

Konstruktivno novinarstvo kao odgovor na izazove suvremenog novinarstva

Kartelo Lončarević, Carmen

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:129078>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Studij novinarstva

ZAVRŠNI RAD

**“Konstruktivno novinarstvo kao odgovor na izazove suvremenog
novinarstva”**

Mentorica: doc. dr. sc. Dina Vozab

Studentica: Carmen Kartelo Lončarević

Zagreb, srpanj 2024.

SADRŽAJ

SADRŽAJ	2
1. UVOD.....	3
2. POČETCI KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA	4
3. ELEMENTI KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA	6
4. PRIMJENA ELEMENATA U PRAKSI I ISTRAŽIVANJU	8
5. POZITIVNA PSIHOLOGIJA – TEMELJNI ELEMENT	12
6. PRIHVATANJE KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA U SUVREMENOJ REDAKCIJI	14
7. ZAKLJUČAK	17
8. POPIS LITERATURE.....	18

1. UVOD

Novinarstvo kakvo danas poznajemo, sa svim načelima i principima još uvijek nedvojbeno čini staro, tradicionalno novinarstvo. No, svijet i društvo je ono koje se neprestano mijenja stoga je bitno da novinari i novinarska struka idu u korak s njima. Iako su u prošlosti postojali adaptirani modeli tradicionalnog novinarstva, konstruktivno novinarstvo njihov je nasljednik čiji su elementi razgranati u današnje novinarske redakcije. Nažalost su vijesti koje svakodnevno konzumiramo negativno konstruirane. Smatra se da je 'horor' ono što privuče ljude da čitaju ili slušaju medijski sadržaj. Bombardirani smo strašnim nesrećama, tužnim ljudskim pričama, velikim političkim neuspjesima i prepirkama, ubojstvima i ostalim senzacionalističkim naslovima koji pune novine, časopise, internetske portale i televizijske vijesti. Ljudima je potreban predah, trenutak u kojem se cijeli svijet ne okreće oko negativne osi. Pravo osvježenje našli bi kada bi bar nekoliko puta dnevno čuli sretnu, inspirativnu priču ili vijest koja navještava pozitivnu i sigurnu promjenu u društvu. Podlogu koja djeluje za dobrobit društva, koja želi nadopuniti tradicionalno izvještavanje pozitivnim, istinitim i raznolikim vijestima krije se u *konstruktivnom novinarstvu*.

U ovom radu nalaze se korijeni od kojih potječe novi, konstruktivni model. Veliki novinari koji čine najbitnije zagovornike konstruktivnog novinarstva utjecali su na njegov daljnji razvoj, od početka 20. stoljeća pa sve do danas, kada uistinu postoje države koje danas u svojim vijestima primjenjuju njegove elemente. Primjenom konstruktivnih elemenata u praksi doprinijelo je njegovom zadržavanju u novinarskim oblicima. Najbitniji element koji ga ističe od drugih novinarskih modela je primjena pozitivne psihologije. Spajanjem te dvije znanosti, novinarska struka podigla je klasično izvještavanje na novu, bolju razinu.

2. POČETCI KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA

Posljednjih godina konstruktivno novinarstvo postalo je popularan pojam i sredstvo diskusije brojnih seminara i konferencija. Iako se zbog toga čini da je to novi oblik u novinarstvu, ipak nije tako. Već u prošlom stoljeću dolazi do njegove pojave zalaganjem Waltera Williamsa (Bro, 2018:2). Često imenovan ocem novinarskog obrazovanja bio je osnivač sveučilišta Missouri, na kojem je poslije predavao dugi niz godina. U pisanom obliku 1908. godine objavljuje svoje razumijevanje konstruktivnog novinarstva koje se pojavljuje na istoimenom sveučilištu. Uvodne rečenice teksta opisuju njegovu brigu o tome kome bi zapravo novinari trebali služiti. Zalagao se za novinarsku profesiju koja treba zadobiti i zadržati javno povjerenje: „prihvatanje manje usluge od javne službe je izdaja tog povjerenja“ (Bro, 2018: 2). Njegova je zadaća bila obrazovati nove generacije novinara, učiti ih kako stvarati novinarstvo koje služi javnosti. Veliki novinar Joseph Pulitzer, vlasnik jedne od najpopularnijih svjetskih novina koji je stvorio tada moderno, senzacionalističko novinarstvo bio je jedan od pokretača novog i boljeg novinarstva. Uveo je školu novinarstva na sveučilištu Columbia i time prestigao Williamsa, no on je svoje prve učenike počeo primati tek 1912. godine (Bro, 2018: 2). Po njemu su naziv dobile prve nagrade iz područja novinarstva *Pulitzer*. Ova dva velika imena najpoznatiji su zagovornici *akcijskog* novinarstva, odnosno novinarstva koje djeluje, što potvrđuje najuspješnija kampanja u povijesti. U akcijskom novinarstvu se od čitatelja traži da pomognu na razne načine riješiti određeni društveni problem. Tako je Pulitzer pokrenuo prikupljanje javne donacije za izradu Kipa slobode. Akcijsko novinarstvo bilo je samo jedan od pokreta za koji se smatra da je doveo do onoga što danas poznajemo kao konstruktivno novinarstvo. Nadalje se pojavilo *javno* novinarstvo koje je snažno uporište ostvarilo u Americi, a potom u Danskoj. Ono se razvilo iz nezadovoljstva koje je odavao odnos novinara, publike i politike. Kritičari su smatrali kako novinari u osnovi služe politici i da nisu toliko naklonjeni publici, ljudima za koje se smatralo da rade. Problem ovog pristupa sličan je konstruktivnom novinarstvu jer se našao s problemom velikog broja definicija, pa je na kraju izgubio svoje konačno okarakteriziranje: „Osmišljanje jedinstvene definicije javnog novinarstva bilo bi nepraktično kao i pokušati stvoriti jedinstvenu definiciju istraživačkog novinarstva“ (Bare, 1998, prema Bro, 2018). Kretanjem kroz vrijeme zbog svoje promjenjive definicije isto je doživjelo aktivno novinarstvo koje je postalo ono što danas znamo kao žuto, senzacionalističko

novinarstvo. Potreba za modeliranjem uloge novinara dovela je do stvaranja *novinarskog kompasa*. Izvorno, njegova uloga bila je odvojiti tradicionalno novinarstvo od javnog, a postoje dva skupa načela, četiri idealna načina na koji pomaže usmjeriti: „korisnici novinarskog kompasa mogu normativno navigirati prema promišljenom ili reprezentativnom i aktivnom ili pasivnom pristupu - ili bilo gdje između“ (Bro, 2018:9). Novinari i urednici s pomoću kompasa mogu promisliti na koje će sve načine producirati vijest. Može im pomoći u razlikovanju raznih vrsta novinarstva i pokazati koliko odstupaju ili se približavaju drugim klasičnim normama novinarstva. Neki od prethodnika koji dijele nekoliko istih obilježja s konstruktivnim novinarstvom su mirovno novinarstvo i novinarstvo usmjereno na rješenja. Norveški suosnivač instituta za istraživanje mira i zagovornik mirovnog novinarstva John Galtung, opisao je mirovno novinarstvo sljedećim riječima: 'Mirovno novinarstvo pokušava depolarizirati pokazujući crno i bijelo svih strana, spriječiti eskalaciju isticanjem mira i rješavanja sukoba jednako kao i nasilja.' (Galtung 2003, prema Bro, 2018). Novinarstvo usmjereno na rješenja pristup je koji se fokusira na izvještavanje o problemima ali s naglaskom na pronalaženje konkretnih rješenja za te iste društvene probleme. Danas postoji najveća organizacija koja okuplja novinare, medije i razne institucije koji u svom radu postižu velike promjene za novinarstvo usmjereno na rješenja kroz nadu i ohrabrenje. Riječ je o organizaciji Solutions Journalism Networku.¹ U svom radu McIntyre (2017) opisuje novinarstvo usmjereno na rješenja kao vijesti i priče koje se pišu kao uspješne anegdote:

Na primjer, Borupov tim emitirao je priče o kaotičnom i opasnom autobusnom kolodvoru, a njihovo izvještavanje dovelo je do uvođenja sigurnosnih mjera kako bi se stvorio pametniji i sigurniji dizajn autobusnog kolodvora (McIntyre, 2017: 4).

Izraz *konstruktivno* novinarstvo prvi put se pojavljuje stoljeće kasnije u danskim novinama čiji je tadašnji šef vijesti bio Ulrik Haagerup (Bro, 2018:3). U jednoj od svojih kolumni izrazio je želju za promjenom tradicionalnih vijesti, štoviše njihovu nadopunu konstruktivnim aspektom priče. „Konstruktivne vijesti zasigurno nisu lijepe, jednostavne priče ili slikanje pozitivnih, ali neistinitih priča. Ovdje se radi o pružanju cijele slike“ (Haagerup, 2017). Za takav preokret u novinarstvu mnogi još nisu bili spremni. To je ispričao i sam Ulrik u jednoj od svojih kolumni. Jedan od njegovih novinara izrazio je želju da piše o pozitivnoj priči koja je imala element iznenađenja, nažalost svi su ga urednici odbili jer nije bilo sukoba u priči. U odnosu na zagovornike

¹ <https://www.solutionsjournalism.org/>

javnog i akcijskog novinarstva da bi novinari trebali biti neutralni u pogledu specifičnosti (Merritt 1995, prema Bro, 2018), Haagerup ima nešto pasivniji pristup. Prema njemu, konstruktivni novinari bi trebali imati pogled konstantno u budućnosti, biti inspirirani rješenjima, predlagati rješenja i uvijek preispitivati što je moglo biti bolje i kako sljedeći put to ostvariti. Specifično za njega je što uvijek koristi izraz „konstruktivne vijesti“, dok druga zagovornica Cathrine Gyldensted koristi izraz „konstruktivno novinarstvo“ (Bro, 2018:12). Iz njihovog pristupa može se objasniti dva aspekta koji proizlaze iz konstruktivnog novinarstva. U prvom aspektu je potrebno pronaći neke vijesti koje su drugačije i specifične, no da se mogu povezati i nadopuniti tradicionalnim oblicima izvještavanja, a u drugom aspektu se sagledava što sve nasljeđuje novinarstvo a čini ga takvim kakav danas jest te stalna težnja da se ostvari bolje društvo kroz novinarstvo. No, oboje se slažu da je konstruktivno novinarstvo daleko od sretne i nekritične vijesti kako neki smatraju. Uvijek treba kritički izvještavati, biti točan i nepristran, ovaj je pristup samo napredniji po svojoj specifičnosti rješenja problema od pukog iznošenja šokantnih vijesti.

3. ELEMENTI KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA

Svijet oko nas prožima milijune informacija. Svakim danom susrećemo se s enormnom količinom vijesti koje konzumiramo svjesno ili nesvjesno. Ono što je ključno je da se većina vijesti svrstava u negativno plasirane. Iako tradicionalno novinarstvo zagovara da se svakodnevno točno, brzo i nepristrano iznesu ključni događaji, to u velikoj mjeri obuhvaća vijesti o nesrećama, ubojstvima, suđenjima i slično. Već desetljećima broj jedan kriterij za izvještavanje je negativnost: „nedavno su Harcup i O'Neill (2016.) potvrdili da je to još uvijek slučaj u današnjim *off-line*, kao i internetskim vijestima“ (Hermans, Gyldensted 2018: 4). Upravo je to razlog zbog kojeg je zastupljenost poznavanja konstruktivnog novinarstva iznimno bitna u današnjem svijetu. „Konstruktivno novinarstvo se potaknulo kako bi ublažilo prijetnju povjerenja javnosti u informativne medije uzrokovane upotrebom "lažnih vijesti" od strane političkih aktera koji žele diskreditirati autentična izvješća i kako bi se općenito izgradilo povjerenje u informativne medije“ (Egelhofer, Lecheler, 2019, prema van Antwerpen, 2022).

Hermans i Gyldensted (2018) naglašavaju da se konstruktivno novinarstvo sastoji od šest ključnih elemenata: rješenja, orijentacije na budućnost, raznolikosti sugovornika, ohrabrenja,

davanja konteksta te zajedničkog stvaranja. Njegov ključan element je *rješenje*. Potrebno je stvoriti društvo koje nije opterećeno negativnim pričama koje dalje vode do negativnih misli i osjećaja. Postojeća negativnost nije dobra ni za budućnost novinarske profesije koja gubi na povjerenju javnosti. Novinari bi trebali shvaćati važnost njihove uloge kojom oblikuju na koji način konzumenti vijesti razumiju svijet oko sebe, kao i društvo kojem pripadaju. Jedan od zagovornika točnog izvještavanja bio je švedski profesor i statističar Hans Rosling. Njegove su fascinantne tvrdnje da se svijet u toliko točaka promijenio na bolje, a da se o tome nikad nije značajno izvještavalo (Hermans, Gyldensted 2018: 4). Od toga da su ljudi opskrbljeni strujom i vodom, do toga da sve više djece ima mogućnost školovanju u odnosu na prošlost, nikada nije bilo tema u medijskom prostoru. Tako su i društveno relevantna pitanja poput zdravstva i obrazovanja uvijek prezentirana kroz negativnu leću. Kada je postojeća situacija takva, trebalo bi kroz temeljni element konstruktivnog novinarstva za svako problematično područje pronaći odgovarajuće rješenje ili bar pokušati iznijeti moguće opcije. Takav okvir uključuje dvije ili više suprotstavljenih strana koje drži svoje stavove, misli i potencijalne načine kako ispravno postupiti da se problem sanira. Sukladno tome, važna zadaća konstruktivnog novinarstva je: smanjivanje tenzija među svim stranama zainteresiranim za određeno pitanje, priču i popratne probleme, to jest masovna diplomacija (Herman, 2023: 18). Drugi važan element je *pitanje – što sada?*. Osjećati potrebu za daljnjim napretkom iznesenog problema i realizacijom rješenja: odavanje buduće orijentacije omogućuje moguću produktivnu perspektivu o budućnosti i o našoj sposobnosti da dođemo do nje (Hermans, Gyldensted 2018: 4). Ovo su dva osnovna i ključna elementa konstruktivnog novinarstva, a ukupno ih je šest. Treći element je *raznolikost sugovornika*. Kada možemo uključiti više strana u jednu priču, ona dobiva na dimenziji i stvara se prostor za konkretnijim rješenjem na kojem uvijek sve počiva. Ono što je zastupljeno u cijelom svijetu kod novinarskog izvještavanja je polarizacija elita. U takvom medijskom odnosu teško je ostvariti pluralizam izvještavanja i fokusirati se na javnost i dobrobit društva. Kada bi postojala snažna želja za promjenom, a ne samo pukim iznošenjem problema u javnost da bi se pridobila pažnja, došlo bi do *osnaženja ljudi*. Novinar u svojoj pripremi više ne bi htio samo saznati osnovnih pet (šest) pitanja, već bi ulazio u dubinu i postavljao pitanja koja bi potaknula sugovornike da pronađu istomišljenike, da se aktiviraju i pomognu u rješavanju problema, u konačnici doprinijeli bi svojim resursima. Nadalje, tim smjerom došlo bi do *zajedničkog stvaranja*. Građani bi bili nevidljivi dio novinara, činili bi niti koje spajaju običnu vijest u veliku i važnu priču. Time dolazimo do zadnjeg elementa –

kontekst. Polazeći od prvog i dolazeći do posljednjeg elementa stvara se posve nova dimenzija vijesti. Odnosno, vijest prestaje biti „nesreća“ ili „incident“ i dolazi do stvaranja priče. Ljudske priče koja donosi novi i bolji društveni epilog.

Za sve konstruktivne priče koje se istražuju, zatim pišu i prenose u javnost iznimno su važne sposobnosti novinara. Njihova je uloga velika, ali i raznolika. Prema Lough i McIntyre (2018) oni su protivnici po svojoj namjeri, na sve gledaju sa sumnjom i mogućom prijetnjom društvu kojem služe. Također su i tumači. Sve informacije puštene javnosti pomno su analizirane, istražene i dobro pripremljene kako bi ih svi mogli razumjeti. Novinari su dobili i novu ulogu, oni su konceptualisti. „Ova uloga uključuje funkciju društvene odgovornosti, gdje novinar nadilazi osnovne informacije kako bi uključio kontekst, uzimajući u obzir dobrobit društva“ (Lough, McIntyre, 2018: 38). Jedna od temeljnih uloga novinara, objektivnost, kako u tradicionalnom izvještavanju, tako i u konstruktivnom izaziva kontroverzu struke i javnosti. „Medijski sociolozi tvrde da objektivnost u svom najčišćem obliku nije moguća jer su novinari dio društva i stoga se ne mogu riješiti vlastitih iskustava, percepcija i predrasuda“ (Berkowitz, 1997, prema Lough, McIntyre, 2018). Kako je cilj konstruktivnog novinarstva predlagati društvu moguća rješenja, moguće je da takav način izvještavanja ugrožava objektivnost u trenutku kada novinar predloži rješenje. Da bi došao do rješenja, mora imati mišljenje i stavove o problemu kojeg obrađuje, što bi značilo da kroz rješenje unosi subjektivnost u izvještavanje. Profesionalni novinari mogu se boriti protiv tog uklizavanja u vlastita mišljenja kroz institucionalna načela novinarstva (Lough, McIntyre, 2018: 44).

4. PRIMJENA ELEMENATA U PRAKSI I ISTRAŽIVANJU

Hermans i Glydensted (2018) u svom radu opisuju medije u kojima su primijenjeni gore opisani elementi konstruktivnog novinarstva. Općenito je takav način izvještavanja zastupljen u medijskim kućama u Skandinaviji, Europi i Sjedinjenim Američkim Državama. Pristup rješenjima koriste čak 462 novinske kuće: na primjer, The New York Times u svojoj tjednoj kolumni 'Popravci', BBC World Service također istražuje novi pristup svojim vijestima, nazvan 'Novinarstvo usmjereno na rješenja' (Hermans, Glydensted 2018: 5). Zanimljivo je i da je nizozemski web portal De Correspondent utjecao na tradicionalni rad novinarstva jer je predstavilo

informacije i obratio se publici o migrantskoj krizi, koja je tada, 2015. godine, dosegla svoj vrhunac (Hermans, Gyldensted 2018: 14). Tada je nizozemski portal uspio uspostaviti zajednicu novinara i publike koja zajednički stvara sadržaj, tako da im je omogućeno ostavljati komentare, pisati bilješke, dijeliti nova saznanja i vanjska istraživanja. Velika je uloga novinara da plasira sadržaj, vijesti koje će ljudima biti iznimno važne: oni su odgovorni za odabir pitanja, izvora i kutova i time daju vidljivost i značenje događajima (Waisbord, 2013, prema Hermans, Gyldensted 2018). To je tzv. pristup odozgo prema gore jer njihov odabir izvještavanja može formirati mišljenja i svakodnevni život publike. Istraživači Curry, Hammonds te McIntyre otkrili su da se s pomoću konstruktivnih elemenata pozitivne emocije povećavaju, a negativne smanjuju (Hermans, Gyldensted, 2018: 7). Stoga su proveli istraživanje povećavala li takav ishod uključenost i angažman od strane publike. Oslanjajući se na skupinu podataka nizozemskog istraživačkog projekta, proveli su kvantitativnu anketu putem interneta, fokusirajući se na dva ključna pitanja. Prvenstveno ih je zanimalo cijeni li javnost uopće vijesti koje sadrže konstruktivne elemente i po kojem stupnju uzevši u obzir neke od osnovnih karakteristika, kao što su dob, spol, obrazovanje i sklonost interesu za vijesti. Zanimljivo je da je u skupini *baby boomera* bilo najviše pozitivnih odgovora za važnost konstruktivnih elemenata u vijestima. A sve tri generacije, uključujući milenijalce i generaciju X cijene više izvora i raznolikosti perspektiva. Oni nižeg i srednjeg obrazovanja pozitivno su odgovorili na elemente rješenja i pozitivan ton vijesti, a visokoobrazovani su izrazili potrebu za detaljnijim informacijama u produkciji vijesti. Raznolikost perspektiva i izvora vrijedio je za sve razine obrazovanja. Nisu se pokazale velike razlike između spolova. Muškarci više cijene vijesti s detaljnim informacijama koje sadrže nekoliko izvora te prikazuju lepezu perspektiva, dok je ženama bitno da nema negativnog tona i da postoji više pozitivnijih vijesti. U istraživanju modela za 'interes vijesti' pojavljuje se obrnuti uzorak. Ispitanici koji se rangiraju kao manji konzumenti vijesti ili nezainteresirani, smatraju da vijesti trebaju biti više raznolike i pozitivne, s manje negativnog tona. Dok ispitanici koji su veći ili stalni konzumenti vijesti smatraju da vijesti ne trebaju biti raznolike, ni pozitivnije. Iz ovoga izlazi indikacija da bi se ljudima s manjim interesom za vijesti povećalo zanimanje kada bi vijesti bili raznolike s više pozitivnog aspekta. Ovdje se širi i sama važnost konstruktivnih elemenata, kao i samog takvog novinarstva koji bi napravio velike i značajne promijene među publikom i javnosti općenito.

Drugo istraživanje na temelju istih elemenata i tehnika sa Sveučilišta Windeshiem proveli su van Antwerpen i drugi (2023) kroz novinske članke. Polazeći od emocija htjeli su otkriti hoće li čitanje konstruktivnih vijesti kod čitatelja izazvati više pozitivnih, a manje negativnih emocija. Potom su provjerili učinak konstruktivnog novinarstva na razumijevanje, te povjerenje u novinarstvo kao instituciju i povjerenje u sami sadržaj članka. Rezultati emocija kod sudionika pokazali su da konstruktivne vijesti izazivaju više pozitivnih, a manje negativnih. Rezultati su pokazali da ispitanici pokazuju više razumijevanja za teme kada je vijest pisana tradicionalno. Ovo bi mogao biti pokazatelj nezainteresiranosti za prikazanu temu jer se kod podataka koji izaziva pažnju dodjeljuje više mentalnih resursa koji poboljšavaju obradu informacija. Ovo se stanje naziva kontrolirana alokacija (Kleemans, 2019). Pokazalo se da povjerenje u novinarstvo kao instituciju nije veće kroz konstruktivno stanje, međutim utjecao je negativno na povjerenje u sadržaju. Izuzet kada je sadržaj prožet emocijama, tada je pozitivno utjecao na povjerenje (van Antwerpen, 2023).

Kleemans i drugi (2019) proveli su studiju istraživanja čija su ciljana skupina djeca. Njihov je cilj istražiti razlike ili sličnosti između djece kada su u pitanju konstruktivne i nekonstruktivne vijesti. „Djeca se definiraju kao ciljna skupina za vijesti kada navršu otprilike 8 godina“ (Van Der Molen i De Vries, 2003, prema van Antwerpen, 2023). Ova studija je prva koja istražuje kognitivne učinke konstruktivnog izvještavanja o vijestima (Kleemans i dr., 2018). Samim time što je ovo prvo takvo istraživanje, dodatno otežavaju načini na koje ljudi obrađuju informacije. Postoji dakle već gora spomenuta kontrolna alokacija, a drugi način je automatska raspodjela resursa. Nju posebno pokreću negativne emocije ili slične informacije koje sadrže vrijednost preživljavanja (Kleemans, 2019). Postoji Langov model ograničenog kapaciteta posredovane obrade poruka ili LCM prema kojemu pozitivan sadržaj, u ovom slučaju konstruktivne vijesti aktiviraju kontrolnu alokaciju, dok negativan sadržaj, onaj koji se najčešće prezentira, aktivira automatsku raspodjelu resursa (Lang 2000, prema Kleemans i dr., 2019). Prema Kleemansu i drugima (2019) prevelika izloženost negativnim vijestima može dovesti do kognitivnog preopterećenja te lošeg ili iskrivljenog pamćenja. Stoga ova studija koristi mjeru slobodnog prisjećanja (Kleemans i dr., 2019). U ovom je istraživanju djeci predstavljena audiovizualna snimka tsunamija koji je pogodio Japan 2021. godine (Kleemans i dr., 2019). Konstruktivan način kojim je prikazana ova elementarna nepogoda uspjela je postići da djeca zapamte tri ljudske priče koje su uslijedile nakon osnovnih informacija koje su manje zapamtili od djece koja je gledala nekonstruktivnu priču.

Također, veći osjećaj straha i tuge osjećala su djeca iz nekonstruktivne skupine, no to nije utjecalo na njihovo pamćenje bitnih informacija.

Meier (2018) polazi od samih ciljeva konstruktivnog pristupa u novinarstvu. Djeluje kroz holistički pristup i definiciju koja je ukorijenjena u srednjoj Europi, ponajviše u Njemačkoj, Austriji i Švicarskoj. Ciljevi se gledaju na temelju tri razine koje uključuju mikrorazinu ili suprotstavljanje negativnom pogledu na svijet, mezorazinu ili postizanje medija koji je javnosti koristan i pozitivan, te posljednja makrorazina ili napredak društva kroz moguća rješenja za društvene probleme (Meier, 2018: 2). Kroz opisane ciljeve provedeno je empirijsko istraživanje kojemu je cilj otkriti kako publika reagira na konstruktivno novinarstvo. Zanimljivo je da su potrebne hipoteze za studiju napravljene s časopisom 'Chrismon' koji je u svojem dugogodišnjem djelovanju stvorio status njemačkog časopisa koji rješava društvene probleme (Meier, 2018: 6). Za istraživanje su osmišljeni konstruktivni i nekonstruktivni novinski članci i prilozi, a rezultati su se razlikovali u gotovo svim hipotezama. Ispitanici smatraju da je u nekonstruktivnim vijestima nedostajalo poštovanja, no ukazuju na postojanost svih informacija u članku i njihovu važnost. S druge strane, ispitanici koji su čitali konstruktivne vijesti iznenadili su nezadovoljstvom za premalu količinu relevantnih informacija, odnosno smatraju da se premalo pričalo o problemu. Ovo nije bila greška studije već namjera da se skraćivanjem tog dijela vijesti otvara prostor za potencijalna rješenja koja konstruktivne vijesti moraju ponuditi. Također, konstruktivne su vijesti bile pozitivne, sukladno tome manje kritične, ali su pružale dovoljno drugačijih informacija koje su stvarale efekt korisnog, zanimljivog i jasnog. Ispitanici bi prije podijelili konstruktivne vijesti na društvenim mrežama, no situacija je podjednaka za razgovor s prijateljima i rodbinom za obje vrste. Osjećaji koji su se pojavili kod obje skupine nisu iznenadili. Konstruktivne vijesti su donijele emotivnost, veselje, nadu, a nekonstruktivne više dosadu i neutralnost kod ispitanika:

Sljedeća je razlika, međutim, iznenađujuća jer je u suprotnosti s našom izvornom hipotezom: nakon čitanja konstruktivnih vijesti, sudionici se osjećaju objektivno informiranima, ali nakon nekonstruktivnih vijesti osjećaju se emocionalno dirnuti – naizgled su zabrinuti zbog vjerojatno nerješivog problema (Meier, 2018:11).

Zadnja hipoteza tiče se skrivenog oglašavanja u dvije skupine vijesti. Kada je u pitanju tradicionalna vijest, ispitanici su skoro potpuno sigurni da nema prikrivenog oglašavanja. No, u slučaju konstruktivne vijesti sumnjaju na moguću podvalu oglašavanja, najvjerojatnije zbog razine

pozitivnosti koja se ističe u članku ili prilogu. Na temelju toga, lako se može zaključiti da su čitatelji osjetljivi na pozitivan sadržaj jer smatraju da ih se obmanjuje.

5. POZITIVNA PSIHOLOGIJA – TEMELJNI ELEMENT

Povijest nastanka pozitivne psihologije kao novog modela u psihološkim znanostima, sličan je pojavi modela konstruktivnog novinarstva u tradicionalnoj novinarskoj struci. U drugoj polovici 19. stoljeća znanost o psihologiji bavila se proučavanjem patoloških stanja ljudskog mozga. Fokus liječenja bio je u mračnim dijelovima ljudske prirode. Stoga je psiholog Martin Seligman uveo je da se tradicionalnim istraživanjima nadoda element proučavanja ljudskih vrlina i mentalne snage (McIntyre, Gyldensted, 2018:3). Ovdje se stvara poveznica nastanka pozitivne psihologije, baš kao i konstruktivnog novinarstva. Oba modela dobila su nadogradnju nakon iscrpnog istraživanja negativnosti i pesimizma. Iako je njihova namjera pozitivna: psiholozi imaju za cilj pomoći ljudima da ozdrave, a novinari imaju za cilj ispraviti društvo otkrivanjem njegovih bolesti i nedostataka (McIntyre, Gyldensted, 2018:3). Slučaj za novinarsko izvještavanje je specifičan jer ukoliko se politika, društvo i cijeli svijet gleda samo na negativan način, utoliko dolazi do narušavanja temeljnih načela etičnosti. Uvođenjem pozitivne psihologije u šest osnovnih elemenata konstruktivnog novinarstva, sve više raste mogućnost za uspješno novinarstvo. Postoji istraživanje koje dokazuje da američki novinari pa i njihova publika više cijene postojanje pozitivnog novinarstva. Tako raste i vrijednost vijesti jer se uz klasične vijesti uvijek traži prostor za napredak: „ako je tema priče veća kontrola oružja, potražite državu ili regiju koja je uspjela u kontroli oružja. Pokazujući da nešto radi na jednom mjestu, izgovori za neuspjeh drugdje su oslabljeni“ (McIntyre, Gyldensted, 2018:6). Potreba za izvještavanjem o velikim svjetskim događajima, posebice prošlog stoljeća, dovela je do potrebe da se novinarska struka te praksa razvije i da se odrede potrebna načela. Novinari su učeni da vijesti vide kroz sukob jer se takvi događaji skeniraju kao pravovremeni, točni i bitni za javnost. No, ovdje leži zamka jer nije sva krivica na njima ili na teorijskom i praktičnom obučavanju novinara. Krivci su i konzumenti vijesti, posebice oni politički orijentirani koji su više zainteresirani za negativne vijesti, iako tvrde da bi vijesti trebale biti pozitivnije. S obzirom na preferencije, takve pojedince zadovoljava sukob

u politici ili među političkim akterima, no veliki broj pojedinaca se upravo zbog toga okreće od vijesti jer im takav način informiranja izaziva negativne emocije (McIntyre, Gyldensted, 2017). Tako dolazi do degradiranja konzumacije vijesti. Pozitivna psihologija nalaže pet tehnika koje mogu pomoći da vijesti budu konstruktivnije (McIntyre, Gyldensted, 2017). Prva tehnika je model dobrobiti svijeta. Prateći ovaj model novinari bi razvili tehniku konstruktivnog intervjuiranja koja bi osim pitanja iz prošlosti koja su uglavnom negativnog naglaska, uspjeli otvoriti put za pozitivna pitanja koja vode prema postignuću i pronalaženju istine. Prijašnji oblici novinarstva potaknuli su razvoj dobrobiti društva koju je naslijedilo konstruktivno novinarstvo. Ono zapravo potječe od građanskog novinarstva jer imaju isti cilj – sudjelovanje publike i stvaranje boljeg društva. No, razlikuju se u metodama, npr. konstruktivno novinarstvo ima ključnu žicu koja leži na pozitivnoj psihologiji. Dakako, postoje i druge metode koje svoje polazište temelje na 'pozitivnosti', no one su zapravo grane konstruktivnog novinarstva. Druga tehnika je korištenje što više pozitivnih emocija u vijestima. Pozitivne emocije kod čitatelja stvaraju osjećaj zadovoljstva, sreće i možda najbitnije – nade. Ako i postoji negativni kontekst u priči, nada će kod čitatelja stvoriti maštanje o budućnosti u kojoj društveni problem koji utječe i na samog pojedinca pronalazi sretan i bolji kraj. Također pod naletom dobrih emocija čitatelji se mogu više zainteresirati za vijest pa čak i razviti potrebu za istraživanjem i samostalnim doprinosom. Treća tehnika uključuje PERMA model. Model se sastoji od pet zasebnih elemenata koji doprinose sreći i dobrobiti, a njihov utemeljitelj je Martin Seligman. Smatra se da bi novinari putem ovog modela mogli pojedincima priuštiti trajnu sreću kroz altruizam. Novinari mogu učiniti vijest konstruktivnijom kada brinu da pojedinci osjete više pozitivnih, a manje negativnih emocija kod čitanja ili slušanja. Moraju se podsjetiti svog cilja, kada situacija postane nepredvidiva, podsjetiti se da služe nečemu većem od sebe. Trebaju se boriti za zajedništvo, a ne borbu između pojedinaca. Nadalje, stvari koje bi ostvarili kroz samodisciplinu smatrale bi se velikim postignućem. U četvrtoj tehnici novinare se navodi da koriste konstruktivne elemente intervjuiranja, odnosno da uvedu psihološke tehnike prilikom razgovora sa sugovornikom (McIntyre, Gyldensted, 2017). To mogu učiniti s pomoću četiri vrste pitanja. Polazimo od linijskih pitanja koje od izvora otkrivaju uzročno-posljedične veze, a tada se pojavljuje uloga novinara kao detektiva. Ovo se inače smatra konzervativnim načinom, koji može izazvati obranu od strane izvora. Druga vrsta pitanja zovu se reflektivna. Slična su linijskim pitanjima, no na ovaj način se dolazi do odgovora na manje izravan način. Također može potaknuti sugovornika da se mobilizira putem vlastitih izvora ili resursa. Posljednje dvije vrste pitanja:

kružna i strateška. Putem kružnih pitanja izvori mogu spojiti prijašnje obrasce s trenutnim, a novinar može otkriti koji se procesi iznova ponavljaju. Strateškim pitanjima novinar utječe na sugovornika, pokušavajući ga kontrolirati. „Tradicionalni novinari, s naglaskom na sukobe i negativnosti, obično koriste stilove intervjuiranja koji oponašaju detektive i kapetane, što može uzrokovati da budu osuđujući i oporbeni“ (McIntyre, Gyldensted, 2017:29).

6. PRIHVAĆANJE KONSTRUKTIVNOG NOVINARSTVA U SUVREMENOJ REDAKCIJI

Do sada je već jasno da se konstruktivno novinarstvo razvija već desetljećima. Ono iza sebe ima brojne prethodnike koji nisu uspjeli stvoriti čvrstu konstrukciju i tako ostati model koji je razvijen izvan tradicionalnih okvira novinarstva. Iako se konstruktivno novinarstvo već polako ali sigurno integrira u brojne redakcije, posebice u Americi, Engleskoj i Nizozemskoj, s obzirom na čvrste pobornike tradicionalnog novinarstva teško je ostvariti njegovu konačnu primjenu. Postoje brojne medijske organizacije, kuće u kojima se tradicionalne rutine i prakse u novinarstvu nikada ne napuštaju. Veliki je problem i 'izlazak izvan okvira' jer takvim načinom razmišljanja, a kamoli konkretnim pristupom, novinarima i drugim djelatnicima u medijima prijeti odbijanje ili čak neke rigoroznije mjere. Najbolje je taj strah u novinarima opisao danski urednik Ulrik Haagerup: „Mi, novinari smo iznimno konzervativni, imamo loše navike, a istovremeno se toliko bojimo kritika izvana jer mislimo kako imaju skrivene namjere, kako žele besplatno oglašavanje. I zato trebamo promijeniti kulturu, kritike trebaju dolaziti od samih novinara“ (prema Šimić, 2017:46). Klasičan, negativan i rutiniziran pristup većinom se nastavlja primjenjivati iz straha da se privuče i zadrži publika. Danska urednica Geerd Maria May smatra da se promjena treba provesti kroz implementaciju teorija marketinga (Šimić, 2017:49). Naglasak stavlja na urednike koji bi pažljivo i polako trebali postupno uvoditi konstruktivno novinarstvo u redakcije kroz nekoliko ključnih strategija. Ključni koraci za ostvarenje promjene koje su iznijeli Dalziel i Schoonover, uključuju: objašnjavanje promjene, obrazovanje o promjeni, poticanje prihvaćanja promjene, integracija (ugradnja) promjene, davanje povratnih informacija (Šimić, 2017).

1. Objasniti vrstu promjene koja se treba dogoditi u redakciji, delikatna je stvar. Važno je da se ne ističu samo dosadašnje definicije i istraživanja konstruktivnog novinarstva jer to itekako

može samo izazvati pobunu. Ljudi su inače skloni odbijati bilo kakvu vrstu promjene jer im ona izaziva nelagodu. Ovdje je ključno praktičnim primjerima ukazati novinarima da svijet ne prikazuju onakvim kakav jest. Treba ih kroz samokritičnost navesti da shvate kako svoju vijest ili priču mogu učiniti boljom, ne samo tehnički, već za dobrobit cijelog društva.

2. Obrazovati novinare o ovom modelu iznimno je bitno, ali i jako zahtjevno jer ne postoji konkretna i pečatom označena definicija. Stoga treba paziti da tvrdi novinari koji njeguju ulogu psa čuvara, ne shvate konstruktivno novinarstvo kao meko i pozitivno novinarstvo, već novinarstvo koje donosi cijeli kontekst priče koji pogoduje ljudskoj psihi i dobrom raspoloženju. A svakako i uključuje javnost u rješavanje društvenog problema.

3. Za prihvaćanje promjene ključna je praksa. Kada se pristupa novim oblicima, bitno ih je kroz radionice i seminare potanko što zanimljivije i točnije interpretirati: „Mikko Hautakangas primijetio je da su novinari bili zadovoljni pronaći neki novi način rada, ovo im je pružilo nekakav novi kut jer su im dosadile uvijek jedne te iste priče“ (Šimić, 2017:48).

4. O konačnoj integraciji konstruktivnog novinarstva u redakcije bitno je imati vođu, urednika koji je spreman voditi rasprave, pomoći svojim novinarima u postavljanju ciljeva, kao i ciljeva cijele redakcije da svojoj publici dostave što kvalitetniji proizvod. Kako Ingrid Thornqvist kaže o samoj integraciji: „Mislim da je to težak svakodnevni posao, treba biti dio agende, plana, kada imate jutarnje sastanke, treba vidjeti što se događa, postaviti pitanje koje konstruktivne priče imamo na tapeti, raspravljati o tome. I na kraju treba imati nekakvu evaluaciju, vidjeti što smo jučer napravili“ (Šimić, 2017:49).

5. U konačnici dolazimo do potrebe za povratnim informacijama koje predstavljaju mjerilo za kvalitetu, zanimanje i uspješnost implementacije konstruktivnog novinarstva. Iako je iznimno bitno dobiti potvrdu o napretku od urednika kao i pohvalu i kritiku, kada je u pitanju inovacija u redakciji ključan je sistem 'monitoring'. Pratiti što se od zadanih ciljeva ispunilo, što može biti bolje, kakve su reakcije publike itd. Kako i sam Haagerup kaže, već bi dvije, tri, četiri konstruktivne priče implementirane u svaku informativnu emisiju osnažile njihovu integraciju.

Situacija je u Hrvatskoj specifična zbog problematične prošlosti i tranzicije iz socijalističke države. Kroz taj period preobrazbe prošli su i tada relativno razvijeni mediji, stoga su znanstvenici uveli novi pojam – tranzicijsko novinarstvo (Kovačević, Perišin, 2018: 3).

Međutim, treba uzeti u obzir da je unatoč prošlosti uvijek postojala niska razina profesionalnog novinarstva u Hrvatskoj, uplitanje države i zakašnjeli razvoj masovnog tiska (Peruško, 2013, prema Kovačević, Perišin, 2018). Kao u brojnim drugim zemljama i dalje se njeguju tradicionalni oblici i elementi u novinarstvu, dok su neke države poput Danske u potpunosti implementirale konstruktivno novinarstvo u svoje medije. „U zemlji specifičnog povijesnog i društvenog podrijetla, vrijedi istražiti i upotrebu pojma "konstruktivno" i koncept konstruktivnog novinarstva kao pomak prema boljem i odgovornijem novinarstvu, kakav god pojam bio“ (Kovačević, Perišin, 2018: 7). S godinama i porastom broja emisija kroz nekoliko se rupica provuklo konstruktivno novinarstvo i osvježilo hrvatsku medijsku scenu. Veliki projekt koji je doživio i veliki uspjeh je televizijska emisija 'Provjereno'. Iako se bavi teškim temama, ljudskim tragedijama i neuspjesima države i sustava, napravila je jedan od bitnih koraka u novinarstvu. Uspjela je napraviti korak više i zapravo istražiti kakve se to priče kriju iza 'običnih vijesti' koje su puštene u javnost radi privlačenja pažnje. Želja emisije i novinara koji na njoj rade je upravo ono što bez iznimke zagovara konstruktivno novinarstvo, a to je stvaranje boljeg društva. „Povremena rubrika u Dnevniku Nove TV imena „Bolja Hrvatska“ također spada u informativni sadržaj na tragu konstruktivnog pristupa“ (Fiolić, 2018: 9). Postoje i druge emisije i rubrike u hrvatskim medijima koje posjeduju neke od elemenata konstruktivnog novinarstva, koje iznose pozitivne strane i moguća rješenja za društvene probleme ili situacije koje snađu malog čovjeka. Jedna od najdugovječnijih emisija u Hrvatskoj 'Plodovi zemlje' Hrvatske radiotelevizije bavi se aktualnim temama u agrikulturi. Iako kritizira agrarnu politiku, gledateljima i drugim poljoprivrednicima pruža savjete i poučava. Nadalje, postoje razni časopisi i tjednici koji se bave konkretnim područjima i svojim čitateljima pružaju razne korisne informacije, potiču veću angažiranost, motiviranost, a samim time i želju za djelovanjem. Jedan od primjera je tjednik 'Lider' koji je namijenjen za poduzetnike. Također, brojni hrvatski portali mogu biti izvor konstruktivnih elemenata. Većina njih ima svrhu pomoći čitatelju kroz razne savjete te ga motivirati i inspirirati da bude dio boljeg društva.

7. ZAKLJUČAK

Konstruktivno novinarstvo probijalo se više od jednog stoljeća u namjeri da svojim posebnim, s naglaskom na 'pozitivnim' elementima integrira u tradicionalno novinarstvo. Danska, Švedska, Nizozemska i Amerika zemlje su koje su među prvima dopustile primjenu tih elemenata u svojim izvještavanjima i konstruiranju vijesti. To ne bi ni bilo tako da ne postoji snažna želja novinara da se bore za najbolju moguću novinarsku struku. Za koju je bitno da uvijek djeluje za dobrobit javnosti, da je uvijek pravovremena, točna, istinita i nepristrana. Zato u konstruktivnom novinarstvu postoji element suradnje novinara i publike. Oni su ti koji nadopunjuju običnu vijest svojim osobnim stajalištem, drugim izvorima koji mogu biti njihovi istomišljenici te daju širi kontekst priči. Zapravo, oni su ti koji u konačnici stvaraju cijelu priču. Bez njih, novinari bi tek iznosili ključne informacije s ciljem da izvijeste javnost. Kako se u radu i prikazuje, posebnost konstruktivnog novinarstva leži na jednom jedinom elementu – pozitivnoj psihologiji. Zanimljivo je da se takva znanost spojila s novinarstvom i da zajedno čine veliku, pozitivnu promjenu za cijeli svijet, a posebno za novinarsku struku. Njeni ustajali, desetljećima nepromijenjeni principi izvještavanja trebali su jednu takvu pozitivnu nadogradnju. Sada će novinarstvo uistinu ići u korak s vremenom i moći će činiti bolji svijet i bolju budućnost.

Istraživanja koja su provedena s ciljem otkrivanja reakcija publike na konstruktivne elemente u vijestima, uvelike su doprinijela da se brže i bolje konstruktivno novinarstvo integrira u redakcije. U istraživanjima je potvrđeno da klasično izvještavanje izaziva negativne emocije kod konzumenata, dok konstruktivno novinarstvo potiče pozitivne emocije i stavove. Unatoč tome što je otkriveno da djeca pamte ključne informacije u tradicionalnom izvještavanju o nekom događaju, za njihove kognitivne sposobnosti bolje je isticati događaje kroz konstruktivne elemente. Otkriveno je i da su konzumenti podložni nepovjerenju u sadržaj konstruktivnih vijesti, no povjerenje može porasti ako osjete pozitivne emocije. Također, takve emocije koje su srž konstruktivnog izvještavanja podižu razinu zanimanja za temu, pa i želju konzumenata da ih objave na društvenim mrežama. Iako su rezultati istraživanja o konstruktivnom novinarstvu uglavnom potvrdni u pogledu dobrobiti za čovjeka, društvo i medije općenito, ponegdje se razvije sumnja i skepticizam. Tako je u jednoj od spomenutih studija otkriveno da ispitanici koji su bili u konstruktivnoj grupi sumnjaju na prikriveno oglašavanje. Iz toga se može zaključiti da je ova vrsta

novinarstva uistinu još nepoznata široj javnosti. Njena uloga je velika i značajna, no još uvijek teško prepoznatljiva. Problem je navika konzumenata na tradicionalno izvještavanje, na negativne događaje na koje su već postali ravnodušni. No, koraci u daljnjoj implementaciji konstruktivnog novinarstva kroz istraživanja kakva postoje u ovom radu mogu brže i bolje postići pojavnost i uspjeh ove vrste novinarstva.

8. POPIS LITERATURE

1. Bro, P. (2018). Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles. *Journalism*, 00 (0), 1-16.
2. Fiolić, D. (2018) Konstruktivni pristup u televizijskom izvještavanju u „dnevniku“ Nove TV. *Sveučilište u Zagrebu*. Diplomski rad.
3. Haagerup, U. (2017) *Constructive News*. Danska: Narayana Press.
4. Herman, I. G. (2023) Od medija do medijatora: filozofija sukoba u konstruktivnom novinarstvu kao odgovor na rastu i trend polarizacije i nove uloge medija u društvu. *Sveučilište Sjever*. Završni rad.
5. Hermans, L., Gyldensted, C. (2018) Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 00(0), 1-17.
6. Hermans, L., Drok, N. (2018) Placing Constructive Journalism in Context. *Journalism Practice*. DOI: [10.1080/17512786.2018.1470900](https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470900) (2. 9. 2024.)
7. Kleemans, M., Dohmen, Schlindwein, Tamboer, de Leeuw, Buijzen (2019) Children's cognitive responses to constructive television news. *Journalism*, Vol. 20(4). <https://doi.org/10.1177/1464884918770540> (1. 9. 2024.)
8. Kovačević, P., Perišin, T. (2018) The Potential of Constructive Journalism Ideas in a Croatian Context. *Journalism Practice*. DOI: [10.1080/17512786.2018.1472528](https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1472528) (5. 9. 2024.)
9. Lough K., McIntyre, K. (2018) Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *International Symposium on Online Journalism*, 8(1), 33-52.

10. McIntyre K., Gyldensted C. (2017) Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4 (2), 20-34.
11. McIntyre, K. (2017). Solutions Journalism. *Journalism Practice*, 2-19.
12. McIntyre K., Gyldensted C. (2018) Positive Psychology as a Theoretical Foundation for Constructive Journalism. *Journalism Practice*, 2-17.
13. Meier, K. (2018): How Does the Audience Respond to Constructive Journalism?. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1470472> (31. 8. 2024.).
14. Šimić, N. (2017) Konstruktivno novinarstvo - novi trend: mogućnosti usvajanja u suvremenoj redakciji. *Sveučilište u Zagrebu*. Diplomski rad.
15. van Antwerpen, N. (2023) The effects of constructive journalism techniques on mood, comprehension, and trust. *Journalism*, Vol. 24(10). <https://doi.org/10.1177/14648849221105778> (1. 9. 2024.)
16. van Antwerpen, N., Turnbull, D., Searston, A. R. (2022) Perspectives from journalism professionals on the application and benefits of constructive reporting for addressing misinformation. DOI: [10.1177/19401612211072782](https://doi.org/10.1177/19401612211072782) (1. 9. 2024.)