

Comment

Izbori koji čine znanstvene teme na radiju

Blanka Jergović

Opći kriteriji odabira

Što čini znanstvenu priču? Iza kulisa, prije emitiranja, čine ju brojni izbori: što i kako objaviti ili ne, i kada. Odluke se donose na temelju općih kriterija (onih koje nalazimo u literaturi o novinarstvu i u posljednje vrijeme o znanstvenom novinarstvu), a kojima u ovom radu dodajemo i dvije nove skupine: osobnih i izranjajućih kriterija.

Opći kriteriji su oni koji se spominju u svim razmatranjima o toj temi, a za ovu priliku izdvajamo dva izvora. Priče koje sadrže ljudski interes, važne su u svakodnevnom životu, manje komplicirana otkrića i znanost povezana sa širom temom prema Tonneru lakše će doći u medije.¹

Detaljniju listu općih kriterija navode Gregory i Miller: (1) vijest najprije mora prijeći prag medijskog interesa, a daljnji kriteriji su (2) značenje, važnost i konsonantnost; (3) koopcija i kompozicija; (4) frekvencija, neočekivanost i kontinuitet; (5) kompeticija; (6) jednoznačnost i negativnost; (7) činjenice, izvori i njihova pouzdanost; (8) elitizam i personalizacija.²

Izbor što, kada i kako emitirati ne ovisi samo o tome, pa zato općim kriterijima dodajemo osobne i izranjajuće. Slične elemente izbora i osobine vijesti (*news values*) nalazimo i kod drugih autora. Osobine vijesti su promjenjive i kao kulturne osobine sklone nestalnosti. One se svakako vežu uz određenu sredinu, društvenu i kulturnu pa je jedna od najčešće spominjanih osobina vijesti je bilzina. Ipak, općenito osobine vijesti manje-više su slične u različitim sustavima. Nakon istraživanja britanskih novina i televizije, "Hetherington je otkrio da su novinari temeljili njihove izbore na dva kriterija: (1) ljudskoj, društvenoj i političkoj važnosti događaja, i (2) hoće li ona uzbuditi, zainteresirati i zabaviti publiku. Zaključio je da izbori i percepcija vijesti tendiraju sociocentризmu – učvršćivanja uspostavljenog društva, održanju zakona i poretka, postepenoj reformi (1985:12). Ipak, kros-nacionalna studija sugerira da vrlo slični čimbenici igraju sličnu ulogu u različitim medijskim sustavima".³

Osobni kriteriji

Osobni kriteriji vezani su uz osobnosti novinara i znanstvenika. Kod novinara izbor ovisi o njegovoj specijalizaciji, osobnim preferencijama i komunikacijskim vještinama. One će odrediti odabir i zbog njih će novinar (koji čak i nije specijaliziran) neku važnu temu preskočiti (npr. jer je prekomplicirana i možda nećemo iz nje uspjeti izvući priču, pogotovo ako idemo 'u živo'). One će utjecati na žanr i stil prezentacije. Iskustvo novinara.⁴ toj skupini kriterija dodaje i osobne kriterije urednika: ono što pogađa urednika osobno, a općenito nije aktualno niti toliko važno, postat će tema dana! Toj skupini možemo dodati i kriterij autopercepcije novinara.

Percepcijska pristranost novinara (nesvjesni odabiri prema mentalnim shemama ili slikama koje smo razvili za vrijeme odrastanja)⁵ važan je osobni kriterij. U skladu s vlastitim predodžbama (a ponekad i nesvjesnom pristranošću) novinarov izbor može biti određen njegovom percepcijom znanstvenika: djeluje li on suvislo, razumno, povezano, spremno na komunikaciju ili ne? Ako ne možda od njega nećemo dobiti niti priču. Ili ćemo umjesto intervjua uzeti samo par desetaka sekundi izjave.

Neki novinari svoju ulogu – koja determinira i njihove kriterije odabira – vide kao informatora, a drugi imaju pro-znanstvenu agendu. Većina ih se ne vidi u edukacijskoj ulozi, a neki vide znanost kao način da prodaju svoju priču.⁶

Kod znanstvenika temeljni osobni kriteriji su: spremnost da ide u medije, njegove komunikacijske vještine, i njegov 'medijski seksepil'. Neke znanstvenike mediji jednostavno vole, oni su vijest sami po sebi, oni imaju 'medijski seksepil'. Čak ne moramo imati ni događaj, ako imamo takvog znanstvenika imat ćemo priču. Znanstvenikova percepcija novinara važna je kod nastanka priče: stupanj njegovog razumijevanja medija, novinarskog posla i javnosti (*publics*), te stav prema novinarstvu. Važan kriterij odabira je i autopercepcija znanstvenika. Ona varira, u mnogim varijantama, od uloge začahurenog laboratorijskog štakora sve do omnipotentnog u medijima općepriputnog eksperta za razne teme (koje ne moraju biti njegovo polje istraživanja).⁷

Izranjajući kriteriji

Izranjajući kriteriji su ekonomske, organizacijske i tehničke naravi. Razvijenost medijskog tržišta može utjecati na izbor, jer je za pretpostaviti da će u slabije razvijenom medijskom krajoliku s manje radio stanica i mogućnost emitiranja znanosti biti manja. U kompeticiji s drugim temama dana znanstvene priče lako otpadaju. Razvijenije medijsko tržište s profiliranim programima potencijalno je pogodnije za znanstvene programe. Priroda medija (*public v. campaigning*) i uloga koju oni u određenoj situaciji preuzimaju određuju kriterije odabira; novinara, teme, medijske prezentacije. Cirkulacijski rat između *Daily Mirrora* i *the Expressa* rezultirao je kampanjskim pristupom u slučaju velike Britanske *GM debate*. Štoviše, "oni su prvi pokrenuli debatu, prvi pokrenuli nova pitanja, koristili dramatičnije naslove, i tome posvetili veći prostor, dok su autori većine napisa bili neznanstveni novinari".⁸

Ekonomska situacija općenito je potencijalni faktor izbora. Ako imamo veći budžet, lakše ćemo putovati, angažirati suradnike i stručnjake, nabavljati literaturu. Isto je i s tehničkom opremljenosti. Neka istraživanja pokazuju da ponekad "vijesti više slijede unaprijed napisan sinopsis, nego samu stvarnost. Oni 'definiraju' i 'prestrukturiraju' situaciju (Lang, 1953; Halloran et al., 1970) (ono što zovemo 'medijska logika'). To potvrđuje da su ponekad neki mediji više pod utjecajem vlastite organizacijske, ekonomske i tehničke strukture nego realnosti".⁹

Zaključak

Ovdje smo pokušali ukazati na kompleksnost kriterija koji određuju odabire prije emitiranja znanstvenih sadržaja na radiju. Možemo čuti znanstvenike kako se žale da su novinari neobjektivni i mijenjaju njihove priče čak do distorzije. Serije različitih izbora koje novinari svakodnevno rade (kao što je još W. Lippmann rekao) nisu i ne mogu biti objektivni, već su više dio konvencija. Koliko će stroge te konvencije biti, to ovisi o kvaliteti koju mediji žele postići.

Notes and references

¹ M. Toner, "Introduction", in D. Blum, M. Knudson, (Eds), *A Field Guide for Science Writers*, Oxford University Press, New York, 1997, p. 130.

² J. Gregory, S. Miller, *Science in Public* (First paperback printing), Perseus Publishing, Cambridge, 2000, p.110-114.

³ Golding and Elliot, 1979, Gaunt, 1990, quoted in D. McQuail, *Media Performance*, SAGE Publications, London, 1992, p. 217.

⁴ Npr. priopćenje A. Fischera na 4. Svjetskoj konferenciji znanstvenih novinara, Montreal, listopad 2004.

⁵ D. Gordon, J.M. Kittros, *Controversies in media ethics*, Longman, New York, 1999, p. 82-82

⁶ Brojne rasprave o tome, npr. EuroScience Open Forum, Stockholm, August 2004.

⁷ Na to upozorava i R. Rieffel, "Du vedetteriat politique", u *Hermes*, CNRS editions, Paris, br.4, 1989, p. 117-220.

⁸ J. Durant, Linsley, *The Great GM Food Debate* (POST 2000a), Parliamentary Office of Science and Technology, London, 2000.

⁹ D. McQuail, *Media Performance*, cit., p. 231.

Author

BLANKA JERGOVIĆ je doktorirala u polju politologije/medijskih studija i trenutačno je predavač na Sveučilištu u Dubrovniku te istraživač-suradnik na University Collegeu London. Stalno je zaposlena na Hrvatskom Radiju, kao novinar-urednik za znanost.