kritičkog mišljenja. Svaki period krize sa sobom nosi i potencijal, takva razdoblja otklanjaju privid i vode nas ka ponovnom traženju odgovora na izvorna pitanja, bez pojednostavljenja koja olakšavaju odgovore. Obrazovni sistem se prvenstveno fokusira na otkrivanje principijelnih obrazloženja, među njima svakako najvažnije je pitanje vrednosti. U Bolonji je 1988. donet dokument Magna Charta Universitatum, pet godina pre no što je formirana Evropska unija. U dokumentu se ističe da budućnost čovečanstva zavisi od razvoja koji se događa na visokim školama, koje su stecište kulturnog, tehničkog i naučnog napretka, kao i da čitava budućnost čovečanstva zavisi od ulaganja u obrazovanje. Jasno je da je pandemija korona virusa napravila ogromnu štetu o kojoj se još uvek nedovoljno u javnosti piše i govori – sa spiska vitalnih ciljeva, kao da je, pod uticajem egzistencijalnih strepnji, skrajnuto obrazovanje. Ovo samo znači da je pandemija uspeła da načini još jedan udar – udalji nas od ideala društva znanja, koje je definisao UNESKO kao „sposobnost prepoznavanja, stvaranja, obrade, transformacije, širenja i iskorišćavanja informacija u izgradnji i primeni znanja za ljudski razvoj. Globalno informacijsko društvo ima smisla samo ako podstiče razvoj društava znanja i kao svoj cilj postavlja ljudski razvoj zasnovan na ljudskim pravima" (Unesco World Report, 2005). Čini se da smo posle pandemije znatno i na duži period udaljeniji od društva znanja i ljudskog razvoja, a da je korona virus uspeo da načne i unapred potroši i budućnost mladih naraštaja, razarajući temeljne, bazične vrednosti, temelj na kome se gradi dalji prosperitet.

INFODEMIJA I PANDEMIJA

U trenutku poplave lažnih vesti i neproverenih informacija u toku pandemije korona virusom pokazalo se koliko su građani savladali medijsku pismenost. „Biti medijski pismen podrazumeva veštine kritičkog mišljenja primenjene na masovne medije i pronalaženje značenja ispod površine filmova, oglasa i drugih vrsta najrazličitijih sadržaja. To takođe podrazumeva jasno razmišljanje o sporovima koji mogu da se tiču veb-sajtova koje građani posećuju, mobilnih uređaja koje nose, televizijskih emisija koje gledaju, muzike koju slušaju, časopisa koje čitaju. To znači postati svesniji i odgovorniji građanin u našem društvu koje pokreću mediji” (Tjurou, 2012: 21). Medijska pismenost je skup veština koje pomažu da medijski konzumenti postanu kritički nastrojeni, da prepoznaju dezinformacije, lažne vesti, propagandu i da promišljaju o ulozi masovnih medija i kulturi u celini, kao i da osećaju prisustvo ili odsustvo etičke dimenzije u medijskoj delatnosti. Razvoj tehnologija, posebno interneta i servisa koje nudi, omogućio je širenje informacija velikom brzinom i u velikom broju. „O medijskoj pismenosti se mnogo govori u poslednjih godinu i po dana, od kada je, zajedno sa pandemijom Kovida 19, proglašena i infodemija, odnosno širenje ogromnog broja informacija u vezi sa virusom korona, od kojih veliki broj nije tačan i potiče iz neproverenih izvora. Međutim, medijska pismenost je prisutna još od druge polovine 20. veka. Postmodernizam je doneo drugačije poimanje istine, mediji su počeli da interpretiraju stvarnost, a publika da tu stvarnost razume više na bazi iskustva i osećaja, a manje na osnovu znanja i činjenica. S obzirom na to da su raznim informacijama izloženi svi, od dece do najstarijih građana, važno je uvesti medijsko obrazovanje od najranijeg doba. Mladi su najčešći korisnici društvenih mreža, a one su, s druge strane, najveći generatori netačnih i neproverenih informacija, pa odatle i potreba da se, posebno kod mladih, razvijaju veština prepoznavanja, razumevanja, analize i tumačenja medijskih sadržaja” (Đurović, 2021). Koliko građani Srbije imaju svest o sedam elemenata svakog oblika informacionog opštenja: „izvora, koderu, predajnika, kanala, dekoderu, prijemnika, povratne sprege?” (Tjurou, 2021: 35). Medijsku pismenost građana Srbije moguće je izmeriti indeksom do koga se dolazi istovremenom analizom nekoliko kriterijuma, a to su snalaženje u medijskom okruženju, učestalost proveravanja izvora, svest o postojanju lažnih vesti i izmišljenih informacija, promišljanje o verovatnoći da je neka netačna informacija objavljena sa namerom da propagira, obmane, nametne drugačije mišljenje... Imajući to u vidu, indeks medijske pismenosti u Srbiji u prošloj godini bio je 3,91 na skali do 6, i to je nešto niža vrednost u odnosu na 2019. godinu kada je bio 4,07. Istraživanja vršena u CeSID-u i na FPN-u u Beogradu pokazala su da se više od polovine građana Srbije o pandemiji „informiše na veb stranicama državnih institucija, a oko 50 odsto se redovno informiše preko televizije

i društvenih mreža. Oko trećine ispitanika smatra da državne institucije unose paniku i nervozu, oko petina veruje da u prvom planu moraju da budu lekari, a ne političari, a kriterijumi na osnovu kojih se može meriti njihov kredibilitet izvora informacija su poštenje, nepristrasnost, objavljivanje cele priče, poštovanje privatnosti, vođenje računa o interesima zajednice, razlikovanje činjenica od komentara, uređivačka politika i obučenost novinara” (Đurović, 2021).

Ukoliko smo saglasni sa mišljenjem bivšeg američkog predsednika Ronalda Regana da su „informacije kiseonik modernih vremena” ili sa Ginzbergovim postulatom da „onaj ko kontroliše medije kontroliše kulturu” (prema Tjurou, 2012: 29), postavlja se pitanje kako su se građani Srbije informisali tokom pandemije. Na Fakultetu političkih nauka tokom aprila 2020. izvršeno je istraživanje na tu temu: „U sklopu sprovedenog istraživanja informisanja građana i njihovom odnosu prema medijima, anketa je imala pitanje koje se odnosilo na to ko je u periodu kovid krize glavni izvor informisanja. Nešto manje od polovine ispitanika, tačnije 47,8% njih, istaklo je internet portale i novine kao svoj primarni izvor informacija. Odgovori građana su pokazali da su štampa i radio kao najstariji masovni mediji na zanemarljivo niskom nivou. Naime, samo za manje od 1% ispitanika su radio i štampa glavni medijum informisanja. Respektabilno mesto u procesu informisanja zauzimaju društvene mreže. Više od ¼ ispitanika stavilo je društvene mreže na prvo mesto, odnosno njih 27%. Nešto manji broj učesnika istraživanja je kao svoj odgovor naveo televiziju – 24,3%. Prikupljeni odgovori su pokazali dominaciju elektronskih medija i oblika informisanja. Skoro ¾ ispitanika koristi internet kao posrednika u procesu informisanja. S druge strane, na osnovu prikupljenih podataka tradicionalni masovni mediji – štampa, radio i televizija zajedno igraju najvažniju ulogu u informisanju nešto više od četvrtine ispitanika; pritom je učešće radija i štampe zanemarljivo naspram televizije čija negdašnja dominacija deluje ozbiljno poljuljana širenjem interneta i elektronskim opismenjavanjem stanovništva. Ipak, kontradiktorno deluje to što su u odgovorima na neka druga pitanja u vezi sa informisanjem ispitanici većinski kao svoje odgovore navodili upravo televizijske stanice (CMJP, 2020). Zanimljiv je odgovor na pitanje gde se građani informišu o pandemiji: „Najveći procenat građana Republike Srbije (34,4%) je kao izvor informisanja o COVID-19 naveo javni servis RTS, televiziju sa nacionalnom frekvencijom. Rezultati istraživanja doveli su do interesantnog zaključka – svaki četvrti ispitanik se informiše o virusu korona putem televizije N1 i portala NovaS, koji se emituju putem kablovskih operatera, umesto televizija sa nacionalnom frekvencijom: Prva (7,2%), Pink i Happy TV (3,7%), B92 (1,7%) imaju najviše poverenja” (Ibid).

Ne treba isključiti ni to koliko u kriznim situacijama važnu ulogu imaju javni medijski servisi, pa je tako tokom 2020. protok informacija na sajtovim javnih medijskih servisa porastao 2,7 puta. Samim tim ovo

nam ukazuje i da se povećao procenat poverenja u ponuđeni sadržaj, jer se povećalo i verovanje u njihovu ispravnost. Prema istraživanju Evropske radio-difuzne unije, radio i televizija su i u 2020. bili mediji kojima se najviše veruje – 73 odsto. No, ne može se govoriti o isključivoj odgovornosti medija za tačnost informacija već i aktera na javnoj sceni koji određene izjave daju. „Zbog broja emitovanih informacija jasno je da je najviše netačnih vesti bilo u medijima, ali odmah iza su korisnici društvenih mreža iza kojih najčešće ne znamo ko stoji, to su nepoznati građani koji su dezinformacije delili putem platformi za umrežavanje ili aplikacija za razmenu poruka. Takođe, izvori dezinformacija često su i influenseri, biznismeni, novinari, političari, članovi Kriznog štaba i lekari koji nisu članovi Kriznog štaba. Drugim rečima, izvor dezinformacija mogu biti svi koji učestvuju u javnom životu, na tradicionalnim ili onlajn medijima” (Đurović, 2021).

Zanimljivo je da lokalni mediji i dalje imaju veliku pozornost publike. Javni medijski servisi zaduženi su za informacije od opšteg interesa, a lokalni mediji postaju vrsta veze između zvaničnih institucija i građana. Lokalni mediji u Srbiji imaju svoju izraženu medijsku funkciju, ali i dalje ogromne probleme sa finansiranjem, naročito štampani mediji. Rojtersov Institut za novinarstvo objavio je u poslednjem izveštaju da je sve više ljudi spremno da plaća lokalne vesti u digitalnom obliku. „Neosporno je da se lokalni mediji suočavaju sa brojnim izazovima, među kojima su najizraženiji finansijski i konkurencija na internetu. Dok se lokalni radio i televizija još uvek solidno drže u toj medijskoj utakmici, najteže je lokalnim novinama koje svoju budućnost traže na internetu” (Đurović, 2021).

U trenutku kada nailazimo na šest tekućih tendencija u masovnim medijima: usitnjavanje medija, deljenje publike, distribuciju proizvoda preko granica među medijima, stvaranje konglomerata, globalizaciju i digitalnu konvergenciju” (Tjurou, 2012: 208), postavlja se pitanje kako sada medijske poruke deluju na publiku u situacijama krize, kao što je to bio kovid 19. Publika je i dalje medijske poruke prihvatila kao ideološki obojene, samostalno ih tumačila, a posebno su specifične poruke u situacijama kakva je pandemija Kovida 19, u kojoj je ugroženo zdravlje čitavog stanovništva na planeti. Ne zaboravimo, u situacijama velikih istorijskih drama, emocije i intuicija preplavljaju razum. Intuicija je pasivno znanje, „a kada je ugroženo zdravlje dominiraju strah, uznemirenost, depresija i to su emocije koje značajno utiču na razumevanje medijskih poruka. Otuda je medijska pismenost još važnija, kako bi pojedinca ojačala da ne podlegne teorijama zavere, lažnim vestima, neproverenim ili manipulativnim informacijama. Značajan faktor u razumevanju medijskih poruka je i lično iskustvo, uzrast, rod, obrazovna struktura, vaspitanje” (Đurović, 2021).

First Draft Newsproject je još u vreme epidemije svinjskog gripa 2009. godine objavio preporuke za borbu protiv dezinformacija na mreži, koje su značajne za izveštavanje u osetljivim situacijama za zdravlje ljudi. One

važje i za aktuelni trenutak i informacije u vezi sa Kovidom 19. Novinarima se preporučuje da izbegavaju senzacionalizam, izbegavanje straha i panike, da na mrežama dele znanje, a da izbegavaju nagađanja o najgorim mogućim scenarijima", zatim treba da se fokusiraju na konkretne činjenice iz zvaničnih izvora kako bi ljudi imali osećaj da je situacija pod kontrolom, da razgovaraju sa više izvora i provere informacije, da analiziraju teme, navode izvor podataka i kontekst. Što se tiče roditelja, medijska pismenost bi trebalo da je deo vaspitanja dece, pre svega o ponašanju na društvenim mrežama, privatnosti, prepoznavanju opasnih i uznemirujućih sadržaja. I škole svakako mogu da pomognu, pre svega mladima, da savladaju internet alatke koje će im pomoći da prepoznaju izvor informacija, tačnost navoda... U tom smislu se već ozbiljno radi jer je od pre nekoliko godina u gimnazije i pojedine srednje stručne škole uveden izborni predmet Jezik, mediji i kultura (Ibid). „Videćemo da li će ova mera dati rezultate, no ako bismo sintagmatski želeli da opišemo kako je izveštavano u Srbiji u doba pandemije, mogli bismo da se pozovemo na britke sintagme Bretona: 'afektivna manipulacija', a često i 'izmanipulisana reč'" (Breton, 2000: 71).

MEDIJSKI DISKURS U PANDEMIJI

Kriza nije izolovan i samostalan slučaj bez uticaja na širu javnost, ona ima propratne pojave poput reakcija javnosti, sudskih procesa, a moguće i/ili internog previranja unutar postojećih sistema. Ove okolnosti po sistem mogu imati ponekad i sudbonosno značenje, posebno ako se u odgovarajućem trenutku izostavi adekvatna komunikacija s internom i eksternom javnošću. Radi boljeg razumevanja i rasvetljavanja uloge medija za vreme kriznih događaja, sa stajališta ponašanja i interesa medija, Fink razvija model životnog ciklusa krize. Model uključuje četiri faze:

1. nagoveštaj budućeg stanja ili najava krize (Prodromal Crisis),
2. akutna faza krize (Acute Crisis),
3. hronična faza krize (Chronic Crisis),
4. faza razrešenja ili saniranja krize (Crisi Resolution).

U prvoj fazi životnog ciklusa krize javljaju se mogući nagoveštaji za buduću krizu, tačnije upozoravajući znakovi javljaju se u formi medijskih tema koje skreću pažnju na opasnost i moguće simptome koji ukazuju na nadolazeće stanje. Takve teme nazivaju se teme okidači (trigger themes) koje, pored poruke o mogućoj krizi, sadrže i putokaz za njeno prepoznavanje. Jedino sistematsko praćenje, analiziranje i zaključivanje može biti dobar osnov za prepoznavanje i adekvatno predstavljanje ovih tema okidača (Perinić, 2008). Ovakvo novinarstvo, usmereno isključivo tačnim, preciznim i relevantnim informacijama, jeste ideal kome treba težiti. Međutim, da bi izveštavač bio u stanju da na adekvatan način prepozna alarme koji

moгу ukazati na potencijalnu krizu, trebalo bi da prvenstveno poseduje širok dijapazon znanja o samoj tematici, koji bi trebalo da bude praćen adekvatnim protokom tih informacija do šire publike. Periodi krize su društvena stanja u kojima neizvesnost i želja za razrešenjem ili bar razjašnjenjem nejasnoće i nelagode, koja vlada u društvu, dominantno okupira medijsku javnost. Zbog toga mediji teže da što jednostavnije, brže i za auditorijum prijemčivije izveštavaju o nekom događaju. Kako Malović primećuje, savremenom novinarstvu nisu potrebni vrhunski poznavaoци prilika, reporteri istraživači, kvalifikovani analitičari, oni koji će pošтовati etička načela, već suprotno, oni beskompromisni, spretni i vođeni senzacionalizmom, za čije novinarstvo ne postoji prepreka i koji uspeavaju da otkriju svaki detalj (Malović, 2006).

Nakon faze najave krize slede dve možda ključne etape u novinarstvu, to su faza akutne i hronične krize. U ovim fazama se upravo formira javno mnjenje i javnost percipira koje su početne pozicije za buduće razumevanje, rasuđivanje i delanje. U toku akutne faze, medijski sadržaji se u formi obaveštenja o nekom dešavanju, njegovim posledicama i učincima plasiraju široj javnosti. Dok hronična faza krize teži da jasnije demonstrira efekte kriznog događaja koji mogu imati dalekosežne posledice u potrebi za obnovom, delovanjem putem zakonske regulative i različitih aktivnosti javnosti. Tokom ove faze mediji svoje delovanje usmeravaju na traženje odgovornosti (Perinić, 2008). Kako Lipman ističe, medijski diskurs je usmeren na razloge zbog kojih se događaj desio, nastojeći da daju odgovor na pitanje „zašto” i na detektovanje odgovornih struktura i/ili pojedinaca za krizu. Uloga medija u ovom slučaju jeste da stvore osnovu za formiranje verodostojne slike sveta koja se nalazi izvan dotadašnjeg iskustva (Cutli et al., 2003). Na osnovu ovako formiranih slika i stavova, konzumenti dalje usmeravaju svoje delovanje, a pošto krizne situacije predstavljaju, kako smo gore naveli, periode oblikovane nejasnoćama, napetostima i potrebom za razrešenjem, medijska uloga postaje još značajnija i novinarstvo treba da u ovim slučajevima svoje delovanje usmerava isključivo pouzdanim, jasnim i nedvosmislenim informacijama. Zbog toga, krizni događaj treba komunicirati u svojevrsnom komunikacijskom procesu čiji su glavni akteri masovni mediji i publika. Mediji u ovom slučaju ne određuju šta će ljudi misliti, ali stvaraju polazište za raspravu i mogu poslužiti kao produžetak ljudskih čula, živaca, pa i savesti, pa će, u skladu sa tim, mediji odrediti stav publike u odnosu na neki događaj (McLuhan et al., 1971). Dobar primer ovakvog medijskog delovanja na širu populaciju može predstavljati upravo izveštavanje o napadu na Kule blizakinje 11. septembra 2001. Medijski narativ ovog događaja prvenstveno je bio usmeren na prenošenje snimaka aviona koji se sudaraju sa zgradama, koje su simboli moći države. Obojeni senzacionalizmom, tekstovi su bili praćeni slikama ljudi koji skaču kroz prozore iza kojih buktu plamen. Kako Kelner (Kellner) navodi, tretman ovog napada u medijima iskoristio

je sve strategije medijskog spektakla, pretvorivši tragičan događaj u neukus. Dramatične slike preoblikovale su ne samo, kako navodi, politiku i kulturu, već su privlačile publiku nudeći joj najradikalniji program. Autor dalje kritikuje da smo u tom trenutku postali svedoci nestajanja kritički nastrojenih medijskih konzumera, koje glamur i intenzitet medijskog spektakla čini sve manje ili potpuno pogrešno informisanima (Kellner, 2003). Ovakvo izveštavanje nije imalo samo funkciju prenošenja zastrašujućih informacija, već je poslužilo kao podloga za nov način povezivanja na nacionalnom nivou, ostvarivanje jedinstva oko ciljeva koji su označeni kao patriotski, odbrambeni, nacionalni (Martinoli, n.d.). Dakle, u ovom slučaju mediji su direktno preneli određenu informaciju, ali nijednog trenutka nisu direktno pozvali na akciju. Međutim, nakon dramatičnog događaja poput ovog, svojim senzacionalizmom, mediji su prećutno stvorili konsenzus u društvu i odredili ka kojim ciljevima u budućnosti treba stremiti. Događaji u Americi pre dve decenije nisu samo izmenili medijske strategije i načine komuniciranja. U zborniku „Novinarstvo posle 11. septembra” priređivači podsećaju kako „događaji od 11. septembra nastavljaju da snažno odjekuju, ali ponekad na neočekivane načine. Za mnoge novinare kriza je promenila njihov osećaj za svet oko sebe. Poznate predstave o tome šta znači biti novinar, kako se najbolje baviti novinarstvom i šta javnost može očekivati od novinara koji bi trebalo da pita u ime demokratije – poljuljane su do temelja” (Zelizer, Allan, 2011).

Uticao medijskog diskursa u kriznim periodima može se jasno prikazati na primeru migrantske krize koja je pogodila Evropu 2013. godine. Đurović se u svom istraživanju, kombinujući pristup Analize diskursa i Kognitivnu lingvistiku, bavi medijskim prikazom problema tražilaca azila u Srbiji, kao i njegovim uticajem na formiranje stavova lokalnog stanovništva u odnosu na ovaj fenomen. Vodeći se gorespomenutim modelom životnog ciklusa krize, možemo jasno uvideti sve faze u izveštavanju. Uočen je trend korišćenja metafora prilikom izveštavanja, koje se kreću u opsegu od razlučivanja okolnosti koje su prethodile samoj migrantskoj krizi, preko posledica koje će ista imati na život lokalnog stanovništva, dok krajnja tačka predstavlja nemogućnost stavljanja pod kontrolu ovih dešavanja. Sve to rezultira potrebom za potpunom reorganizacijom odnosa i ophođenja, ne samo prema grupaciji koja je bila u fokusu ovih zbivanja, već i preispitivanja čitavog sistema zbrinjavanja. Medijski diskurs na početku migrantske krize biva formulisan porukama koje bi trebalo da probude empatiju sa nadolazećim grupacijama („Mi smo došli [u Srbiju] jer u našim državama nema života”, „U Srbiju je došao 'zbog para, zbog hrane'”), dok daljim tokom događaja dolazimo do medijske slike koja doprinosi atmosferi neizvesnosti i straha („Pred granicama Srbije talas imigranata. Ove jeseni Srbiju je zapljusnuo nezapamćeni talas ilegalnih afričkih emigranata koji iz Grčke, preko Makedonije, nadiru ka severu.”,

„Kako zaustaviti azilante a da ne budemo rasisti?“, „Država se očigledno nije pripremila za veći priliv azilanata...“ (Đurović, 2015).

Dalje, kriza izazvana virusom Sars-CoV 2 postavila je nove izazove pred novinarstvo u čitavom svetu. Svetska zdravstvena organizacija je, pre nego što je proglasila globalnu epidemiju korona virusa, proglasila infodemiju. Po prvi put u istoriji se količina informacija o nekom oboljenju širila tako da smo došli u situaciju da je ugrožen rad medicinskih službi. Termin infodemija koristi se da objasni upravo tu prekomernu količinu informacija, ali i dezinformacija o korona virusu i ujedno da upozori građane na rizike izazvane tim viškom informacija koji sadrže veliku količinu neistina i glasina (Grulović, 2021). Ovakva situacija dovela je do pojave začaranog kruga. Šira javnost je, usled straha i panike, konstantno zahtevala informacije, dok su mediji u takvoj atmosferi velike potražnje objavljivali nedovoljno relevantne i nedovoljno istražene informacije. Prva dezinformacija povezana s korona virusom objavljena u medijima u Srbiji registrovana je 30. januara, i ona potiče od nekoliko individualnih objava korisnika Fejsbuka. Za mesec dana, od 12. marta do 12. aprila 2020. godine, istraživački tim Fake News Tragača detektovao je „43 lažna i manipulativna narativa o pandemiji virusa korona“ (Jovović, Mijatović, 2021). Ukoliko pogledamo navedeni vremenski period od samo mesec dana, čini se da su lažne vesti i dezinformacije, uzevši u obzir njihov obim i učestalost u javnoj sferi, postale podjednaka pretnja po društvo koliko i sama pandemija. Novinari su, očekivano, odmah reagovali u želji da ispune svoju ulogu, pa su nas od samog starta praktično zatrpavali svim mogućim i nemogućim vestima o koroni iza kojih se, mesecima unazad, sporadično probijaju i neke druge „vesti dana“. Istovremeno, deo stručne javnosti na svetskom nivou odmah je pošteno priznao da o pandemiji i novom virusu ne zna mnogo ili, barem, ne zna dovoljno. Takva postavka neminovno je odvela u začarani krug – javnost želi što više informacija, a mediji se utrkuju da ih donesu, često svesni da izvori i komunikatori od kojih ih dobijaju nisu do kraja pouzdani. Tako u informisanju u doba korone dolazimo do još jednog paradoksa – čovečanstvo ne pamti da se o nekoj temi duže i iscrpnije izveštavalo, a da o njoj i dalje skoro ništa ne znamo. Dve godine od prvog spominjanja „opakog virusa“ i „nevidljivog neprijatelja“ i dalje smo zatrpani brojkama na dnevnom nivou i vrlo različitim teorijama o poreklu virusa, njegovoj virtuelnosti, posledicama, vakcinama i uglavnom lošim procenama o kraju ove agonije. U tom smislu, sve češće ispoljavanje „narodnog nezadovoljstva“, najčešće oličenog u uličnim protestima, na kojem se hiljade duša pojavilo bez čuvenih maski i sa transparentima protiv „korona-ugnjjetavanja, sasvim je logična posledica svega navedenog“ (Čokorilo, 2021). Pojedini autori, poput Djuza (Deuze), ukazuju kako „pandemija-infodemija evoluirala i tokom vremena postaje deo naših života, studije medija i komunikologija postaju značajniji nego ikada“ (Deuze, 2020).

U ovakvim okolnostima medijski prostor se sve češće susreće sa onim što Hana Arent (Hannah Arendt) naziva postistina. Postistina je izum moćnih donosilaca odluka, a ne nemoćnih. Dolazi sa „vrha”, posebno sa namerom da podrije istinu, koja je, kako kaže, prisilna i može biti neprijatna onima koji su na vlasti. Karakteristika fenomena postistine je u tome što koristi arsenale istine protiv same istine. Drugim rečima, postistina ironično pronalazi potvrdu u teorijama istine. Tu se krije paradoks: postistina pozajmljuje iste teorijske osnove istine da bi potkopala temelje istine i prisvaja pojam konsenzusa, Arent pravi razliku između političkih „laži” u predmodernom i modernom svetu. U predmodernom svetu tradicionalna laž je imala dve karakteristike: prvo, „nikada joj nije bila namera da bukvalno prevari svakoga; bila je namenjena neprijatelju i trebalo je da prevari samo njega”. Drugo, tradicionalna laž „odnosila se samo na pojedinosti i neistine koje ne pokušavaju da promene ceo kontekst. Postistina nije samo antiteza istine, ona je neprijatelj istine”, tvrdi Arent (Arendt, Kohn, 2006).

MEDIJI KAO SVEDOČENJE, OBRAZOVANJE KAO MISIJA

Nalazimo se u izuzetno uzbudljivom i zastrašujućem trenutku istorije. „Nismo samo mi u krizi, po svemu sudeći, u krizi je i sama kriza; ne samo finansijska i berzanska kriza, praćena slomom nekoliko važnih globalizovanih sistema, već, pre svega, vidljivo osipanje smisla u mnogim poslovima i aktivnostima, intenzivno osećanje krize posle kojeg je nužno da usledi novo osmišljavanje ukupne javne scene” (Božović, 2012: 5). Medijski vrtlog, koji je trajao tokom kovid pandemije, ne zaustavlja se. Indymedia poručuje da ne mrzimo medije, kakvi god da su, već da budemo mediji. MakLuan je procenjivao da, uprkos svim medijskim vrtlozima koji nas uvlače u sebe, u taj vrtlog valja skočiti i razumeti ga kako bismo se spasili. U momentu krize znanja i obrazovanja možemo se pozvati na „postkritičku pedagogiju koja nije akritična, ne negira odnose moći i postojanje loših namera, ali računa na intrinzičnu vrednost i istinsku lepotu obrazovanja” (Bodroški Spariosu, 2022: 35). U svom izvornom značenju, kriza se može shvatiti ne kao kaos, već kao poziv na postkritičko prevrednovanje i izlazak iz sfere konstantne kritičke dekonstrukcije medijske i obrazovne sfere. U trenutku kada se činilo da se svet po svemu i trajno polarizuje, ispostavilo se da nam je mnogo toga zajedničko, u ovom periodu, na prvom mestu – pandemija. Očito je da moramo preuzeti novi rizik postistine koji nosi u sebi strah, ali i nadu i mogućnost da smo sposobni za rezilijentnost i kretanje putem prestrukturiranja dosadašnjih vrednosti, promišljanju o svetu „digitalne tišine” i konstruisanju novih značenja. Možda svetu jeste

dostupno znanje, ali je kovid kriza ukazala na nedostatak mudrosti. Svet medija takođe će promeniti medijska pismenost i obrazovanje, koje je po-najbolje definisala Hana Arent: „Obrazovanje je tačka u kojoj odlučujemo da li dovoljno volimo svet da smo spremni da preuzmemo odgovornost za njega i tako ga spasimo uništenja, koje bi, kada ne bi bilo obnavljanja, kada ne bi pristizali novi i mladi, bilo neizbežno” (Arent, 2016b: 193).

LITERATURA

- [1] Arendt, H, Kohn, J. (2006). *Between past and future*. New York: Penguin.
- [2] Arent, H. (2016b). *Humana Conditio*. Beograd: Fedon.
- [3] Božović, G. (2012). *Kriza je grupno putovanje*. Beograd: Arhipelag.
- [4] Brakus, A., Cvjetičanin, J. (2017). *Medijska pismenost*. Zbornik radova Mes, (3): 36–42.
- [5] Breton, F. (2000). *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio.
- [6] Cutlip, S. M., Center, A. H., Broom, G. M. (2003). *Odnosi s javnošću*: Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom. Mate.
- [7] Centar za međunarodnu javnu politiku [CMJP] (2020). Stavovi građana o epide-miji virusa korona (Covid 19). Fakultet političkih nauka. <http://cmjp.rs/wp-content/uploads/2020/04/CMJP-COVID-19-izve%C5%A1taj-f.pdf>
- [8] Čokorilo, R. (2021). Mediji i (Dez)informisanje – COVID 19. *Aktuelnosti*, 39: 39–57.
- [9] Deuze, M. (2020). The role of media and mass communication theory in the glo-bal pandemic. *Communication Today*, 11(2): 4–16.
- [10] Dunkley, Christopher (1997). Whose News is It Anyway?, *Financial Times*, 22.09.1997.
- [11] Đurović, Zoran (2021). „Infodemija došla sa pandemijom korona virusa”. *ZoomIn*. 24.8.2021.
- [12] Đurović, T. (2015). Cognitive linguistics meets critical discourse analysis: The re-presentation of Asylum seekers in Serbian media discourse. *Jezik, književnost, di-skurs: Jezička istraživanja*, 283–295.
- [13] Grulović, B. (2021). Lažne vesti i stvaranje panike u javnosti. *Aktuelnosti*, 39: 57–69.
- [14] Hafner, P. (1997). *Društvene promene i društvena kriza danas*. Niš: Ekonomski fakultet.
- [15] Jovović, J., Mijatović, P. (2021). *Uokvirivanje infodemije*. Novi Sad: Novosadska no-vinska škola.
- [16] Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. New York: Routledge.

- [17] Makluan, M. (1967). *Poznavanje opština – čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.
- [18] Malović, S. (2006). Javno novinarstvo: anakronizam ili potreba. Bauer, TA, Brautović, M., Car, V. (at al.), *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*, ICEJ, Nacionalna i sveučilišna knjižica, Zagreb, 49–58.
- [19] Martinoli, A. (n.d.). Taktički mediji u funkciji čuvanja ličnih kreiranja kolektivnog sećanja – studija slučaja 9/11 and after-virtual case book. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.
- [20] Milanović Hrašovec, Ivana (2002). „Šok za obrazovni sistem”. *Vreme*. 3.3.2022. <https://www.vreme.com/vreme/4585498/>
- [21] Perinić, J. (2008). Masovni mediji u životnom ciklusu krize – Teorijski pristup. Posećeno: 5. 6. 2022. URL: [file:///C:/Users/x/Downloads/951029.Masovni_mediji_u_ivotnom_ciklusu_krize_-_teorijski_pristup%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/x/Downloads/951029.Masovni_mediji_u_ivotnom_ciklusu_krize_-_teorijski_pristup%20(2).pdf)
- [22] Simić, Č. (2012). *Kriza je grupno putovanje*. Beograd: Arhipelag.
- [23] Tjurou, Dž. (2012). *Mediji danas*, Beograd: Clio.
- [24] Vilić, D. (2014). Uloga znanja i obrazovanja u savremenom društvu. *Politeia – Naučni časopis Fakulteta političkih nauka u Banja Luci*, 4(8): 389–404.
- [25] UNESCO (2005). Towards knowledge societies: UNESCO world report <https://www.ce-defop.europa.eu/en/news/towards-knowledge-societies-first-unesco-world-report>

Sanja Domazet

JOURNALISM AND EDUCATION IN TIMES OF CRISIS CAUSED BY THE COVID PANDEMIC 19

Abstract: Covid 19 is the most often mentioned term in the public from 2019 until 2021. The pandemic has affected all segments of public and private life. There is no area that has not experienced transformation or malformation due to the pandemic. At the moment in which modern man believed that he could control all segments of life, the COVID pandemic proved it was an illusion. The aim of this paper is to define how the Covid 19 affected the media and education, in the time of the historical changes, as Fukujama defines it. Many analysis shows that graduated students are media illiterate, especially in the Western Balkan countries. The author will discuss the theoretical concepts of media knowledge and analyze it in a time of crisis,

Keywords: pandemic, crisis, education, infodment, media.