



UNIVERZITET U

SARAJEVU

FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
SIGURNOSNE I MIROVNE STUDIJE

MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE I PERCEPCIJA SIGURNOSTI
GRAĐANA U BOSNI I HERCEGOVINI

-MAGISTARSKI RAD-

Kandidat:Adi Pandur

Mentor:prof.dr.Mirza Smajić

Broje indexa:619

Sarajevo, juni 2020.

SADRŽAJ

UVOD	1
1. TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR RADA	3
1.1. Predmet istraživanja	3
1.2. Problem istraživanja	3
1.3. Cilj istraživanja	4
1.4. Hipoteze istraživanja	4
1.5. Metode istraživanja	5
2. NORMATIVNI KONCEPT TRANSPARENTNOSTI MEDIJA	6
2.1. Priroda transparentnosti medija: pojmovi vidljivosti i kretanja	6
2.2. Sloboda uredništva	10
2.3. Novinari i profesionalci za odnose s javnošću: različiti ciljevi i zajedničke vrijednosti	12
2.4. Istina i transparentnost u etičkim kodeksima	14
2.5. Istraživanje transparentnosti medija: empirijski dokazi i klasifikovani tipovi netransparentnosti	16
3. INDIVIDUALISTIČKI PRISTUP ETICI I TRANSPARENTNOSTI MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA	20
3.1. Smjer etičke brige: normativna i individualna etika	21
3.2. Uloga normi u donošenju odluka	23
3.3. Egzistencijalno novinarstvo: sloboda izbora i lična odgovornost za radnje	25
3.4. Medijska praksa i transparentnost medija	27
4. MEDIJSKI SEKTOR U BOSNI I HERCEGOVINI	29
4.1. Historijat medija u BiH	32
4.2. Medijska podjela BiH	36
4.3. Nastanak nezavisnih medija u BiH	37
4.4. Neadekvatan profesionalni razvoj	41
4.5. Nedostatak medijske obrazovanosti	43
4.6. Percepcija sigurnosti i povjerenja građana u medije	44
5. POLITIČKA INSTRUMENTALIZACIJA MEDIJA	48
5.1. Granice između medija, politike i poslovanja	48
5.3. Socio-ekonomski i politički okvir medijske scene u BiH	51
5.4. Sloboda medija u BiH	54
6. ISTRAŽIVAČKI DIO RADA	56
6.1. Diskusija	60
ZAKLJUČAK	61
LITERATURA	64

SAŽETAK

Ovaj rad govori o korištenju i percepciji medija u Bosni i Hercegovini i objašnjava kako karakteristike propagande i nacionalizma koji su historijski uticali na percepciju građana o medijima i dalje utiču na percepciju danas. Zbog naslijeđa medijskog nadzora u bivšoj Jugoslaviji, građani posjeduju vrlo slabu vještinu medijske pismenosti. Već 40 godina, javni izvori informacija reguliraju i kontroliraju država do te mjere da građani kolektivno vjeruju svim strastvenim porukama, čak i porukama namijenjenim da daju glas alternativnim pozicijama i dovedu u pitanje dominantnu političku strukturu. Cilj ovog magistarskog rada je da se kroz prizmu medijskog izvještavanja u BiH pokušava odgovoriti na pitanje kakva je percepcija građana u pogledu sigurnosti i povjerenja u bosanskohercegovački medijski sistem. Uvidom u stručnu literaturu, kao i u trenutno stanje medija ovaj rad ima za cilj da zaokruži teme koje se tiču polarizacije medijske scene, političkog i finansijskog pritiska na medije, zastrašivanja novinara i sl. Također cilj rada je da doprinese novim idejama koje mogu biti od velike pomoći medijskom sektoru u BiH, ujedno može doprinijeti i daljim naučnim istraživanjima vezanim za ovu tematiku. Istraživanje je pokazalo da građani i dalje smatraju da su novinari ti koji najviše doprinose porastu nacionalnih i političkih tenzija u BiH, iako u većini slučajeva prenose izjave zvaničnika i političara, koji su tek na drugom mjestu kao generatori kriza. Također građani smatraju da je i stanje sigurnosti u BiH zadovoljavajuće što je pozitivan trend koji bi se trebao nastaviti i u budućem periodu

Ključne riječi: mediji, transparentnost, sloboda izvještavanja, percepcija građana, sigurnost

UVOD

Glavni mediji u Bosni i Hercegovini (BiH) su visoko polarizirani po etničkim i političkim linijama i često služe za pogoršanje već postojećih etničkih podjela. Mediji se često fokusiraju na događaje povezane s ratom devedesetih i iskorištavaju informacije za promicanje etničkih stereotipa i čak podstiču međuetničke tenzije. Takvo izvještavanje potiče strah i nepovjerenje između etničkih grupa i u velikoj mjeri utječe na negativne percepcije i stavove prema pripadnicima drugih etničkih grupa. Uprkos kritikama i raširenim uvjerenjima da su mediji u BiH lošeg kvaliteta, mnogi nemaju znanje ili potrebne alate da bi se pristupili informacijama koje dobivaju kritički ili objektivno. Takav je položaj osnova za razvoj samocenzure, kojom profesionalna pokrivenost još više prijeti. S druge strane, odmah po završetku rata, od 1996 do 2000 godine, došlo je do pozitivnog napretka. BiH je prva u regiji koja je inicirala demokratske promjene u smislu sticanja medijske slobode i slobode izvještavanja. To se dogodilo pod utjecajem međunarodne zajednice, koja je u BiH prisutna posljednjih 20 godina. Napravljeni su koraci naprijed: osnovana je neovisna komisija za medije koja je kasnije prerasla u Regulatornu agenciju za komunikacije (CRA BiH), tijelo za telekomunikacije i elektroničke medije na nivou BiH; kleveta je dekriminalizirana usvajanjem Zakona o zaštiti od klevete; usvojen je zakon o slobodnom pristupu informacijama; 6 postojećih novinarskih udruženja usvojilo je jedinstveni kodeks za štampu u BiH, nakon čega je 2000 godine ustanovljeno prvo samoregulatorno tijelo za štampane medije u regiji, Vijeće za štampu u BiH. Činjenica je da u BiH ne postoji ograničenje pristupa izvorima, putem distributera kablovske televizije, interneta ili društvenih mreža. Licence za pokretanje printanih medija ne postoje, osim redovite registracije novih preduzeća. Također, ne postoje ograničenja za otvaranje web platformi i web portala. Međutim, u svemu ovom pozitivnom razvoju nedostaje dobra praktična primjena usvojenog zakonodavstva; politika voljno krši ove već utvrđene mjere i jamstva, čime svakodnevno ugrožava slobodu profesionalnog izvještavanja o medijima, stavljajući medije pod svoju kontrolu bez obzira na sredstva - podmićivanje, ucjenjivanje ili prijetnje. Nažalost, zbog inertnosti ili korupcije u pravosudnom sistemu, nema reakcija na takva kršenja medijske slobode i ugroženosti novinara. To je, između ostalog, jedan od razloga zašto je BiH u posljednje tri godine naglo pala na ljestvici godišnjih ocjena Reportera bez granica, što se tiče slobode medija i slobode medijskog izvještavanja. Razlozi velikih kašnjenja u digitalizaciji medija su i politički, a nije vjerovatno da će se uskoro dogoditi velika poboljšanja.

Ovo je još jedan novi teret koji doprinosi propadanju BiH i stavljanju na rub aktivnosti za razvoj slobodnih medija u regiji. Općenito loša ekonomska situacija u BiH doprinosi ovako

nesrećnom razvoju događaja u odnosu na medije. Opstanak većine štampanih medija je upitan. Kupovna moć građana sve je manja, dok je internet jednostavno i jeftino dostupan svima. Mlađa generacija više je orijentisana na dobivanje informacija putem interneta nego preko novina. Također, društvene mreže u velikoj mjeri distribuiraju informacije s web portala. U skladu s tim, većina printanih medija ima svoja posebna izdanja na web platformama, a neke kuće štampanih medija imaju posebna uredništva za svoja web izdanja. Uprkos tome, ogroman broj web portala i dalje ne ispunjava potrebne etičke i profesionalne standarde pokrivanja, a vrlo malo njih zaista ima svoje, izvorno proizvedene, vijesti; „copy journalism“ obilježje je mnogih, a autorska prava često su kršena zbog neovlaštenog kopiranja autorskih članaka i fotografija. Sloboda izražavanja je zagantovana, ali kada je riječ o UGC-u, komentarima anonimnih posjetitelja web portala, ta se sloboda, nažalost, često zloupotrebljava putem postova govora mržnje, poticanja, klevete ili čak prijetnji. Vijeće za štampu u BiH, samoregulirajuće tijelo za štampu i internetske medije, intenzivno radi na obrazovanju urednika i novinara web portala, podizanju standarda pokrivanja i prihvatanju normi Kodeksa za štampu BiH.

1. TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR RADA

1.1. Predmet istraživanja

Skoro dvadeset i pet godina nakon završetka rata, Bosna i Hercegovina (BiH) je još uvijek opterećena problemima iz tog doba: nacionalnom netrpeljivošću, političkom neslogom i ekonomskim padom. Ustavom je podijeljena na dva entiteta, Federaciju BiH (FBiH) i Republiku Srpsku (RS), te Distrikt Brčko. Ovo je od značaja za razumijevanje bosanskohercegovačkog medijskog sistema. Većina medija u BiH podijeljena je po entitetskim, etničkim, političko-interesnim i ekonomskim linijama. Uslovi rada većine novinara su vrlo teški. Neredovno su plaćeni, imaju niske plaće, neodređeni status i ugovore koji ne garantuju sigurnost na radnom mjestu. Vlasnici medija često su povezani s političkim ili ekonomskim lobijima. Vrlo često su interesi struke za istinsko izvještavanje zanemareni zbog interesa koji proizilaze iz partnerstva vlasnika medija i politike. Novinari su izloženi sve češćim pritiscima javnih ličnosti i političara, verbalnim napadima i prijetnjama, pojavama uskraćivanja informacija, pa čak i direktnom utjecaju na uređivačku politiku.

1.2. Problem istraživanja

Rezultati istraživanja pokazuju da je povjerenje građana u medije, kao i zadovoljstvo radom medija, u značajnom padu. Sa druge strane, percepcija većine građana je da mediji u BiH nisu uopšte ili su djelimično slobodni. Ono što možemo vidjeti je da je zapravo osnovni problem veza između medija i političara. Naime, više od polovine građana smatra da je politička zavisnost osnovna prepreka u radu medija. Novinarstvo se kao profesija danas sve manje razlikuje od političkog aktivizma i to građani prepoznaju. Veze između medija i političara su postale uobičajene, više niko i ne pokušava da ih prikrije. Na kompletnoj medijskoj zajednici je zadatak da pokuša odgovoriti na taj izazov. Kako zapravo novinarstvo učiniti autonomnom profesijom koja je u stanju da sa jedne strane informiše građane, ali isto tako da informiše građane o zloupotrebi vlasti je pitanje na koje je danas veoma teško odgovoriti. Sloboda medija ključni je stub demokratije i osnova na kojoj se grade društva u kojima se poštuju građanska prava i temeljne slobode. Zabrinjavajuće je da je samo postojanje slobode medija u velikoj opasnosti, ne samo u Bosni i Hercegovini, već i u drugim zemljama širom svijeta.

Novinarima je potrebno omogućiti da građanima pruže objektivne i pouzdane informacije na osnovu kojih oni mogu donositi odluke i tražiti od izabраних predstavnike da odgovaraju za svoje postupke, i to je jedini i istinski način da se očuva mir i demokratija. Ovaj rad ima za cilj da ukaže na stanje u pogledu medijskog izvještavanja u BiH, i shodno tome da se da uvid u percepciju sigurnosti bosanskohercegovačkih građana.

1.3. Cilj istraživanja

Cilj ovog magistarskog rada je da se kroz prizmu medijskog izvještavanja u BiH pokušava odgovoriti na pitanje kakva je percepcija građana u pogledu sigurnosti i povjerenja u bosanskohercegovački medijski sistem. Uvidom u stručnu literaturu, kao i u trenutno stanje medija ovaj rad ima za cilj da zaokruži teme koje se tiču polarizacije medijske scene, političkog i finansijskog pritiska na medije, zastrašivanja novinara i sl. Također cilj rada je da doprinese novim idejama koje mogu biti od velike pomoći medijskom sektoru u BiH, ujedno može doprinijeti i daljim naučnim istraživanjima vezanim za ovu tematiku.

1.4. Hipoteze istraživanja

Glavna hipoteza

H1 Medijsko izvještavanje u znatnoj mjeri utiče ili oslikava percepciju stanja sigurnosti kod građana.

Pomoćne hipoteze

H2 Politika igra veliku ulogu u većini bosanskohercegovačkih medijima da se ne može reći da postoji alternativni pristup.

H3 Nepovjerenje u medije prevazilazi etničke, socioekonomske i obrazovne kategorije, prvenstveno zbog toga što je povjerenje davno izgubljeno.

H4 U BiH postoji problem medijske manipulacije i on se mora se riješiti kako bi zemlja istinski krenula ka pomirenju i obnovljenoj međuetničkoj saradnji.

H5 Iako postoji pokušaj da se novi prtljag bivšeg sistema ne unese u nove medije, nezavisni mediji moraju preći nekoliko prepreka prije nego što steknu povjerenje javnosti i odigraju značajnu društvenu ulogu.

1.5. Metode istraživanja

Obradom i analizom prikupljene literature izvršit će se izrada i prikaz teorijskog dijela magistarskog rada putem ovih znanstvenih metoda induktivno-deduktivne metode koja će poslužiti za objašnjavanje postojećih i otkrivanje novih spoznaja te testiranje hipoteza. Analitičko-sintetičke metode za raščlambu složenih pojmova na jednostavnije i korištenje dobivenih jednostavnih pojmova u svrhu kreiranja složenijih pojmova i zaključaka vezanih uz tematiku. Metode generalizacije kojom se dolazi do zaključaka koji imaju temelj u stvarnom svijetu. Metode dokazivanja i opovrgavanja postavljenih hipoteza. Metode klasifikacije radi podjele općenitih pojmova u posebne vrste pojmova. Metode deskripcije za opisivanje prirodnih pojava i procesa te potvrdu povezanosti između istih. Metode kompilacije, potpomaganja tuđim zaključcima i rezultatima istraživanja radi što kvalitetnijih rezultata. Statističke metode koja omogućava da uz pomoć brojeva otkrijemo uzročno posljedične veze i zakonitosti pojava. Metode uzorka kojom se na temelju uzorka donose zaključci o cjelini i metode anketiranja kojom se vrši prikupljanje podataka uz pomoć upitnika kako bi se izvela mišljenja o predmetu istraživanja

2. NORMATIVNI KONCEPT TRANSPARENTNOSTI MEDIJA

Koncept transparentnosti medija ima normativnu prirodu. Prema Craft-u i Heim, važnost transparentnosti zasniva se na normama i obavezama koje su utemeljene na različitoj javnoj i demokratskoj svrsi novinarstva. Imajući deontološke korijene u etici komunikacije, transparentnost medija definirana je kao normativna smjernica povezana s profesionalnim standardima novinarstva. Iako je transparentnost medijske prakse jedno od aktealnih pitanja o kojima se danas govori u profesionalnoj i akademskoj zajednici (slično kao pojam novinarske objektivnosti), ona ostaje apstraktna pojava¹. Znanstvenici i istraživači za masovnu komunikaciju i dalje nude svoja stajališta o tome što transparentna medijska praksa znači postavljanje različitih očekivanja i profesionalne obaveze koje treba ispuniti za praksu transparentnih medija. U ovom poglavlju se sintetiziraju ideje koje doprinose teorijskoj konceptualizaciji transparentnosti u medijima i konstruiranju normativnog razumijevanja ove pojave. Preispitat će se i razne dimenzije transparentnih i netransparentnih praksi kako su one predstavljene u radovima znanstvenika i klasificirane na osnovu empirijskih studija. Identifikacija teorijskog okvira pregledom prethodnih radova i istraživanja posebno je korisna jer pruža preliminarne uvide, smjer i početne koncepte za daljnje istraživanje.

2.1. Priroda transparentnosti medija: pojmovi vidljivosti i kretanja

Ideje kretanja i vidljivosti su ključne za transparentnost. Na latinskom, „proziran“ znači „blistati kroz“ i sastoji se od dvije riječi trans - „kroz“ i parere - „pojaviti se“. Prema globalnoj nevladinoj organizaciji Transparency International, „transparentnost“ je definirana kao princip koji omogućuje onima, pogođenim odlukama ili transakcijama ili dobrotvornim radom, da znaju ne samo osnovne činjenice i brojke, već i mehanizme i procese. Dužnost je državnih službenika, rukovoditelja i skrbnika da djeluju vidljivo, predvidljivo i neshvatljivo. Budući da se novinarstvo bavi vijestima i informacijama, transparentnost medija općenito definira vidljivost cjelokupnog procesa vijesti i procesa pripreme vijesti i teoretski uključuje brojne dužnosti koje osiguravaju tu vidljivost².

¹Babić, D., Udovičić, Z., Ljudska prava: priručnik za novinare, Media Plan Institut, Sarajevo, 2000

²Springston, Jeffrey., Public Relations and New Media Technology, u: Handbook of Public Relations (ed.) R.Heath, Sage Pub, Thousand Oaks, 2001

Koncept transparentnosti medija, kako Kruckeberg i Tsetsura objašnjavaju, određuje kako i zašto se informacije prenose na različite načine. Mediji se smatraju transparentnim kada³:

- 1) postoje mnogi konkurentski izvori informacija,
- 2) mnogo se zna o načinu pružanja informacija i
- 3) informacije o finansiranju medija ili medijske produkcije su javno dostupne.

Općenito, transparentnost zahtijeva od svih zainteresiranih strana u komunikacijskom procesu i, prije svega, publike da svjedoče kako, zašto i na koji način mediji dobivaju, obrađuju i proizvode informacije. Tuchman je napisao da postupci novinarstva moraju biti vidljivi potrošačima vijesti. Takva vidljivost medijske prakse omogućava balansiranje konkurentskih interesa i vrijednosti; također omogućuje da svi učesnici medijske komunikacije govore istim jezikom i razumiju motive i namjere ostalih igrača. I na kraju, prepoznatljivost medijske prakse štiti medijske ljude od vanjskih kritičara. U međuvremenu, pojam vidljivosti odražava suštinu i opću ideju transparentnosti, a u medijima je ovaj fenomen često predstavljen kroz broj obaveza, na primjer posvećenost istinitim uredničkim sadržajima koji su jasno odvojeni od oglašavanja, iskrenog i vidljivog procesa pravljenja vijesti, otvorenosti motiva i razloga koji stoje iza procesa pravljenja vijesti. U nekim radovima transparentnost medija povezana je i s alatima za jačanje povjerenja javnosti, uslovom za nepristrano izvještavanje, neovisnim i slobodnim medijskim praksama, nedostatkom pritisaka i korupcijom u medijima. U sljedećim ćemo paragrafima detaljno raspravljati o glavnim obavezama koje čine normativno razumijevanje medijske transparentnosti. Koncept transparentnosti u medijskoj praksi obično se povezuje sa temeljnim zahtjevima za medijskim sadržajima, konkretno, s vrijednostima istine i poštenja u medijskoj praksi. Novinari trebaju tražiti i govoriti istinu u javnom interesu, a kao tražitelji istine i predstavljači istine, novinari moraju biti otvoreni i iskreni prema svojoj publici⁴. Posvećenost istini u konceptu transparentnosti medija temelji se na ideji da javnost ovisi o istinitim medijskim informacijama za donošenje utemeljenih prosudbi i odluka, na primjer, odluka o izboru javnih službenika ili o tome koje proizvode kupiti. Transparentnost, kada vezana je prije svega za kvalitetu medijskog sadržaja, pokazuje sposobnost istine i ograničava dezinformacije.

³Kunczik, Michael, Zipfel, Astrid., Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Friedrich Ebert Stiftung, Zagreb, 2006

⁴Herman, S., Edvard, Mekčesni, V., Globalni mediji novi misionari korporativnog kapitalizma, Clio, Beograd, 2004

Ovdje se koncept transparentnosti približava kantovskoj dužnosti djelovanja na načine koji poštuju druge, čak i ako transparentnost nije uvijek dovoljan uslov za više etičko ponašanje, njezin je izostanak preduslov za obmanu⁵. Univerzalna vrijednost istine i poštenja, dakle, ukazuje na novinarsko poštovanje prema publici, njegovu ili njenu volju da čitatelje smatraju tretiranim ciljevima, ali ne kao sredstvima za ispunjavanje bilo kakvih drugih interesa osim profesionalne obaveze pružanja istinitih i nepristrasnih informacija. Kazivanje istine u novinarstvu povezano je s povjerenjem i profesionalnim autoritetom. Aktivnosti transparentnosti pomažu u oživljavanju novinarstva kao profesije i autoritativnog izvora informacija. Posvećenost istini u konceptu transparentnosti služi vjerodostojnim medijskim praksama temeljenim na povjerenju između predstavnika medija i njihove publike. Konzumirajući medijske sadržaje, građani očekuju da će određeni kvalitet informacija olakšati samoupravu i održavanje zajednice, a novinari imaju jedinstvenu kvalifikaciju za pružanje tih informacija. Stoga se govorenje istine može shvatiti kao bitan atribut transparentne medijske prakse koja služi i odgovornosti i vjerodostojnosti medijskih institucija. Netransparentnost medija tada se može opisati kao tajnost, preduslov haosa i obmana koja dehumanizira medijsku publiku ograničavajući njihovu sposobnost davježbaju slobodnu volju i oblikuju informirana mišljenja i prosudbe o različitim pitanjima.

Sve češće definicija transparentnosti medija nadilazi zahtjeve istinitog sadržaja naglašavajući važnost cjelokupnog procesa donošenja vijesti da bude transparentan. Neki istraživači nude proširivanje razumijevanja medijske transparentnosti i predlažu pristup ovom fenomenu kao jednom od glavnih načela profesionalnog novinarstva koje se bavi ne samo sadržajem medijskih poruka, već i oblikom i prirodom interakcija. U tradicionalnim medijima proces izrade vijesti događa se i u backstageu i na frontu koji nisu jednako vidljivi publici. Prve faze sakupljanja vijesti i obrade vijesti izvode na pozornici⁶. U međuvremenu, na prednjem dijelu pozornice predstavljena je završna faza distribucije vijesti, gdje publika može promatrati i konzumirati proizvod. Zbog toga, u transparentnom procesu pravljenja vijesti, sve faze procesa izrade vijesti trebaju biti na prvoj pozornici ili vidljive publici. Kao takva transparentnost postala je dostižna u digitalnom medijskom sistemu. Općenito, transparentan postupak obavezuje se otkriti metode izrade vijesti i objasniti odluke novinara.

⁵Malović, Stjepan: Mediji i društvo, ICEJ, Zagreb, 2007

⁶Herman, S., Edvard, Mekčesni, V., Globalni mediji novi misionari korporativnog kapitalizma, Clio, Beograd, 2004

Kako znate i šta znate? Ko su vaši izvori? Koliko je njihovo znanje direktno? Kakve pristranosti mogu imati? Postoje li računi u sukobu? Ovakva pitanja se postavljaju kao odrednice pravila transparentnosti. Ovo pravilo prema poziva novinare da otkriju ograničenja i metode kako bi pouzdanost njihovog rada mogli procijeniti drugi. Zatim se se oslanja na transparentnost kao provjerljivost i način na koji novinarstvo može provjeriti drugi. Transparentnost procesa sakupljanja vijesti je važna, jer pojašnjava posrednički karakter komunikacije u medijima; to podsjeća čitatelja da postoji novinar između stvarnosti i reprezentacije stvarnosti. Zapravo, transparentni medijski proces predstavlja ostvarenje prava publike da shvati kako nastaju medijski materijali: ako se krše jedan ili više temeljnih principa novinarstva, javnost ima pravo znati šta je utjecalo na određene uredničke odluke. Transparentnost procesa proizvodnje vijesti ukazuje na potrebu javnosti da zna kako se uređuju odluke i zašto novinari donose odluke o određenim temama⁷. To ukazuje na novinarsko poštovanje prema publici, kao jedini način u praksi da se izjednačite ljudi o onome što znaju i da otkriju što više o izvorima i metodama. Transparentnost poziva novinara da objasni svojim čitateljima kako su te vijesti konstruirane i što jedan račun čini više ili manje uvjerljivim od bilo kojeg drugog. U stvari, transparentnost u smislu otvorenog i vidljivog procesa omogućava svakom učesniku (a posebno svakom čitaocu) medijsku komunikaciju da spozna i razumije motive i namjere koji stoje iza ovog procesa.

U stvarnoj medijskoj praksi transparentnost procesa pravljenja vijesti može se provesti posebnim tehnikama ili ritualima transparentnosti. Otkrivanje je prvi „ritual“ transparentne prakse. Posvećenost transparentnom procesu stavlja obavezu da se u potpunosti objavi metode i motivi novinarskog rada kao načina za povećanje odgovornosti: medijski lideri bi trebali smisleno i redovno objašnjavati javnosti zašto oni donose odluke koje čine (tj. koji su njihovi principi, standardi i vrijednosti), i kako se te odluke donose. To se klasificira kao "transparentnost objavljivanja", kada su proizvođači vijesti otvoreni objasniti način na koji se vijesti biraju i proizvode, pružiti izvore, očitovati pogreške koje su učinjene. Otkrivanje se opisuje kao aktivna transparentnost, odnosno postupak unošenja informacija u prikaz publike. Na primjer, otkrivanje može sadržavati izvor informacija ili obavijestiti čitatelja o vremenu kad je članak sastavljen iz priopćenja za javnost ili kao rezultat novinarske istrage⁸.

Uključivanje publike u proces proizvodnje vijesti još je jedan način ostvarivanja norme transparentnosti. Interaktivnost, ili komunikacija od publike i javno otvoreno učešće u proizvodnji

⁷Wrag, David., Odnosi s medijima, Clio, Beograd, 1996

⁸Malović, Stjepan., Mediji i društvo, ICEJ, Zagreb, 2007

vijesti, koja je postala moguća u digitalnom dobu, presudni su za postizanje transparentnosti u medijima. To se definira kao participativnu transparentnost. Takvi rituali transparentnosti proširuju razumijevanje kazivanja istine u medijima i osiguravaju vidljivost faza okupljanja vijesti i obrade vijesti medijske prakse.

2.2. Sloboda uredništva

U svom normativnom značenju transparentnost naglašava tvrdnje o nekorumpiranim, nepodmićenim i nepristranim postupcima. U konceptu u kojem se nudi odsustvo bilo kakvog izravnog i indirektnog utjecaja na prikupljanje vijesti i proces izrade vijesti stavlja se kao središnja ideja transparentnosti medija. Na temelju ove konceptualizacije, transparentnost medija podrazumijeva se kao objektivnost i sloboda novinara u njihovim odnosima s izvorima vijesti (tj. poslovnim, političkim, nevladinim organizacijama ili profesionalcima za odnose s javnošću), izdavačima, drugim odjelima medijske organizacije i odsutnosti bilo kakvih pritisaka ili utiče na uredničke odluke⁹. Sloboda uređivanja kao uslov transparentne prakse služi za izgradnju pouzdanih odnosa s publikom, jer vjerodostojnost svih dostavljenih vijesti i informacija u velikoj mjeri ovisi o povjerenju da na nju neupitno ili tajno ne utječu interesi vlasti - vlada, oglašivač, vlasnik, itd. Takva konceptualizacija transparentnosti smještena je u širu raspravu o odnosima između novinara i vijesti i različiti utjecaji koji utječu na medijsku praksu i sadržaj. Konkretno, nekoliko autora pokušalo je analizirati širok spektar izvora utjecaja na novinarski rad i medijske sadržaje, uključujući političke, ekonomske i ideološke vrijednosti društva. Osiguran je i hijerarhijski model utjecaja na medijski sadržaj, precizirajući da se utjecaji dešavaju na različitim razinama - pojedinačnom, medijskoj rutini, organizaciji, ekstramediji i ideološkoj razini.¹⁰ Stoga, kada se konceptualizira u smislu pristranih i korumpiranih praksi, netransparentnost medija tvrdi da će uzeti u obzir dimenziju medija-odnosi s izvorima vijesti, što uključuje borbu za kontrolu protoka informacija.

Konceptualizacija transparentnosti pojmom slobode od skrivenih, nevidljivih i neetičkih utjecaja na proizvodnju vijesti omogućava istraživanje, ukazivanje i mjerenje konkretnih praksi

⁹McQuail, D., *Mass Communication Theory: An Introduction*, SAGE Publication: London Thousand Oaks-New Delhi, 1994

¹⁰www.medij.com Znanstveni časopis Medijski dijalozi

koje osporavaju transparentno (nepristrasno i neovisno) medijsko izvještavanje ili prakse netransparentnosti. Nastavlja se definiranje netransparentnosti kao pristrane zablude o praćenju koju novinari proizvode kao posljedice davanja (npr. novinara, urednika, producenta i drugih medijskih menadžera) i dobivanja iz izvora vijesti (npr. praktičari za odnose s javnošću, vlada zvaničnici, oglašivači ili druge zainteresovane strane)¹¹. Budući da je netransparentnost relativno širok i apstraktan pojam, neki autori radije koriste konkretnije izraze za opisivanje korupcije u medijskom sistemu, na primjer, podmićivanje medija ili podmićivanje za praćenje vijesti.

Podmićivanje pod medijima podrazumijeva se kao bilo koji oblik plaćanja za medijsko izvještavanje ili bilo kakav utjecaj na uredničke odluke koji nisu jasno naznačene u gotovom proizvodu ili medijima. Ove prakse su dobile različite definicije, poput novca za izvještavanje o vijestima, podmićivanja medija, novinarstva u omotnicama, netransparentnosti medija i neprozirnost medija. U međuvremenu, mnogi praktičari radije se služe slengovskim riječima kako bi se pozvali na ovaj fenomen: zakazukha u Rusiji, plaćanje za igranje u SAD-u, dzhynsa u Ukrajini i sl.. Praksa postavljanja plaćenih materijala bez informiranja čitatelja o tome događa se širom svijeta, a raširenost takve prakse u određenim regijama i zemljama posebno je alarmantna. U 2003.god. globalni indeks podmićivanja u medijima svrstao je 66 zemalja od 1, najtransparentnije, do 33 kao najmanje transparentne. S obzirom na takve faktore razvoja medijskog sistema kao antikorupcijske zakone, profesionalnu edukaciju novinara, postojanje dobro utvrđenih i primjenjivih etičkih kodeksa novinarstva, slobodnu štampu i slobodan protok informacija, indeks je pokazao vjerovatnost „novca za praćenje vijesti“ postojanje u svakoj od navedenih zemalja¹². Nakon toga u različitim zemljama provedeno je sve više empirijskih studija za daljnje i detaljnije istraživanje transparentnosti medija. U sljedećim paragrafima raspravljat ću o načinu na koji se vrijednosti govorenja istine i transparentnost formaliziraju u profesionalne obaveze novinara i profesionalaca za odnose s javnošću (koji često igraju ulogu izvora vijesti).

2.3. Novinari i profesionalci za odnose s javnošću: različiti ciljevi i zajedničke vrijednosti

Kada se artikulira u okviru odnosa s medijima, izvorima vijesti i pitanjima vezanim za izvještavanje, koncept transparentnosti medija uključuje moralne obaveze dviju profesija -

¹¹Kurtić, Najil., Komunikološki ogledi, Bosanska riječ, Tuzla, 2011

¹²Jakubowicz, K., Media Legislation as a Mirror of Democracy, Transition, Vol.2, No.21, 1996

novinarstvo i odnose s javnošću. Znanstvenici i profesionalci žele da razjasne koja je od dvije profesionalne grupe odgovorna za netransparentnu praksu: novinari koji prihvataju uticaje i uzimaju plaćanja ili PR praktikanti koji rade sve što je potrebno da se izlože za svoje klijentske organizacije u medijima. Definicija profesionalnih ciljeva, vrijednosti i odgovornosti dviju profesija trebala bi se smatrati jednim od pitanja u rješavanju problema "gotovine za praćenje vijesti". Novinari se tradicionalno definiraju kao ljudi koji sakupljaju i šire informacije o aktuelnim događajima koji su vrijedni vijesti. Otuda se „korisnost vijesti“ može analizirati s obzirom na stupanj važnosti ili važnosti vijesti i interesa ljudi¹³. Novinarstvo pripovijedanja ima za cilj pružiti ljudima informacije koje su im potrebne da bi razumjeli svijet i živjeli svoj život¹⁴. U međuvremenu, uzimajući u obzir brojne složenosti novinarstva i ulogu novinara sugerira se definiranje prirode novinarstva s manje normativne pristranosti i sagledavanje prakse, tvrdeći da je "novinarstvo" ono što "novinari" rade. " Napominje da bi novinar mogao biti izvjestitelj za odnose s javnošću vladinih aktivnosti ili kolumnist savjeta, ideološki tumač vijesti za propagandni medij u vlasništvu ili sankcioniranje od strane autoritarne vlade ili izvještač za komercijalno "kontrolirani" medij. Novinarstvo se definira kao proces izvještavanja o vijestima, a novinar jeneko ko se bavi ovim procesom zbog svog primarnog načina života. Odnosi s javnošću razvili su se iz novinarstva, a ove dvije profesije i dalje su usko povezane u svojim radnim tehnikama i dužnostima. Kako je pisanje uobičajena aktivnost i profesionalaca za odnose s javnošću i novinara i obje grupe profesionalaca rade svoj posao na mnogo istih načina, mnogi ljudi, uključujući novinare, došli su do pogrešnog zaključka da postoji mala razlika između odnosa s javnošću i novinarstva. Za mnoge stručnjake za odnose s javnošću jednostavno „novinarstvo sa prebivalištem“ je za nemedijske organizacije, dok PR profesionalci intervjuišu ljude, prikupljaju i sintetišu velike količine informacija, pišu u novinarskom stilu i obučeni su za izradu dobre kopije u roku¹⁵. Međutim, i pored dijeljenja mnogih tehnika, dva polja su različita po opsegu, ciljevima, publici i kanalima.

Neki primjećuju temeljne razlike između novinarstva i odnosa s javnošću, objašnjavajući da misija novinarstva proizlazi iz njegove posredničke uloge u društvu, da služi javnom interesu i potrebama auditorije. U međuvremenu, uloga PR-a potiče iz misije socijalnog instituta za odnose s javnošću. Ta misija leži u upravljanju komunikacijama, sistematizaciji informativnih tokova i organizaciji optimalnog komunikacijskog okruženja. Smith definira PR kao upravljačku funkciju

¹³Fejzić, Fahira, Medijska globalizacija svijeta, Promokult, GIK "OKO", Sarajevo, 2004

¹⁴Jakubowicz, K., Media Legislation as a Mirror of Democracy, Transition, Vol.2, No.21, October 1996

¹⁵Springston, Jeffrey: Public Relations and New Media Technology, u: Handbook of Public Relations (ed.) R.Heath, Sage Pub, Thousand Oaks, 2001

koja procjenjuje stavove javnosti, identificira politike i postupke pojedinca ili organizacije od javnog interesa i planira i provodi program djelovanja za postizanje razumijevanja i strpljenja u javnosti. Druga definicija, koja opisuje modernu praksu odnosa s javnošću, kaže da je PR upravljanje komunikacijom putem koje se organizacije prilagođavaju, mijenjaju ili održavaju svoje okruženje u svrhu postizanja organizacijskih ciljeva. Kao profesija Odnosi s javnošću imaju mnogo komponenti, u rasponu od savjetovanja do upravljanja pitanjima i posebnih događaja. Novinarska pisanja i odnosi s medijima, iako su važni, samo su dva od ovih elemenata¹⁶. Pored toga, efikasna praksa odnosa s javnošću zahtijeva strateško razmišljanje, sposobnost rješavanja problema i druge upravljačke vještine.

PR-praktičari djeluju na dva različita nivoa-kao savjetnici svojim klijentima ili top menadžmentu organizacija i kao tehničari koji proizvode i šire poruke na više medijskih kanala. Cilj novinara je prikupljanje i odabir informacija u svrhu pružanja javnosti vijestima i informacijama. Osoblje za odnose s javnošću također prikuplja činjenice i informacije u svrhu informiranja javnosti, ali cilj nije samo informiranje, već promjena stavova i ponašanja ljudi kako bi se poboljšali ciljevi organizacije. PR-praktičari razvijaju dvosmjernu komunikaciju između organizacije i publike, objašnjavaju i brane interese organizacije, novinarstvo postavlja škakljiva pitanja i omogućava auditoriju da artikulira mišljenje i da donese ispravne odluke. Različite misije novinarstva i profesije odnosa s javnošću također određuju različitu publiku i kanale. Novinari pišu za masovnu publiku, čitatelje, slušatelje ili gledatelje medija za koji rade. Prema definiciji, masovna publika nije dobro definirana, a novinar npr. u dnevnim novinama piše za širu javnost¹⁷. Nasuprot tome, stručnjak za odnose s javnošću pažljivo segmentira publiku u različite demografske i psihološke karakteristike. Takva istraživanja omogućavaju da se poruke usmjere na potrebe, zabrinutosti i interese publike za maksimalne efekte.

Većina novinara, po prirodi zaposlenja, dopire do publike putem jednog kanala medija koji izdavači emituju njihove radove. Profesionalci za odnose s javnošću koriste razne kanale kako bi dosegli publiku. Kanali koji se koriste mogu biti kombinacija masovnih medija: novina, časopisa, radija, televizije, interneta, direktne pošte, pamfleta, plakata, biltena, trgovačkih časopisa, posebnih događaja i objavljivanja poruka na internetu. Vijesti i medijski proizvodi su roba i većina novinskih

¹⁶Fejzić, Fahira, Medijska globalizacija svijeta, Promokult, GIK "OKO", Sarajevo, 2004

¹⁷Springston, Jeffrey., Public Relations and New Media Technology, u: Handbook of Public Relations (ed.) R.Heath, Sage Pub, Thousand Oaks, 2001

organizacija su akteri na komercijalnom tržištu. Odnosi s javnošću i posebno odnosi s medijima usmjereni su na usmjeravanje medija i komunikacijskih organizacija, vladinih entiteta ili pojedinaca. Međutim, odnosi sa medijima mogu također poslužiti medijima pružajući im informacije¹⁸. Izraz informativna subvencija je ponuđen kako bi opisao informacije koje generira praktičar za odnose s javnošću radi objavljivanja javnosti organizacije, njenih proizvoda ili određenog gledišta. Informacijske subvencije generiraju stručnjaci za odnose s javnošću kako bi utjecali na program medija i utjecali na javno mnijenje; oni također imaju ogroman potencijal da pomognu uvrštavanju važnih socijalnih pitanja na dnevni red javnosti¹⁹. Međutim, ekstremni oblici informativnih subvencija mogu olakšati pojavu medijske transparentnosti i štetiti kredibilitetu medija. Stoga, odnosi s javnošću i novinarstvo imaju simbiotski odnos. Oboje shvataju da je integritet komunikacije najvažniji i oboje smatraju da su informacije ključne za mjesto ideja u demokratskom društvu. Iako organizacije za odnose s javnošću i novinarstvo imaju različite ciljeve, kanale, publiku i pravila koja su specifična za profesiju, predanost istini i zabrinutost zbog mita zajednička su područja dvaju profesija. I stručnjaci za odnose sa javnošću i novinari imaju veliko interesovanje za osiguranje integriteta i verodostojnosti medija. U novoj eri konkurentskih izvora informacija i višestrukih komunikacijskih kanala i zaštitnici medija i njihovi izvori, uključujući naročito stručnjake za odnose sa javnošću, moraju prepoznati ono povjerenje potrošača koje se moglo sigurno pretpostaviti u ranijim vremenima sada se moraju povratiti i ljubomorno čuvati.

2.4. Istina i transparentnost u etičkim kodeksima

Dužnost transparentnosti usko je povezana s predanošću istini i zahtijeva priznavanje moralnih dimenzija svih komunikativnih djela. Iako organizacije za odnose s javnošću i novinarstvo imaju različite kodekse specifične za profesiju, predanost istini i briga o podmićivanju uobičajena su područja u dvije profesije.

Istinitost u prikupljanju i izvještavanju o informacijama i neovisnost / integritet odbijanjem mita ili bilo kojeg drugog vanjskog utjecaja na rad su načela koja se obično deklariraju u etičkim kodeksima novinara. Međunarodna federacija novinara izjavljuje da je poštovanje istine i prava javnosti na istinu prva dužnost novinara. Društvo profesionalnog novinarstva također izjavljuje da je dužnost novinarstva da te nastoji tražiti istinu i pružiti pravičan i sveobuhvatan prikaz događaja

¹⁸Turčilo, Lejla., Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011

¹⁹Tomić, Zoran: Odnosi s javnošću teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2000

i problema. Međunarodno udruženje za odnose s javnošću (IPRA) i Međunarodno udruženje poslovnih komunikatora (IABC) također zabranjuju praktičarima da učestvuju u korumpiranju integriteta komunikacijskih kanala, posebno potrošačkih medija koji se smatraju objektivnim i fer. Međunarodno udruženje za odnose s javnošću (IPRA) kaže da će se „članovi uzdržati od podređivanja istine drugim zahtjevima i cirkulirati informacije koje se ne zasnivaju na utvrđenim i utvrđenim činjenicama“. A Međunarodno udruženje poslovnih komunikatora (IABC) kaže²⁰: „Članovi će učestvovati u istinitoj, tačnoj i korektnoj komunikaciji koja olakšava poštovanje i međusobno razumijevanje. Profesionalni etički kodeksi bosanskohercegovačkih novinara i profesionalaca za odnose s javnošću dijele slične etičke standarde s etičkim kodeksima međunarodnih profesionalnih udruženja.

Profesionalne grupe u novinarstvu i odnosima s javnošću osudile su podmićivanje, prihvaćanje skupih poklona ili druge pogodnosti koje bi ugrozile integritet i vjerodostojnost medija. Međunarodna federacija novinara (IFJ) ističe da novinar smatra teškim profesionalnim prekršajima sljedeće: plagijatzizam, zlonamjerno pogrešno tumačenje, klevetu, neosnovane optužbe, prihvatanje mita u bilo kojem obliku s obzirom na objavljivanje ili suzbijanje. Društvo profesionalnih novinara (SPJ) smatra da bi novinari trebalo da odbiju poklone, usluge, naknade, besplatno putovanje i posebne tretmane i da izbjegnu sekundarno zaposlenje, političku uključenost, javnu funkciju i službu u društvenim organizacijama ako ugrožavaju novinarski integritet i uskraćuju favorizirani tretman oglašivačima i posebnim interesima i odupiru se njihovom pritisku da utječu na izvještavanje o vijestima²¹. Međunarodno udruženje za odnose s javnošću (IPRA) zaključuje da članovi ne smiju novinarima davati skupi poklon kao mito tako da će on ili ona pisati povoljne priče o organizaciji ili njenom proizvodu / usluzi. Raskošne zabave i putovanja za državne službenike izvan granica propisanih zakonom su takođe neprimjerene.

Međunarodno udruženje poslovnih komunikatora (IABC) ističe da profesionalni komunikatori neće primati neotkrivene poklone ili plaćanja za profesionalne usluge od bilo koga osim klijenta ili poslodavca. Darovi bilo koje vrste, prema Agenciji za odnose sa javnošću Amerike (PRSA) mogu kontaminirati slobodan protok istinitih informacija u javnosti²². Oblikovani moralnim principima društva i ciljevima okupacije etički kodeksi profesionalnih organizacija za odnose sa javnošću i odnose s javnošću pokazuju vrijednosti istine i objektivnosti. Kodeksi

²⁰www.ipra.org Međunarodna udruga za odnose s javnošću

²¹Vilović, G., *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000.*, Zagreb, Politička misao, 2004

²²www.ipra.org Međunarodna udruga za odnose s javnošću

formaliziraju normativni koncept transparentnosti, povezujući ga sa istinom i iskrenošću s publikom i svim dionicima u komunikacijskom procesu. Međutim, davanje formalne definicije profesionalnim standardima i vrijednostima, etički kodeksi također mogu predstavljati ozbiljne poteškoće u prikupljanju značajnih etičkih vrijednosti kod pojedinih novinara i u profesiji u cjelini. Kodovi ne funkcioniraju uvijek u praksi onako kako bi trebali, a u slučaju transparentnosti postoje dokazi o kršenjima u različitim zemljama, uključujući.

2.5. Istraživanje transparentnosti medija: empirijski dokazi i klasifikovani tipovi netransparentnosti

Budući da je fenomenu transparentnosti medija teško pristupiti i direktno ga posmatrati, istraživači u brojnim zemljama odlučuju proučiti njegovu antitezu-netransparentnu praksu; u stvari, oni analiziraju neetičke i varljive prakse koje narušavaju nepristrasno čuvanje medija. Primjeri medijske netransparentnosti, poput direktnog plaćanja gotovine ili predstavljanja proizvoda ili usluga novinarima ili urednicima, ili indirektno utjecati na medije da primaju vijesti, široko su proučavani u posljednjih nekoliko godina u određenim zemljama, poput Estonije, Poljske, Rusija, Ukrajina, Kina i Rumunije. Općenito, praksa nuđenja i plaćanja gotovine za objavljivanje izdanja vijesti i drugih reklamnih materijala uobičajena je u mnogim zemljama, posebno u Istočnoj Europi i bivšem Sovjetskom bloku²³. Prethodna istraživanja širom svijeta utvrdila su da netransparentna medijska praksa može biti i direktna plaćanja i neizravni uticaj.

Direktna plaćanja su gotovina ili druga novčana plaćanja za praćenje vijesti. Neposredna plaćanja i utjecaji klasificirani su kao²⁴:

- 1) objavljivanje ili proizvodnja materijala u zamjenu za plaćeno oglašavanje,
- 2) pravila ponašanja u pisanim medijima koja omogućavaju primanje uzoraka, besplatnih poklona ili atraktivno sniženih predmeta od trećih strana predstavnicima medija,
- 3) sukob interesa, kada je novinar zaposlen u medijima i kompaniji, instituciji, vladi ili odnosima s javnošću agencije,

²³Vilović, G., *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000.*, Zagreb, Politička misao, 2004

²⁴Tropina Godec, Željka: *Informiranost građana i slobodan pristup informacijama javnog sektora*, Hrvatska javna uprava, Zagreb, god. 9, broj 2, 2009., str. 323-340

4) pritisak od strane reklamnih odjeljenja medija na urednike u pogledu kojih vijesti iz kojih izvora da se pokrivaju i

5) finansijski i psihološki pritisak od strane izvora vijesti, kompanija i agencija za odnose s javnošću na medijima da prezentiraju informacije koje žele.

Novinari mogu doživjeti i izravne i indirektne pritiske u smislu kojih vijesti treba da se pokriju na tri različita nivoa: individualnom, unutar organizacijskom i interorganizacijski. Na interpersonalnoj razini, izvori vijesti mogli bi se ponuditi pojedincima koji rade u medijskom novcu, proizvodima i uslugama za povoljniju pokrivenost. Na intraorganizacijskoj razini, novinari doživljavaju pritiske svojih kolega u medijskim organizacijama, na primjer, od njih se može zatražiti od urednika, odjela za medijsko oglašavanje ili izdavača da pokrivaju ili zanemaruju aktivnosti oglašavanja u određenim kompanijama zato što te kompanije nisu kupile oglašavanje iz iste medijske kuće. Konačno, na međuorganizacijskoj razini novinari se mogu prisiliti da pišu ili ne pišu vijesti o određenim kompanijama, jer ove kompanije imaju ili nemaju formalne ugovore s medijima da pružaju informacijske usluge²⁵. Ovo je slučaj kada dvije neovisne institucije svjesno i formalno uključene u plaćenu informativnu saradnju uspostavljaju formalizirane odnose, koji osiguravaju dosljedno i pravilno izvještavanje o vijestima u medijima. Na osnovu teorijskog okvira medijske transparentnosti i empirijskih rezultata iz velikog broja zemalja, razvio se koncept neprozirnosti medija koji je antiteza transparentnosti medija. Neprozirnost medija određena je kao snažni skriveni utjecaj na nepristrasnost medija čija je uloga predstavljati vijesti.

Kasnije se javila klasifikacija slučajeva neprozirnosti medija. Konkretno, praksa neprozirnosti medija može poprimiti oblike utjecaja i kompenzacija. Utjecaji su namjerne akcije izvora vijesti koje proizvode efekte medija na postupke, ponašanje, mišljenja. Utjecaji se uglavnom dešavaju na međuorganizacijskom nivou. Na unutarorganizacijskom nivou vlasnici ili odjel za oglašavanje utječu na uređivačku politiku i sadržaj medija. Na međuorganizacijskoj razini druge institucije (ili izvori vijesti) vrše utjecaj na medije koji se iskazuju u medijskim sadržajima. Na osnovu empirijskih podataka identificira se pet vrsta utjecaja²⁶:

1) objavljivanje ili proizvodnja materijala u zamjenu za plaćeno oglašavanje;

2) prekrivanje oglasa kao redovni članak;

²⁵Martinović, Drago: Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokratije u jedini-cama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, dok-torska disertacija, 2014

²⁶Fuchs, C., (2010), Alternative media as critical media. *European J of Social Theory*, 13(2), 173–172

3) sukob interesa kada su novinari zaposleni u medijima i kompaniji, instituciji, vladi ili agenciji za odnose s javnošću;

4) pritisak medijskih odjela za oglašavanje na urednike

i 5) financijski pritisci iz vijesti, kompanija i agencija za odnose s javnošću na medije kako bi prezentirali informacije koje dolaze iz njih.

Naknade se definiraju kao nešto što je dano ili primljeno kao ekvivalent ponuđenim uslugama i proizvodima. Ovakav oblik prakticiranja neprozirnosti medija obično se događa na međuljudskoj razini, kada izvori vijesti utječu na određenog novinara kako bi se dobio povoljni publicitet. Definirane su dvije glavne vrste kompenzacija²⁷:

1) novčane nadoknade (ili gotovine za izvještavanje o vijestima) koje se mogu proizvesti u bilo kojem obliku plaćanja i

2) nemonetarne naknade, kada medijski praktičar ima koristi od odredbe proizvoda ili usluge, na primjer, pokloni, besplatan boravak u hotelu i sl. Ove novčane i nenovčane nadoknade mogu se formalizirati u obliku pisane politike koja ocrtava uslove prihvatanja tih naknada.

Prethodne studije medijske transparentnosti, gore spomenute, imaju tendenciju da normativno pristupe fenomenu transparentnosti medija: medijske prakse se istražuju sa stajališta bilo da čine ili ne krše formalno određene norme i profesionalni standardi. Većina ispitanih primijenila je metodu ankete za prikupljanje podataka o određenim pitanjima zatvorenog tipa. Pozitivistička priroda većine spomenutih studija imala je svoje prednosti. Prvo, pomoglo je da se uspoređi postojeća praksa iz stvarnog života (kako su ih navodili ispitanici) sa profesionalnim normama i etičkim idealima. Pored toga, pomoću istog instrumenta u mnogim zemljama je bilo moguće pronaći sličnosti u rezultatima iz različitih država i regija. Nesumnjivo je stavljanje normativnog koncepta u središte istrage učinkovito, jer omogućava ispitivanje postojećih praksi i razumijevanje načina na koji te prakse rade ili ne u skladu sa formaliziranim profesionalnim pravilima²⁸. Ona također daje globalni pogled na fenomen i pomaže u otkrivanju različitih makro socioekonomskih uzroka problema. Iako su prethodni empirijski

²⁷www.ipra.org Međunarodna udruga za odnose s javnošću

²⁸Fuchs, C., (2010), *Alternative media as critical media*. *European J of Social Theory*, 13(2), 173–172

radovi pomogli sagledati stanje netransparentnosti u cijelom svijetu i omogućili klasifikaciju mogućih utjecaja na medije, pružili su ograničene informacije o posebnostima novinarskih praksi u određenim zemljama i o tome kako pojedini praktičari te prakse doživljavaju i ocjenjuju.

Potrebne su dubinske kvalitativne studije koje bi istraživale etiku medijske prakse u različitim i specifičnim kontekstima i na temelju empirijskih podataka proširile razumijevanje fenomena transparentnosti medija. Temeljena na idejama otvorenosti i vidljivosti procesa donošenja vijesti, norma transparentnosti počiva na vrijednostima istinitosti, iskrenosti i uredničke slobode novinarstva. Normativna značenja transparentnosti izgrađena su na pojmu javnog interesa kao glavnog cilja medijske prakse. Konkretno, vidljivost, otvorenost i otkrivanje su neophodni da bi služili javnom interesu ili ostvarili javno pravo do sada i bili svedoci procesa donošenja vijesti²⁹. Ovdje transparentnost preuzima ulogu uslova za vjerodostojnu i odgovornu medijsku praksu i alat za uspostavljanje pouzdanih odnosa s publikom. Međutim, osim normativne dimenzije, ideja transparentnosti mogla bi imati svoje posebno značenje u stvarnoj medijskoj praksi

3. INDIVIDUALISTIČKI PRISTUP ETICI I TRANSPARENTNOSTI MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA

Pitanje „zašto se novinari ponašaju onako kako rade“ jedno je od najvažnijih u medijskoj etici. Medijska praksa je ljudski proces, a ljudski element naglašava etičnost svake osobe unutar organizacije masovnih medija i način na koji ona pristupa svojoj slobodi i svojoj odgovornosti radeći svoj posao. Iako se etika tradicionalno povezuje s pravilima i imperativima, u stvarnoj praksi etičke odluke nadilaze normativne koncepte i formalizirana pravila. To je također interni proces i lični izbor koji može ili ne mora odgovarati utvrđenim imperativima. U međuvremenu, novinar nesumnjivo pripada određenim medijskim i moralnim sistemima koji nameću svoja pravila i društvena očekivanja, a ujedno je i slobodna osoba s ličnim karakterom za donošenje originalnih izbora³⁰. Društvu može biti korisno što većina ljudi prihvata grupne standarde i ne postavlja pitanja, kao da bi svi novinari stalno postavljali pitanja o ispravnosti i pogrešnosti pravila, i i tradicionalni principi se ne bi donijeli. Taj bi pojam bio istinit za savršeno uspostavljena i stabilna društva koja teško mogu postojati u stvarnom svijetu.

²⁹Martinović, Drago: Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokracije u jedini-cama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, dok-torska disertacija, 2014

³⁰Vilović, G., Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000., Zagreb, Politička misao, 2004

Međutim, novinari u mnogim zemljama, a posebno u zemljama koje prevazilaze demokratske transformacije, rade u promjenjivim uslovima i trebaju se prilagoditi novim političkim, ekonomskim, kulturnim i tehnološkim prilikama i izazovima. Da bi to učinili moraju postavljati etička pitanja i tražiti odgovore. Cilj ovog poglavlja je sagledati medijsku etiku koja prelazi pravila i obaveze te joj pristupiti kao ličnim motivima i izborima. Takva perspektiva pomaže razrađivanju različitog, nenormativnog, razumijevanja medijske etike i fenomena transparentnosti medija utemeljenog na individualnoj etici. Da bi se to učinilo, potrebno je preispitati tekuće rasprave o normativnim i individualističkim pristupima etici, usredotočiti se na glavne pojmove egzistencijalnog etičkog rezonovanja i subjektivnu komponentu procesa odlučivanja u medijima, koji dosta doprinose teorijskom razumijevanju medijske prakse i medijske etike u ovom radu³¹. Na osnovu prethodnih radova o etici također se može pogledati kako unutarnja, individualna, uvjerenja upravljaju ličnim odlukama, utječu na profesionalno ponašanje.

3.1. Smjer etičke brige: normativna i individualna etika

Etičke odluke uvijek su oko izbora, a glavnu snagu u tom izboru čini etička briga: kada medijska osoba realizira opredjeljenje i promišljene odluke među alternativama. Postoje dvije glavne etičke škole koje objašnjavaju smjer etičkih briga novinara. Prva kaže da se novinar može voditi prvenstveno vanjskim društvenim pravilima ili običajima zajednice (normativnom ili komunitarnom etikom). U međuvremenu, drugi tvrdi da novinari prije svega temelje svoje odluke na unutrašnjim, ličnim perspektivama (individualna ili liberalna etika). Prvi svoje argumente grade na normativnim konceptima i kodeksima, tražeći profesionalnu saradnju, univerzalnu etiku i solidarnost. Podvlačeći društvene funkcije medija, komunitarni etičari pozivaju na univerzalna pravila koja trebaju biti zajednička u svim društvima i upravljati profesionalnim izborima. Iako komunitarna etika zahtijeva dogovor o zajedničkim pravilima, ona ograničava ličnu slobodu. Drugi naglasak ili etička orijentacija je liberalna. Ona traži maksimalnu ličnu autonomiju u etičkim odlukama. Ovdje se pojedinac i njegove vrijednosti stavljaju u središte etičkog sistema. Stoga se rasprave o normativnoj i individualnoj medijskoj etici često kreću u nužnost i vrijednosti etičkih kodeksa. S jedne strane, formaliziranje profesionalnih obveza, etički kodeksi odražavaju normativnu prirodu etike koja služi medijskom profesionalizmu i odgovornosti. Govori se o potrebi

³¹Vilović, G., *Medijska etika: preduvjet kvalitetnijem hrvatskom novinarstvu*, u: *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*, Zagreb, ICEJ, 2006

uzvišenosti, da ideali trebaju biti u središtu etike³². Dakle, propisivačka etika, piše, pomaže u skladu s mjerenjem i omogućava promjenu situacije na bolje.

Kodeksi korisni i potrebni masovnim medijima i društvu, jer pružaju standarde koji pomažu i javnosti i novinarima da razgovaraju, raspravljaju i mjere rad medija. Kodovi štite i masovne medije i svakog vježbača od nerealnih očekivanja, zahtjeva i kritika. Iako kodeksi grade etiku na temeljnom nivou, oni su puno manje efikasni na nivou svakodnevne životne prakse. U međuvremenu, kodificirana moralna pravila kritiziraju se zbog previše nejasnih riječi i općih pravila, rijetko apsolutnih i udaljenih od postojeće kulture i, stoga, pružaju malo ili nimalo smjernica praktičarima. Početkom dvadesetih godina Sjedinjenih Država bilo je pokušaja okupljanja normi profesionalnog novinarstva u jedan dokument.

Međutim, kodeksi nisu postigli logično jedinstvo filozofskog sistema-neki su bili samo popisi slabo povezanih načela. Etički kodeksi su impresivni, čak i inspirativni, ali imaju ograničenu vrijednost. Kodeksi masovnih medija mogu sugerirati nirvanu - jednolično primenjivu praksu, univerzalno prihvatljivu i primjenu - ali to nije moguće. Kodeksi imaju određeni utjecaj na medijske praktičare i prakse, ali zato što nisu ni univerzalno primjenjivi niti se mogu provesti, u najboljem su slučaju od ograničenog značaja. U praksi novinarski etički kodeksi mogu popraviti samo lagane etičke probleme, jer nisu dovoljno specifični, pošto se kodeksi obično upućuju novinarima, ne mogu se primijeniti na medijske korporacije, medijske menadžere i vlasnike medija³³.

Govoreći o ograničenoj vrijednosti kodova također se primjećuje da ne postoji dogovor da li kodeksi propisuju najviši ili najniži prihvatljivi standard prakse, dostižan ili idealan rad, mogu li osigurati potrebe medija za kvalitetom medija. Također je upitno koliko u potpunosti ta formalna pravila razumiju i prihvaćaju oni za koje se pišu. Stoga etički kodeksi obično daju samo općeniti i moralistički smjer. Međutim, pojedinačne vrijednosti i stavovi čine to na osnovu za neformalne norme i svakodnevne prakse, koje mogu biti ili konzistentne ili u neskladu s formalno kodificiranim normama. Međutim, moraju postojati neformalne norme i vrijednosti koje podržavaju i jačaju formalnu etičku politiku. Dugo su se proučavali faktori koji utječu na etičke odluke na

³²Vilović, G., Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000., Zagreb, Politička misao, 2004

³³Udovičić, Radenko., Internet – sloboda bez granica?, Media plan institut, Sarajevo, 2010

organizacijskom nivou i primijetili važnost kongruencije između formalnih etičkih kodeksa i neformalnih etičkih normi u utjecaju na percepciju. Naglašava se važnost neformalnih pravila i predlaže okvir za razumijevanje etičkog odlučivanja kojim su se bavile prethodne studije. Singer i Ashman proveli su etnografska istraživanja u britanskom Guardianu kako bi analizirali etičke konstrukte slobode i odgovornosti i razumjeli kako novinari pregovaraju o ličnoj i društvenoj etici u digitalnoj mreži³⁴. Na osnovu složene empirijske studije provedene u Kataloniji, Salvador Alsius i tim istraživača analizirali su zajedničke vrijednosti koje oblikuju i upravljaju ponašanjem novinara. Konkretno, otkrili su kako novinari povezuju normativne principe s profesionalnim odlukama i istražili su stavove i vrijednosti koje utječu na njihovu profesionalnu djelatnost.

3.2. Uloga normi u donošenju odluka

Etika je uvijek proces (ili radnja) moralnog rasuđivanja kroz koji se ljudi izražavaju, artikulišu svoje vizije, sklapaju moralne dogovore i uspostavljaju principe. Etika nije pasivan čin poštovanja niza pravila koja su predana. To je dinamična aktivnost zamišljanja novih normi i prilagođavanje starih principa promjenjivim socijalnim usčovima i ljudskim svrhama. Gledajući na etiku kao na izum, insistira na sposobnosti praktičara da konstruiraju konceptualne šeme, norme i testiraju njihove interpretacije u različitim kontekstima. Pojedinačni faktori (vrijednosti, uvjerenja, znanje, stavovi i namjere) su ključna sastavnica za moralno rasuđivanje i etičko odlučivanje³⁵. Etičko zaključivanje usko je povezano s iskustvom, učenjem i moralnim rastom. Moral je osnova etičkog ponašanja moralnih standarda i unutrašnjih principa koji ukazuju na najviši stepen moralnog razvoja pojedinca koji vodi etičkim djelima.

Prvi nivo moralnog razvoja naziva se pretkonvencionalnim i predstavlja rezonovanje koje se tiče vlastite dobrobiti: pojedinci se fokusiraju na neposredne posljedice svojih postupaka na sebe; imaju ograničene interese za potrebe drugih. Predkonvencionalni stadij također se naziva šema ličnog interesa, jer su lični interesi i kažnjavanje za nepravdu glavni razlozi radnji. Poslušnost pravilima i autoritetima je dobra uz prijetnju kažnjavanjem ili nagradama koje upućuju na utvrđivanje ispravnog i pogrešnog. Drugi nivo, konvencionalni, je definisan u skladu sa očekivanjima društva. Pravila i zakoni se prihvataju ne samo radi sebe, već i radi svih. Na ovom

³⁴Nuhanović, Asad: *Demokratija, mediji i javnost*, Promocult, Sarajevo, 2005

³⁵Vilović, G., *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000.*, Zagreb, Politička misao, 2004

nivou, obavljanje dužnosti i održavanje društvenog uređenja dominiraju u rezonovanju. Konvencionalno rezoniranje naziva se i šema održavanja normi, jer se poštuju pravila za održavanje društvenog poretka. Moralnost postupaka uspoređuje se sa stavovima i očekivanjima društva. Postkonvencionalna ili principijelna razina je treća i najviša razina. Na ovom nivou, univerzalni principi vode moralno rasuđivanje, a međusobno poštovanje postaje univerzalni princip. Dijeljeni moralni standardi i individualni principi savjesti su unutrašnji i temeljeni na mišljenju i prosuđivanju. Argumenti novinara na ovom nivou mogu biti³⁶: „Objavit ću ovu priču jer će to pomoći u sanitarnim uslovima u mom gradu“ (društvena korisnost) i „Slijedit ću svoje principe, za koje smatram da su pravedni. Moram reći istinu“ (pravda i dužnost).

Postoje tri glavna nivoa moralnog napretka: prvi nivo je instinkt, u kojem se pravilno ponašanje određuje temeljnim potrebama i instinktima osobe. Na sljedećem nivou običaja, ono što čovjeku čini ispravnim je ponašanje koje je u skladu s običajima različitih skupina kojima pripada. Na najvišem nivou, savjest, ponašanje odobrava agentov lični razvijeni sud. Savijest se razvija sopstvenim rasuđivanjem, nadolazeći se na običaj i instinkt. Razina prilagođavanja više je neracionalna i nefleksibilna od razine svijesti. Budući da je ritualistički i konformistički, moralnost čini manje vjerojatnom da će napredovati i prilagođavati se posebnim potrebama pojedinca ili posebne situacije. Etičke prosudbe pojedinca funkcija su ličnih procjena koje mogu biti deontološke i teleološke. Deontološki ili etički pristup zasnovan na dužnosti, koji je prvi ponudio Immanuel Kant, tvrdi da smo svi dužni da se ponašamo moralno kao jedini način da svoje dužnosti prenosimo drugima. Deontološka evaluacija uključuje razmatranja oko urođene ispravnosti ili pogrešnosti odluke. Prema deontološkom pristupu, djela etička / neetička po svojoj prirodi, a ne po svojim posljedicama, a odluke pojedinaca treba univerzalizirati, drugim riječima treba procijeniti jesu li prihvatljivi ako su svi bili da se odluka primjeni kao standardno ponašanje.

U međuvremenu, teleologija djelima pristupa njihovim posljedicama, a ne njihovom prirodom. Teleološka pozicija koju je razvio John Stuart Mill za razliku od Kantovog sistema tvrdi da moralna vrijednost djela leži u njegovim posljedicama ili da li on stvara zadovoljstvo ili sreću za one pogođene. Prema Milinovoj perspektivi, akcija se sastoji od četiri konstrukta³⁷:

(1) uočene posledice svake alternative za različite interesne grupe;

³⁶Vilović, G., *Medijska etika: preduvjet kvalitetnijem hrvatskom novinarstvu*, u: *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*, Zagreb, ICEJ, 2006

³⁷Vilović, G., *Medijska etika: preduvjet kvalitetnijem hrvatskom novinarstvu*, u: *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*, Zagreb, ICEJ, 2006

- (2) poželjnost ili nepoželjnost svake posljedice;
- (3) vjerovatnoća da će svaka posljedica utjecati na svaku interesnu skupinu; i
- (4) važnost svake interesne grupe

Može se zaključiti da deontološka i teleološka etička stajališta mogu biti iskazana pitanjima: Šta konkretno sudi kada se donosi presudu o djelu?, i procjenjuje li motiv akcije ili učinak koji djelo? Novinar koji prihvata kao maksimum da kaže istinu ili se upušta u izvještavanje o potpunom otkrivanju i osjeća etičku dužnost da se ponaša na ovaj način deontolog.

Drugi novinar može konstruirati priču tako da donosi najbolje posljedice umjesto da traži formalističku praksu govorenja istine. Ona ili on je, dakle, teleolog. Etičke prosudbe novinara o medijskoj praksi i transparentnosti mogu koristiti različite argumente. Stav koji se temelji na dužnosti bio bi naglašen na namjeri djelovanja i njegovom značenju u smislu univerzalnih načela; u međuvremenu, pozicija posljedica naglasila bi kvalitetu rezultata, ciljevima i utjecajima određenih praksi. Subjektivna vjerovanja novinara jedan su od četiri glavna faktora koji utječu na novinarsku odluku da objavi priču i kako je prikazati³⁸. Novinarstvo su često definira i kao lik karaktera, lik u ovom slučaju mora biti shvaćen kao individualni etos novinara koji uključuje individualne prosudbe novinara i obično je presudan u medijskoj praksi. Pojam dobrovoljnog izbora je presudan, a etika podrazumijeva intencionalnost u procesu donošenja odluka. Kad je izbor slučajno nenamjieran, etička prosudba komunikatora je besmislena. Individualistički pristup medijskoj etici naglašava novinare, subjektivni procesi donošenja odluka i lična etika³⁹. Pojedinačne vrijednosti medijskih vježbača oblikuju njihove etičke odluke, a medijska praksa rezultat je kombiniranih individualnih vrijednosti koje se temelje na životnom iskustvu, obrazovanju i interakcijama s drugima. Iako medijska etika ima veze sa standardima i praksama, mediji su sačinjeni od pojedinaca, a etička briga masovnih medija je etika pojedinaca i insistira na tome da trebamo razlikovati ličnu i društvenu odgovornost u novinarskoj etici. Većina novinara radi o percepcijama, zaključcima i presudama.

3.3. Egzistencijalno novinarstvo: sloboda izbora i lična odgovornost za radnje

³⁸Turčilo, Lejla., Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011

³⁹Vilović, G., Medijska etika: preduvjet kvalitetnijem hrvatskom novinarstvu, u: Utjecaj globalizacije na novinarstvo, Zagreb, ICEJ, 2006

Iako je novinare uvijek ujedinjuje jedan medijski sistem koji pruža zajednički kontekst, postavlja vanjska ograničenja i utvrđuje njegova pravila i obveze, oni ostaju slobodni djelovati u skladu s njihovim lučnim izborima i ostvariti svoje pojedinačne stavove. Ovom slobodom osobe stvaraju vrijednosti, izražavaju sebe i ispunjavaju svijet smislom: vrijednosti se stvaraju samo slobodnim činom ljudskog agenta koji ovo ili ono uzima kao dobro ili loše, lijepo ili ružno, u svjetlu svog nastojanja da daju značaj i poredak inače besmislenom svijetu. Stvari postaju vrijedne u kontekstu interesa, sklonosti i ciljeva ljudskih bića.

Živeći i radeći u različitim uslovima i suočavajući se sa ograničenjima, novinar ne gubi slobodu izbora, svoje pojedinačne kriterije izbora, svoju slobodnu volju i težnju za zadržavanjem autonomije. Radikalna sloboda koja omogućava pojedincu da stvari učini dragocjenim i ima smisla o svijetu oko sebe predstavlja glavnu ideju egzistencijalizma. Iako je izraz „egzistencijalizam“ stekao značajnost tek nakon drugog svjetskog rata, on opisuje uzbudljivo područjefilozofske škole i izvornog mišljenja koji su se pojavili u spisima Jean-Paula Sartrea, Martina Heideggera, Kierkegaarda, Mauricea Merleau-Pontyja, Alberta Camusa, Sorena Kierkegaarda. Egzistencijalisti drže slobodu kao središnju u ljudskoj i fokusiraju se na postojanje cjelokupnog bića svake osobe⁴⁰. Etika za egzistencijaliste mora biti lična, ona počinje s „individuom“, a ne sa „univerzalnom“, i stoga nema za cilj doći do općih istina: njeno insistiranje na ličnim uvidima kao jedinom sredstvu stvarnog razumijevanja podrazumijeva, što nije tvrdi da je objektivno znanje. Egzistencijalna sloboda prije svega znači slobodu biranja vrijednosti i stila života: „u nekom dubokom smislu definiramo sebe i ono za šta se zalažemo. Jedna od posljedica te radikalne slobode je da pojedinci moraju prihvatiti potpunu odgovornost za ono što rade i jesu i vjeruju. Ne postoji ni dobar ni eksterni standard dobra na koji se može pozivati, niti je za to krivo sociološko ili psihološko stanje. Sloboda se, dakle, ostvaruje kroz izbor; to je mogućnost mogućnosti, a izbor jednog načina djelovanja znači zatvaranje drugih mogućnosti. Dakle, prava priroda čovjekova života temelji se na izborima koje moramo donositi samo na onome što mi kao pojedinci stvaramo kao vrijednosti, to također znači odbijanje usklađivanja s društvenim vrijednostima, „ne pripadanje“ i „izvan“ nametnutih društvenih okvira⁴¹. Slijedeći tradicionalna i stvorena prema grupnim pravilima, novinari gube svoju egzistencijalnu slobodu i autentičnost.

⁴⁰Malović, S., (2004), Ima li granice slobodi medija?, Politička misao, Vol. 41, br. 1/2004

⁴¹Turčilo, Lejla., Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011

Za egzistencijaliste čovjek pravi sebe tražeći svoj put i tražeći svoju slobodu. Svaki pojedinac jedinstven u svom biću i na taj način izbjegava kategorizaciju u temeljnim ili univerzalnim vrijednostima. I sloboda i odgovornost za pojedinačne akcije čine čovjekovo jastvo (i čovjekovu stvarnost) na način koji osigurava stvarno postojanje, a ne budnost kroz život. Egzistencijalna etika stavlja lillnu odgovornost i za naše postupke i za tuđu slobodu. Biti slobodan znači zadržati odgovornost za tuđe slobode.

Sloboda pojedinca ovisi o slobodi drugih, a sloboda stavlja obavezu na slobodu drugih i garantuje slobodu drugih. Stoga egzistencijalna sloboda zahtijeva interni moral, a ne vanjsku etiku. Etika se odnosi samo na prethodno dani društveni sistem i socijalni kod, ograničenje o mojoj slobodi koja nije samoodređena, čak i ako internalizirana i individualizirana. Pravi moral, dakle, treba formalizaciju; to je stvar čisto slobodne volje, integriteta i dostojanstva pojedinca. Osoba shvata da živi u društvu u kojem drugi ljudi imaju istu slobodu i dostojanstvo, te su stoga moralni ljudi transcendentni, zajednička pravila, instinkti i strasti. Egzistencijalizam podvlači da novinari stvaraju vrijednosti u procesu svog rada. Ovim izborima oni pružaju svoje definicije vrijednosti i također se definiraju⁴². Medijska praksa je sredstvo novinarskog samoizražavanja i samozadovoljavanja. Proces stvaranja vijesti utječe na moralni karakter medijskog procesa. Ono što takvi ljudi komuniciraju je, u stvarnom smislu, ono što jesu. Oni su rado ili nezadovoljni, ne samo za koga pišu. Ono što rade kako bi ispunili svoje lične standarde ne utječu samo na vjerovanja i aktivnosti drugih, već, u vrlo stvarnom smislu, na samu suštinu vlastitih života. Svojim postupcima oni egzistencijalno čine svoj etički jaz. Stoga egzistencijalni okvir stavlja pojedinca u središte procesa odlučivanja; ne postoji nacrt onoga što pojedinačna medijska osoba može postati ili što treba učiniti, pojedinac sam odlučuje

3.4. Medijska praksa i transparentnost medija

Prelazeći pravila i normativne koncepte, egzistencijalizam i individualni pristup medijskoj etici omogućuju sagledavanje novinarske prakse na drugačiji način. Prvo, predstavlja etiku kao neprekidni proces u kojem medijski praktičari preuzimaju ulogu pojedinih moralnih agenata koji su uključeni u izgradnju i rekonstrukciju pravila, vrijednosti i okolnosti svog ponašanja. Također prebacuje raspravu o etici na razinu stvarne prakse i pojedinačnih odluka⁴³. Dakle, novinarstvo se sastoji od svakodnevnog izbora i preuzimanja odgovornosti za svaki od izbora; kroz ove izbore

⁴²Malović, S., (2004). Ima li granice slobodi medija?, Politička misao, Vol. 41, br. 1/2004

⁴³Tomić, Zoran., Odnosi s javnošću teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2000

medijski praktičari „doživljavaju svoju profesiju“ u društvenom, političkom, ekonomskom i kulturnom kontekstu, oni manifestuju svoju slobodu i ispunjavaju vanjske pojave zajedničkim značenjima.

Općenito, znanstvenici identificiraju i analiziraju novinarstvo na različite načine, na primjer, kao instituciju, profesiju ili kao tekst. Novinarstvo govori o ljudima koji donose odluke, a praktičari su slobodni da pronađu svoje razloge i obrazloženja za svoj izbor koji ostaju ili ne ostaju u skladu s formaliziranim pravilima. U egzistencijalnom značenju, novinari su ono što čine od sebe. Njihov moral je ono što se odluče učiniti, a njihovi principi su oni koje odluče djelovati. Transparentnost medija tada bi se mogla shvatiti kao fenomen konstruiran neprestanim izborima i značenjima vezanim za profesionalne akcije i odluke koje novinari donose dok doživljavaju društveni svijet i praksu. Kako novinari doživljavaju i razumiju prakse u koje su uključeni? Koja značenja se prema njima odnose i zašto se odluče ponašati onako kako rade? Ova pitanja postaju posebno važna kada medijsku praksu promatramo kroz leće individualne i egzistencijalne etike. Kroz ovu slobodu moralni agenti grade pojave u svojoj praksi i oblikuju svoje profesionalno ja. U međuvremenu, stipendija o normativnom ponašanju najzastupljenija je struka istraživanja, posebno u sociološkim studijama novinarstva Istraživanje medijske etike obično se koncentrira oko proučavanja koje vrijednosti trebaju pokretati dobro novinarstvo i kritizira se zbog očiglednog jaza između teorije i prakse na terenu⁴⁴. Budući da su etičke rasprave prečesto usredsređene na normativne standarde i najbolje prakse, malo se pažnje posvećuje etici novinara-načinu na koji se deontološke norme percipiraju i primjenjuju u svakodnevnoj medijskoj praksi; a još manje djela analiziraju etiku putem sistematskog istraživanja zasnovanog na podacima koji daju „glasove“ onima koji rade u medijima⁴⁵. Stoga se fokusiranje na individualnu savjest klasično zanemaruje, iako bi moglo biti posebno djelotvorno za razumijevanje unutarnje perspektive koju novinari u praksi dovode u etičke dileme.

Predstavnici medija igraju ulogu moralnih agenata čiji stavovi i vrijednosti oblikuju njihove profesionalne uloge i svakodnevne profesionalne akcije. Novinari primjenjuju lične vrijednosti i značenja u praktičnim situacijama i posebnim okolnostima. Iako etička pitanja mogu ostati relativno stalna s vremenom, temeljni principi se moraju razmotriti i preispitati na međunarodnom

⁴⁴Malović, S., (2004), Ima li granice slobodi medija?, Politička misao, Vol. 41, br. 1/2004

⁴⁵Tomić, Zoran., Odnosi s javnošću teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2000

i transkulturnom planu. Neki pojmovi prelaze kulturne granice; drugi ne. Čak i najosnovnija moralna pravila razlikuju se prema određenim okolnostima.

4. MEDIJSKI SEKTOR U BOSNI I HERCEGOVINI

1946. Josip Broz Tito, uz pomoć Sovjetskog Saveza, formirao je Saveznu narodnu republiku Jugoslaviju. Šest republika, od kojih svaka predstavlja različite etničke grupe, na kraju je sastavio naciju. Titovo autoritarno vodstvo držalo je naciju više od 30 godina. Međutim, Jugoslavenska federacija počela se raspadati nakon Titove smrti 1980. Bogate jugoslavenske republike Slovenija i Hrvatska proglasile su svoju neovisnost do 1991. Bosna, smještena u središtu nacije, bezuspješno je pokušavala proglasiti vlastitu nezavisnost 1992.god⁴⁶. Bosanski politički lideri, želeći proširiti svoj teritorij, mobilizirali su pripadnike svojih etničkih grupa i počeo je rat u Bosni i Hercegovini. Sukob je progutao Bošnjake (muslimane), bosanske Srbe (pravoslavce) i bosanske Hrvate (katolike), raselilo su oko 6 miliona ljudi, a broj mrtvih jos nikada nije utvrđen. Bošnjaci su pretrpjeli najveću štetu prvo ljudskim gubicima zatim svim ostalim. Stotine hiljada Bošnjaka protjerano je iz svojih domova.

U drugoj polovini 20. stoljeća Jugoslavija je bila postavljena kao uzorna multietnička država, ali danas su mnoge regije Jugoslavije koje su nekada bile etnički integrirane sada etnički očišćene. Bosanskohercegovačka regija dom je većinom Bošnjaka, Hercegovine teritoriju čine Hrvati, a Republika Srpska je gotovo u potpunosti srpska. Etničke manjine koje su nekad živjele u svakoj regiji sada su izbjeglice. Kontrola lokalne i regionalne vlasti nad medijima pridonijela je sumornoj ekonomskoj, socijalnoj i političkoj situaciji u regiji. Danas je privatizacija medija trend u mnogim evropskim i bivšim komunističkim državama. Međutim, kao što je Wilson utvrdio, zbog jedinstvenih društvenih, historijskih i ekonomskih faktora, svi medijski prelazi ne daju isti ishod. Mediji u bivšoj Jugoslaviji, a danas i u Bosni, igrali su važnu ulogu na društvenoj i političkoj sceni⁴⁷. Može se govoriti o medijskoj tranziciji u regiji prije, za vrijeme i nakon rata. Ona prati medijsku tranziciju od perioda Tita, preko nacionalističke propagande u ranim vremenima, do poslijeratnog razvoja nezavisnog, privatnog medija od 1996.god. do danas.

⁴⁶Robinson, G.J., *Tito's Maverick Media: The Politics of mass Communications in Yugoslavia*, University of Illinois Press, Chicago, 1977

⁴⁷Spahić, Besim: *Izazovi političkog marketinga; Deset godina poslije kao i prije deset godina*, Compact, Sarajevo, 2000

Tri medijske arene u Bosni i Hercegovini prekinuo je rat i gotovo uništio medijsku infrastrukturu. Proces vlasničke transformacije je obustavljen, a mnoge novine i televizijske stanice postale su propagandnim instrumentima vlasti i drugih centara moći koji su se konstituirali u rasparčanoj Bosni i Hercegovini. Emiteri iz Beograda i Zagreba takmičili su se na teritoriji Bosne i Hercegovine za interese svojih država. Tri radiodifuzna sistema, odvojena u tehničkom, programskom, pa čak i pravnom pogledu, pojavila su se na teritorijama pod kontrolom armija i vladajućih političkih stranaka tri naroda (Bošnjaka, Hrvata i Srba). Ova podjela ostavila je svoj trag na današnjoj organizaciji radiodifuznih sistema u Bosni i Hercegovini, posebno zato što je Dejtonski ustav Bosne i Hercegovine dao ovlasti u oblasti medija i informiranja entiteta i tako formalno spriječio središnja državna tijela da donose bilo koje zakoni u medijskom polju, što je tumačeno kao nemogućnost postojanja jedinstvenog državnog (javnog) emitera. Međunarodna zajednica je kasnije dala fleksibilnije tumačenje duha dejtonskog ustava, ali su nepotpuna, kompromitirana i nelogična medijska rješenja stvorena u Daytonu dugo vremena ometala integralni razvoj medija u Bosni i Hercegovini⁴⁸. U Republici Srpskoj funkcioniše samostalni medijski sistem koji se sastoji od Radiotelevizije Republike Srpske (koju je osnovala Skupština, ali pod utjecajem Vlade), mreže lokalnih emitera u vlasništvu općina i pod utjecajem lokalnih vlasti, te velikog broja privatnih (nezavisnih i alternativnih) emitera i novina, čijem uspostavljanju pomogla je međunarodna zajednica⁴⁹. Među njima su najeminentniji dnevni list „Nezavisne novine“, časopis „Reporter“, i Alternativna TV Banja Luka. Tokom dvije poslijeratne godine, emisije državne RTV Republike Srpske sa sjedištem na Palama kod Sarajeva, najvećeg uporišta nacionalizma, obiluju zapaljivim jezikom i antidejtonskom propagandom. Na sličan način ponašali su se vladine i političke stranke, te veliki broj lokalnih emitera u Republici Srpskoj. Političke promjene prema demokratizaciji, koje su u Republici Srpskoj započele 1997. godine, utjecale su na stvaranje demokratskijeg medijskog okruženja u ovom entitetu. Međutim, državne medijske kuće, u skladu s općim političkim konsenzusom u Republici Srpskoj, još uvijek su zadržane prema uspostavljanju jedinstvenog, otvorenog medijskog sistema u Bosni i Hercegovini. U Federaciji BiH još uvijek je prisutna podjela na ratne odnose na „bošnjačku“ i „hrvatsku“ sferu. Dva nepovezana radiodifuzna

⁴⁸Fejzić-Čengić, Fahira., *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*”, *Medijski dijalozi*, vol. 5, broj 13-14, Istraživački medijski centar Podgorica, 2012., str. 443-470

⁴⁹Sucic, D.S., *Bosnia's Three Separate Media Systems, Transition*, Vol.2, No.21, 18 October 1996a

sistema funkcionirala su do 1999. godine - RTV BiH u Sarajevu, pod nadzorom bošnjačkih vlasti, i sustav lokalnih emitera u Mostaru, koji je kontrolirala vladajuća hrvatska politička stranka HDZ.

Radiotelevizija BiH, iako je pravni nasljednik predratne RTV Sarajevo koja je nekada pokrivala cijelu Bosnu i Hercegovinu, tokom rata toliko smanjena u pogledu opreme, programa i kadrova, da je praktično postala rukom vladajućim Bošnjacima zabava. Iako je izašao iz zagrljaja stranke, RTV BiH nikada nije postao medij svih građana i nacija u Bosni i Hercegovini. U takozvanom hrvatskom dijelu Federacije, emiteri su bili produžena ruka HRTV-a Zagreb (Hrvatska radiotelevizija Zagreb) i hrvatskog režima. Medijska strategija vladajuće hrvatske stranke bila je da informativne potrebe hrvatskog stanovništva u Bosni i Hercegovini moraju biti zadovoljene u medijima iz Zagreba. Nacionalizam i politički pritisak koji je vršio HDZ ometali su osnivanje velikog broja neovisnih medija u područjima s hrvatskom većinom u Bosni i Hercegovini. Uzimajući u obzir da državni emiteri i dalje imaju najveći utjecaj, visoki predstavnik međunarodne zajednice u Bosni i Hercegovini iskoristio je svoje ovlasti i u srpnju 1999. godine donio odluku o restrukturiranju državnog radija i televizije u javni servis⁵⁰. Iako je odluka donesena sa zakašnjenjem i oštre su je izvele lokalne političke strukture, to je bio radikalni korak ka razbijanju prepreka u komunikaciji i izgradnji otvorene medijske scene u Bosni i Hercegovini.

U takozvanom bošnjačkom dijelu Federacije postojala je mala neovisna medijska scena tokom rata u većim gradovima poput Sarajeva, Zenice i Tuzle, kojima je međunarodna zajednica i uporno pomagala u miru. Radovi „Oslobođenje“ i „Večernje novine“ i časopisi „Dani“ i „Slobodna Bosna“ i danas ostaju važni nosioci slobodnog novinarstva. U Federaciji koja se sastoji od 10 kantona osnovana su tri kantonalna emitera - u Sarajevu, Tuzli i Bihaću. Svaka od ovih stanica oslanja se na vladajući lokalni centar. RTV BiH ipak ima najveći utjecaj. Odlukom visokog predstavnika, RTV BiH započeo je proces restrukturiranja čiji je cilj pretvaranje u dva emitera - javni RTV servis za cijelu zemlju i RTV Federacija BiH. U isto vrijeme kada je visoki predstavnik donio svoju odluku, Nezavisna komisija za medije (IMC - regulatorna agencija za televizijske stanice u Bosni i Hercegovini) zabranila je rad hrvatske televizije EROTEL sa sjedištem u Mostaru koja nije bila zakonski registrirana, što je stvorilo uvjete za uspostavu jedinstvenog javnog RTV sistema za cijelu Federaciju⁵¹. Vladajuća stranka bosanskih Hrvata nevoljko je prihvatila koncept

⁵⁰Fejzić-Čengić, Fahira., *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*”, *Medijski dijalozi*, vol. 5, broj 13-14, Istraživački medijski centar Podgorica, 2012., str. 443-470

⁵¹Spahić, Besim: *Izazovi političkog marketinga; Deset godina poslije kao i prije deset godina*, Compact, Sarajevo, 2000

federalnog radijskog i televizijskog emitera, ali nedavno je ponovo zatražila osnivanje javnog RTV servisa isključivo za Hrvate.

Nekoliko nezavisnih i alternativnih medija iz oba entiteta pokušali su probiti barijere koje su nametnuli političari („Slobodna Bosna“, „Dani“, „Front Slobode“, „Nezavisne novine“). Oni su započeli razmjenu članaka i programa. Pionirski naponi u distribuciji štampe po entitetskim linijama uložili su Media Plan i Soros Media Center iz Sarajeva uz podršku OSCE-a. Danas gotovo da i nema fizičkih ili političkih prepreka distribuciji štampe u cijeloj Bosni i Hercegovini, ali etnički podijeljena javnost već je navikla da kupuje i čita samo „svoju“ štampu. Sarajevske "Večernje novine" objavile su 1997. izdanje za Republiku Srpsku, ali nisu uspjele na svom tržištu. Novi pokušaj u oktobru 2000. godine napravile su banjalučke „Nezavisne novine“, koje su objavile jedno izdanje za cijelu Bosnu i Hercegovinu. Međutim, podjeli tržišta pogoduje nedostatak modernih i jakih distributivnih kompanija. U takvim okolnostima medijska arena u Bosni i Hercegovini u poslijeratnom periodu i dalje odražava etničku, teritorijalnu i političku podjelu zemlje. Iz toga proizlazi da su mediji i dalje pod pritiskom vladajućih rukovodstava, koji održavaju svoje monopole koristeći se svim raspoloživim sredstvima, uključujući prijetnje, ucjene, finansijsku ovisnost, pa čak i fizičku silu protiv neposlušnih medija.

4.1. Historijat medija u BiH

U ranim godinama Titove republike, medijski sistem Jugoslavije bio je po uzoru na sistem Sovjetskog Saveza. Pod Titovim socijalizmom, mediji su služili potrebama države. Novinari su bili zaposleni u državi, za državu i za zaštitu države. Iako je u bivšoj Jugoslaviji bilo nekoliko objektivnih izvora informacija, uključujući Glas Amerike i BBC, mnogi građani nisu posjedovali medijsku pismenost potrebnu za upoređivanje poruka državnih medija sa porukama međunarodnih medija. U zemlji, nekoliko medija, prije svega sarajevskog lista Oslobođenje, pokušalo je djelovati kao "istinski demokratsko medijsko poduzeće", ali građane u bivšoj Jugoslaviji nikada nisu učili kako biti razumni medijski potrošači. Nakon političkog raskida Jugoslavije sa Sovjetskim Savezom, došlo je do medijske tranzicije od autoritarnog modela štampe koju kontrolira centralizirani izvor, na decentraliziraniji medij koji je prešao iz državne subvencije na tržišnu potražnju, i štampa i emitovanje pretvoreni su iz vladinih institucija u autonomne zadruge⁵².

⁵²Sucic, D.S., Bosnia's Three Separate Media Systems, Transition, Vol.2, No.21, 18 October 1996a

Značajna sloboda štampe kojom je sadržaj filtriran niskim nivoom birokratske kontrole omogućila je medijima da komentarišu kulturna pitanja.

To je trajalo sve do kasnih 1950-ih. Međutim, nakon dvije krize (mađarske pobune 1956. i posljedni sovjetski odgovor i politička svađa između Tita i člana Centralnog komiteta Milovana Đilasa), jugoslavenski mediji počeli su ponovo slijediti put koji je podržao vladinu kontrolu nad sadržajem i tonom političkih informacija⁵³. Paradoks jugoslavenskih medija je objašnjen na način da su kao tranzicijski mediji morali su ispunjavati dvije naizgled nespojive funkcije: prenijeli su političke informacije kako ih vrh tumači, a ujedno su potaknuli ekonomski i kulturni komentar gledan sa dna.

U 1970-ima, kako se ekonomija širila, a profesionalizam u novinarstvu, Jugoslavija je doživjela male erupcije etničkog nacionalizma, a mediji su preuzeli ulogu vlade, a ne ulogu kritičkog promatrača. Iako je u Jugoslaviji bilo više slobode od ostalih istočno-europskih naroda, otkriveno da postoje neka područja koja nisu mogla biti pokrivena u jugoslovenskim medijima: neke stvari se ne mogu reći: osnovni komunistički sistem ne treba kritikovati; ne smije se poticati neprijateljska nacionalnosti Jugoslavije; strane intervencije ne smiju biti pozvane nepotrebnim kritikama Sovjetskog Saveza; a predsjednik Tito lično je iznad svih kritika. Jugoslovenski državni mediji prenijeli su propagandne poruke koje su podržavale državu i stranku. Uobičajeni programi uključuju vijesti i informacije o stranačkim liderima i vladinoj politici. Programiranje nikada nije bilo kritično prema vladi, iako se smatralo lošim, programiranje je pokazalo zajedništvo jugoslovenskog naroda, a ne fokusiranje na razlike. Građani su znali da mediji služe interesima države. Iako su ljudi obično prihvaćali poruke, nisu uvijek vjerovali izvoru. Takva ambivalencija nije neuobičajena u autoritarnim medijskim sistemima. Naprimjer mediji u Čileu iako pod kontrolom države trpe nisku vjerodostojnost, suprotno onome što sugeriraju teorije o malim medijskim efektima u autoritarnom političkom sistemu, ovisnost medija može imati značajan utjecaj na političku percepciju⁵⁴. Drugim riječima, čak i ako su građani nepovjerljivi prema izvorima poruka koje kontrolira država, kulturna ideologija koja stoji iza poruka bila je dio njihove svakodnevne egzistencije. Propaganda i nacionalizam vode u rat. Kada je Tito umro 1980. godine, Jugoslavija je započela sporo spuštanje u etnički sukob. Iako je revolving predsjedništvo

⁵³Robinson, G.J., *Tito's Maverick Media: The Politics of mass Communications in Yugoslavia*, University of Illinois Press, Chicago, 1977

⁵⁴ESI, *Reshaping International Priorities in Bosnia and Herzegovina: Bosnian Power Structures*, European Stability Initiative, Berlin-Brussels-Sarajevo, 14 October 1999

koje je uključivalo lidere glavnih etničkih grupa formulisano da minimizira napetosti, Jugoslavenska federacija je počela propadati.

Etnički lideri nastavili su koristiti medije pod kontrolom države u političke svrhe; samo je ovaj put politika poprimila zlobniji zaokret - etnički nacionalizam. Tokom rata u Bosni, koristili su se medije kako bi se motivirali pripadnici etničke grupe na rat. Mediji su korišteni za prikazivanje živopisnih priča o ratnim zločinima i žrtvama. U mnogim gradovima pod opsadom radio je postao dominantni izvor informacija i zabave. Koje su snage motivirale ljude koji su živjeli zajedno više od 40 godina da ubiju svoje susjede? Jedno objašnjenje bosanske tragedije može se naći u razumijevanju odnosa između propagande i nacionalizma. Vladina kontrola i manipuliranje medijima nisu samo doprinijeli raspadu bivše Jugoslavije, već su, što je još važnije, podstakli mržnju koja je dovela do nasilja⁵⁵. Dakle, jedna od posljedica nacionalističke propagande bio je genocid 1992–1995. Iako se termin propaganda koristio za označavanje procesa koji su dobronamjerni i zlonamjerni, izvorno se fraza odnosila na različite procese društvenog utjecaja koji su se kretali od suptilnog do otvorenog. Propaganda je višestruka pojava koja uglavnom zahtijeva institucionalnu mehanizaciju, legitimizaciju i podršku. Tokom rata u Bosni, srpska strana je koristila propagandu za mobiliziranje masovne publike. Ove poruke ne samo da su utjecale na ciljanu publiku, već su bile i uspješne kao oruđe zastrašivanja koje su uplašile etničke manjine koje žive u svakoj regiji. Jednom kada je propaganda počela upadati u medije i mobilizirati mase, etničke manjine su shvatile da je vrijeme da napuste svoje domove i potraže utočište na drugim lokacijama. Oni koji nisu otišli bili su prisiljeni od svojih domova ili su izgubili život.

Propagandne kampanje funkcioniraju duž dva karakteristična nastavka. Prvo, kratkoročna ili neposredna propaganda nastoji pobuditi publiku, pridobiti i održati pažnju i interes publike oslanjajući se na niz uvjerljivih strategija kao što su strah, krivnja ili nacionalno raspoloženje. Drugo, dugoročna propaganda najviše zanima stvaranje atmosfere u kojoj građani smatraju da su navedeni ciljevi propagande sinonim za njihove lične ciljeve. Jednostranačka i komunistička država su najbolji primjeri ove vrste propagande. Zaista se u Jugoslaviji država bavi eksplicitnim oblicima obrazovne kontrole i manipulacije⁵⁶. Država kontrolira prodajne prostore masovnih medija u nastojanju da građane održava i u stalnom stanju uzbuđenja i da ograniči izloženost konkurentnim ideološkim porukama. Ulažu se naponi da se ideološki usmjeri prema državnim

⁵⁵Sucic, D.S., Bosnia's Three Separate Media Systems, Transition, Vol.2, No.21, 18 October 1996a

⁵⁶ESI, Reshaping International Priorities in Bosnia and Herzegovina: Bosnian Power Structures, European Stability Initiative, Berlin-Brussels-Sarajevo, 14 October 1999

interesima, a također da se generira, manipulira i oblikuje karakter političkih indoktrinacijskih napora.

Državna kontrola medija omogućila je da se to događa u svim regionima Bosne i Hercegovine. Tokom raspada nacije, kada su etnički lideri preuzeli vlast u različitim regijama, mediji su bili pokretači za povećanje etničkih tenzija. Konačno, jednopartijske države često se aktivno uključuju u napore kako bi oblikovale i manipulirale obrazovanjem svojih građana tako da građane ne nauče kako se takmičiti za objašnjenje događaja ili kako biti izložen suprotstavljenim gledištima. Nacionalizam nije niti novi fenomen niti je jedinstven za Balkan. Čelnici u regiji, uključujući Tita, koristili su medije pod državnom kontrolom za širenje nacionalističkih osjećaja i propagandističkih poruka. Pregled teorijskih tretmana nacionalizma otkriva da postoje zajedničke osobine prisutne u većini teorija nacionalizma⁵⁷:

- nacionalizam kao priča;
- nacionalizam kao manifestacija ideologije;
- nacionalizam kao oruđe za mobilizaciju masa;
- nacionalizam kao jezička, a ne etnička identifikacija i
- nacionalizam kao kolektivno stvaranje ili reinterpetacija historije

Nacionalizam nije diskretna konstrukcija ili pojava, nacionalizam se odnosi na skup ponašanja i vjerovanja koji postaju najrelevantniji (i možda prepoznatljiviji) kada se pobune. S obzirom na tu dinamiku, nacionalizam zahtijeva uspostavljanje određenih sociopolitičkih struktura. Ideološke doktrine pružaju osnovu za identifikaciju i razlikuju se ovisno o regiji i grupi. Međutim, sve su karakteristike manje ili više prisutne u zavisnosti od stupnja iskorištavanja od strane elite. U predratnoj Bosni i Hercegovini nacionalističke doktrine komunicirale su se putem medija pod kontrolom države. Bošnjaci, bosanski Srbi i bosanski Hrvati bili su krivi što su historijsko prisvajanje koristili da podstaknu svoje zahtjeve za teritorijalnim i kulturnim suverenitetom. Treća karakteristika nacionalizma vrti se oko mobilizacije masa od strane pojedinaca, institucija i grupa. Svi se ljudi poistovjećuju s nekom skupinom (ima) i / ili državom; a svi pojedinci koji borave u granicama 'države' identificiraju se na nekom nivou nacionalistički sa svojom državom.

Međutim, za posjedovanje nacionalističke ideologije-one koja je dovoljno jaka da natjera nekoga da podrži ili brani državu ili ubije susede-zahtijeva da emocije, strahovi i osjećaji građana

⁵⁷Thompson, M., Forging War: the media in Serbia, Croatia and Bosnia-Herzegovina, Article 19, London, 1994

pobude ili pojačaju drugi (ili vanjskim događajima) dovoljno da ih natjeraju da djeluju u najboljem interesu države. Nacionalizam zahtijeva intervenciju drugog-katalizatora ili motivatora za uzburkavanje javnog raspoloženja. Nacionalizam nije nešto što se jednostavno dešava kada se ljudi uzbuđuju zbog svoje zemlje; to je nešto što se događa samo u određenim okolnostima i pod određenim uslovima-poput moćnog vođe koji okuplja istinske vjernike kako bi branio vjeru. Mora biti zajednička historija koja bi se trebala doživljavati kao zajednička zajednica komplementarnih navika i pogodnosti komunikacije. I hrvatski i srpski nacionalisti koristili su ovu strategiju da motiviraju mase. Na hrvatskim teritorijama čelnici su tvrdili da je katoličanstvo ugroženo zbog pravoslavne i muslimanske manjine. Na srpskim teritorijama, Milošević je 600. godišnjicu Kosovske bitke iskoristio da bi ugušio srpsku mržnju prema muslimanima⁵⁸. Ova strategija omogućila mu je da se podigne pred vodstvo svoje stranke i mobilizira Srbe za rat. Konačno, četvrta karakteristika nacionalizma je kolektivno stvaranje ili reinterpretacija historije. Službenahistorija jednog naroda temelji se na vjerovanjima i idealima koji prevladavaju u tom društvu.

Dozvoljena historija nacije, to je ona koja dobija široku podršku i koristi se za indoktrinaciju / obrazovanje mlade nacije, ukorijenjena je u istrošena vjerovanja o tome šta znači biti građanin nacije, a također i kako nacija se razlikuje od drugih naroda. Historija jednog naroda odražava i pozitivne asocijacije na to šta znači biti pripadnikom tog naroda, i na to šta znači biti neprijatelj. Obje verzije su perspektivne i ne odražavaju nužno istu historiju koju su naveli susjedi. Historija regiona napisana je kako bi se potvrdile određene grupe i ukidale druge. Na primjer, hrvatskoj djeci se govori o prošlim muslimanskim i srpskim zločinima nad njihovim precima, dok Srbi pričaju priče o koncentracionom logoru pod kontrolom Hrvata, koji je izvršio genocid nad Srbima tokom Drugog svjetskog rata⁵⁹. Sve grupe imaju razloga za etnički nacionalizam i za nepovjerenje drugima. Međutim, za rat u Bosni i Hercegovini nije kriv samo nacionalizam. Nacionalisti su se oslanjali na već uspostavljene propagandne mašine kako bi širili svoje poruke.

4.2. Medijska podjela BiH

Mediji u BiH odražavaju duboke podjele u zemlji. Decentralizirana država uspostavljena Dejtonskim sporazumom 1995. godine učvrstila je fragmentaciju entiteta na etničkoj i teritorijalnoj osnovi. U 25 godina od završetka rata, međunarodni akteri igrali su vodeću ulogu u izgradnji mira,

⁵⁸Udovičić, R., BiH – Zemlja sa djelomično slobodnim medijima: Ugrožavanje novinarskih sloboda u BiH, Media Plan Institute, Medijske Novosti br. 61, Sarajevo, 2000 (<http://www.mediaplan.ba>)

⁵⁹Thompson, M., Forging War: the media in Serbia, Croatia and Bosnia-Herzegovina, Article 19, London, 1994

stvaranju institucija i nametanju demokratskih reformi, uključujući uspostavljanje i podršku medijskim organizacijama, zakonodavstvom i regulatorima. Javni RTV sistem uključuje BH radio televiziju (BHRT) sa nacionalnim pokrivanjem i dva entitetska sistema, Radio-televizija FBiH (FTV) i Radio-televizija Republike Srpske (RTRS). Brojne lokalne TV i radio stanice financiraju se iz općinskih i kantonalnih budžeta. Glavno regulatorno tijelo za elektronske medije u državi je Državna regulatorna agencija za komunikacije (CRA) osnovana 2001⁶⁰. CRA, iako dizajnirana kao neovisno tijelo koje podržava intenzivno vanjsko medijska pomoć pati od sličnih pitanja s kojima se suočavaju i druge institucije i agencije na državnoj razini uspostavljene pod snažnim međunarodnim pritiscima - političke stranke na vlasti nisu uspjele imenovati svog novog direktora od 2008., dok se Agencija bori da zadrži svoju političku i finansijsku neovisnost.

Tek krajem 2015. vlada je imenovala novog direktora. Smatra se da je ovo imenovanje čisto politička odluka bez obzira na stručnost ili iskustvo. Glavno tijelo za samoregulaciju printanih i internetskih medija je Vijeće za štampu u BiH, koje je nastalo 2001. godine. U BiH postoje četiri profesionalna udruženja novinara, od kojih su neka jasno razgraničena po etničkoj pripadnosti. Udruženje BH novinari ima najviše članstva iz oba entiteta - Republike Srpske (RS) i Federacije BiH (FBiH) i Brčko distrikta. Također je grupa najaktivnija na pitanjima slobode štampe, zaštite novinara i profesionalnog integriteta. Broj medijskih organizacija u BiH visok je za zemlju koja je tako mala i siromašna kao BiH. Prema podacima CRA-e i Vijeća za štampu, BiH ima 189 emitera (145 radio stanica i 44 TV stanice), 9 dnevnih novina, 116 časopisa (sedmični, mjesečni, periodični) i osam novinskih agencija. Broj internetskih medijskih organizacija nije dostupan. Internetna penetracija doseže 72,41 posto stanovništva, prema CRA. Pametni telefoni postaju jedan od najvažnijih alata za pristup internetu. Mobilne telefone koristi 91,12 posto stanovništva, što je značajno povećanje u odnosu na ranije godine⁶¹.

4.3. Nastanak nezavisnih medija u BiH

U Bosni je nacionalizam stvorio poruke koje su razdvajale ljude po etničkoj osnovi. Politički lideri koristili su propagandu za širenje ovih poruka i ova kombinacija snaga doprinijela je ratu u Bosni i Hercegovini. Historija medija u BiH daje odličan primjer tragične kombinacije nacionalizma i propagande. Konačno, nakon četiri godine borbe i dugo očekivane intervencije međunarodne zajednice, sve strane u sukobu potpisale su Dejtonski mirovni sporazum 1995.god.

⁶⁰Mediji u BiH 2013. medijske slobode, profesionalizam i izazovi, 2013.
www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrasivanja/bih_medijske_slobode_mpr_2013.pdf

⁶¹www.cspi.ba Centar za slobodan pristup informacijama

Dejton je odredio važne slobode za građane, uključujući slobodu okupljanja, slobodu kretanja i zaštitu privatnog stanovništva, te vlasnike medija u regionu. Stvaranje medijskih sistema koji podržavaju demokratske principe nije novo. ⁶²U poslijeratnom Japanu, saveznici su masovne medije gledali kao na potencijalno važnu ulogu u pomaganju realizacije demokratije⁶³. Reforma emitovanja bila je jedan od glavnih ciljeva okupacije. Pojedini mediji u bivšoj Jugoslaviji su bili agenti revolucionarnih političkih promjena, nažalost mediji su i dalje bili uvučeni u ružnoću rata.

Danas, uz podršku međunarodnih organizacija, bosanski neovisni mediji nude alternativne perspektive državnim medijima. Nezavisne radio, televizija i izdavačke kuće sada služe mnogim regionima naroda. Međunarodna zajednica donirala je milione dolara za podršku neovisnim medijima i prirodno je pretpostavila da će novi mediji u BiH biti popularni, cijenjeni i vjerovani u njih. Ova pretpostavka nije potvrđena i možda je bila etnocentrična i naivna. Realnost je takva da neovisni mediji i dalje nose isti prtljag povezan s njihovim prethodnicima i često se ne doživljavaju kao vjerodostojniji izvori informacija od državnih medija. Za bosanske medije postoji manje nego optimistični izgledi za budućnost, jer zemlja još nije napravila težak prelaz ni na potpuno demokratski politički sistem, ni na slobodne medije. Danas vlada u Bosni i dalje kontrolira sadržaj većine državnih i općinskih radio-televizijskih mjesta. Međutim, uz pomoć međunarodne zajednice, sada postoji puno novih, komercijalnih medija. Komercijalni mediji, poznati kao neovisni, uključuju radio, televiziju i tštampu koji sada služe mnogim regionima zemlje. Ovi privatni mediji u početnoj fazi razvoja suočavaju se sa mnogim izazovima. Najizazovnije pitanje u razvoju neovisnih medija je ekonomija.

Visoka stopa nezaposlenosti ograničava mogućnost ljudi da kupuju robu široke potrošnje i što je još važnije za nezavisne štampane medije, nema novca za kupovinu novina ili časopisa. Isto tako, vlasnicima malih preduzeća nedostaju prihodi s kojima bi se mogli oglašavati sa lokalnim medijima. Mediji se takođe suočavaju sa uznemiravanjem regionalnih i opštinskih vlada koje kritiziraju. Novinari i urednici suočavaju se s fizičkim i imovinskim prijetnjama i često im je uskraćen materijal ili usluge potrebne za rad-električna energija, pristup radio frekvencijama, oprema, papir, tinta, štamparija. Izraz "neovisan" znači da su mediji neovisni o vladinoj kontroli nad sadržajem i tonom. Stvaranje nezavisnog medija je spori dugotrajan proces. Možda nije težak

⁶²www.media.ba Mediacentar Sarajevo

⁶³Thompson, M., Forging War: the media in Serbia, Croatia and Bosnia-Herzegovina, Article 19, London, 1994

zadatak inostrane pomoći od poticanja slobodne štampe⁶⁴. Zaista neovisnu štampu u finansijskom i uređivačkom smislu teže je stvoriti nego tržišnu ekonomiju, jer samopodržavajući medijski sistem zahtijeva preduslov slobodnog tržišnog sistema.

Bez sredstava za zarađivanje na svoj način oglašavanjem i ostvarivanjem dobiti, medij mora biti povezan sa posebnim interesima - poput vlade, stranke ili uskog poslovnog interesa. Razlike između medija i bosanskih država pod državnom kontrolom su jasne. Nezavisni mediji razlikuju se od državnih medija u smislu misije, obima, finansijske podrške, publike i implikacija na demokratiju. Misija neovisnih medija je izvještavanje o alternativnim perspektivama, izazov ili kritika vladinih službenika i doprinos demokratskom procesu. Obim nezavisnih medija je da pokrivaju teme koje državni mediji možda neće pokrivati. I finansijska podrška nezavisnim prodajnim mjestima je također drugačija od državnih medija. Nezavisni mediji u BiH moraju se osloniti na međunarodne donatorske organizacije, i iako im to može pružiti potrebnu finansijsku pomoć potrebnu za postizanje njihovih ciljeva, finansiranje se mora redovito obnavljati, a sve zahtjeve mora odobriti organizacija donator. Proces finansiranja nezavisnih medija direktno je povezan sa sposobnošću organizacije da pokaže kako će njihovi naponi služiti mirovnom procesu. Upravo su posljednje dvije razlike između neovisnih i državnih medija - publika i implikacije na demokratiju - možda najbolje razlikovanje ova dva. Danas postoji puno više alternativnih mjesta za informacije⁶⁵. Primarna publika za nezavisne medije uključuje one koji traže alternativne perspektive. Odnosno, služi onim ljudima koji su svjesno promijenili svoj odabir slušanja, gledanja ili čitanja.

Državni mediji i dalje služe onima koji su vjerni stranačkoj liniji i čija su stajališta konvergentna s vladinom politikom i stavovima. Što se tiče implikacija za demokratiju, nezavisni mediji su u središtu demokratskih procesa jer omogućuju da se čuju alternativni glasovi. Budući da državni mediji podržavaju provladine stavove, opozicioni kandidati i stranke imaju malo mogućnosti za pošteno ili detaljno izvještavanje. Nezavisni mediji daju alternativne glasove političkim liderima koji pozivaju na različita tumačenja događaja. Iako se razlike između državnih i neovisnih medija čine jasnim, stepen neovisnosti u kojem mediji uživaju različit je⁶⁶. Konvergencija ideala između neovisnih medija i opozicionih političkih stranaka može utjecati na

⁶⁴Strategija razvoja informacionog društva u BiH, Vijeće ministara BiH, 2004., www.undp.ba/upload/publications/Strategija/razvoja/

⁶⁵Martinović, Drago., Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokracije u jedinicama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, doktorska disertacija, 2014

⁶⁶Mediji u BiH 2013. medijske slobode, profesionalizam i izazovi, april/travanj 2013. www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrazivanja/bih_medijske_slobode_mpr_2013.pdf

sadržaj medijskih poruka. Naprimjer, u Republici Srpskoj, lider opozicije i potpredsjednik vlade, Dodik je pomogao finansirati stvaranje Nezavisnih novina, popularnog srpskog lista.

Iako Dodik ne vrši nikakvu kontrolu nad uređivačkim sadržajem i tonom, njegova financijska podrška najvjerojatnije je utjecala na izvještavanje o njegovim politikama i stavovima. Uz podršku međunarodnih vijesti i humanitarnih organizacija, bosanski neovisni mediji nude drugačije perspektive od državnih medija. Za televiziju, Otvorena mreža emitiranja aktivna je u preko desetak urbanih područja. Ovaj labavi odnos stanica članica omogućava mnogim stanovnicima da imaju alternativna stajališta o lokalnim, regionalnim i međunarodnim vijestima. Pored toga, stotine malih radio stanica, neke od kojih emituju veoma mali lokalni prostor, a neke sa snagom koja pokriva gradove s obje strane međuentitetske granične linije pojavile su se kao neovisni medijski izvori. Mnogi primaju programsku podršku od Glasa Amerike, BBC-a i Radio Deutsche Welle-a. Novine i časopisi sada se distribuiraju u gotovo svim geografskim oblastima oba entiteta. Pojavile su se provokativne dnevne novine poput Oslobođenja u Federaciji BiH i Nezavisnih novina u Republici Srpskoj. Sedmični časopisi kao što su Svjet i Dani u Federaciji i Reporter u Republici Srpskoj također pružaju alternativne perspektive⁶⁷. Također su se pojavile i autohtone vijesti o vijestima. Usluge poput AIM, ONASA i FLASH distribuiraju lokalne, regionalne i međunarodne vijesti na sve vrste medija. Što se tiče medijskog obrazovanja, bosanskohercegovački novinari mogu učiti iz projekta Soroš Otvoreno društvo, INTERNEWS te konferencija i seminara organiziranih putem fakulteta novinarstva na Univerzitetu u Sarajevu. Nezavisni bosanski mediji igraju kritičnu ulogu u političkom, društvenom i ekonomskom razvoju u regionu.

Oni su i promatrači i učesnici u procesu civilnog društva. Mediji su postali dio procesa demokratizacije; ipak kao novinari moraju i dalje izvještavati o političkoj i društvenoj sceni radi svoje publike. Nezavisni mediji nisu samo sredstvo za javnu komunikaciju, već su i alat za spajanje skupina istomišljenika kako bi artikulirali potrebe, pritiskali vladu i predstavljali glasove izoliranih interesa i grupa. Prema tome, funkcija medija bosanske neovisne medije stavlja izravno u središte izgradnje civilnog društva. Prelaz s medija pod državnim nadzorom na neovisne medije dug je put. Jakubowicz je kritički ispitao medijske tranzicije u istočnoj Europi i identificirao nekoliko procesa koji utječu na razvoj medija u postkomunističkim sistemima⁶⁸. U ranim danima medijske tranzicije, nacije moraju ukloniti institucionalnu i individualnu kontrolu nad medijskim sadržajem, stvoriti

⁶⁷Martinović, Drago: Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokracije u jedinicama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, doktorska disertacija, 2014

⁶⁸Jakubowicz, K., Media Legislation as a Mirror of Democracy, Transition, Vol.2, No.21, October 1996

komercijalizaciju, poticati specijalizaciju i uspostaviti načine internacionalizacije medijskog sadržaja. Razvoj bosanskohercegovačkih medija zaostaje za ostalim istočnoeuropskim narodima koji su nastali iz komunizma.

4.4. Neadekvatan profesionalni razvoj

Nema tradicije novinarstva od javnog interesa. Većina novinara u BiH nema osjećaj da imaju posebnu društvenu odgovornost i da novinarstvo kao profesija igra važnu ulogu kao četvrto imanje. Razlozi su povijesni, politički i društveni. Mnogi novinari smatraju slobodu govora kao slobodu ne provjeravanja činjenica. Budući da novinari ne vide svoj rad kao sredstvo za poboljšanje svog društva, priče koje odaberu da pokrivaju imaju tendenciju prema senzacionalnim pričama, uključujući velika imena, slavne ličnosti i tračeve. Budući da se mainstream mediji osjećaju pod pritiskom da promoviraju određene političke i ekonomske interese, oni ne biraju priče koje bi mogle utjecati na pozitivne promjene za društvo u cjelini. Nema poticanja na inovacije. Možda su najbitniji preduslovi za profesionalno novinarstvo zapadnog stila snažan osjećaj radoznalosti i želja. Informatori medijskog menadžera bili su podijeljeni oko toga mogu li se novinari roditi samo s tako dubokim ličnim kvalitetama, poput empatije ili može li se te osobine podučiti⁶⁹. Kulturološki, pojedinac nije pokretački motor bh. društva, jer tradicionalne vrijednosti uzdižu prava i interese grupe iznad pojedinca i kompliciraju razvoj modernog novinarstva u javnom interesu. U takvom okruženju se rijetko potiče kreativnost i preduzimanje.

Glavne profesionalne organizacije zadužene za podsticanje profesionalizma u medijima su BH novinari i Vijeće za štampu. BH novinari zastupaju interese novinara; Vijeće za štampu je samoupravno tijelo u industriji. Iako su mnoge institucije i medijske organizacije u BiH podijeljene na etničke i političke podjele, ove dvije organizacije pokušavaju doći do važnih dionika i korisnika u cijeloj zemlji⁷⁰. Obje su institucije, međutim, drastično ograničene u svojoj učinkovitosti jer imaju nepouzdanu izvore prihoda.

Djelomično financiran od strane stranih donatora i članarinama, teška socijalna i ekonomska situacija većine novinara u BiH znači da mnogi članovi nisu u mogućnosti redovno plaćati. Uspostavljanje suparničkog Nezavisnog saveza RS-a oduzelo je i dio njegovog članstva.

⁶⁹Mediji u BiH 2013. medijske slobode, profesionalizam i izazovi, april/travanj 2013.
www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrazivanja/bih_medijske_slobode_mpr_2013.pdf

⁷⁰IREX ProMedia, At Risk: Political Intimidation of Journalists and Their Media in Bosnia and Herzegovina - Sources, Effects and Remedies, Draft Discussion Paper by IREX ProMedia, Sarajevo, 10 July 2000

Novinari informiranih izvijestili su da njihovi konkurentski mediji tako često krađu njihove priče bez pripisivanja ili naknade da ih često ne ostavlja dojam. Problem je višestruk; dijelom je etička i zakonodavna, a dijelom posljedica slabosti vladavine zakona. U rijetkim slučajevima u kojima novinari demonstriraju kvalitetno novinarstvo i inovacije. Loše obrazovanje na novinarstvu na univerzitetkom nivou⁷¹. Kursevi novinarstva u BiH na nivou univerziteta potpuno su apstraktni i teorijski, te potpuno irelevantni za praksu novinarstva. Osnove propagande, Retoriku i kulturu govora. Čak se i teorija koja se uči često smatra anahronom. Studenti novinarstva imaju malo mogućnosti naučiti bilo kakve praktične novinarske vještine izvan stažiranja koje se organizuju sa medijima izvan univerziteta. Programi novinarstva u BiH na univerzitetkom nivou neadekvatni. Oprema je zastarjela. Na čisto tehničkom nivou, sami novinari iz BiH rekli su da njihov rad zaostaje za ostalima u regionu. Veliki dio opreme za proizvodnju i distribuciju vijesti je zastario. Mnoge lokalne televizije u BiH i dalje koriste opremu iz 1980-ih. Tehnički jaz između BiH i ostatka regije i uzrok je i posljedica niskih standarda medijskih organizacija, lošeg upravljanja i nedostatka resursa.

Jaz je posebno vidljiv između javnih medija i privatnih emitera, poput Al Jazeera Balkan i N1, koji su uložili u modernu tehnologiju, integrirali redakcije i kontinuirano usavršavali svoje osoblje⁷². Na primjer, kompanija N1 uložila je tri milijuna eura u opremanje svoja tri regionalna studija u Sarajevu, Zagrebu i Beogradu. Nedostatak kvalitetnih mogućnosti za praktičnu obuku. Većini novinara u BiH nedostaju savremene vještine izvještavanja i potrebna im je obuka, zaostaju u odnosu na svoje vršnjake u regiji, u pogledu tehničkih vještina i kvaliteta medija koje proizvode. Ekonomski pritisci slobodnog tržišta i posebno slabost ekonomije BiH, u kombinaciji s globalnim previranjima u medijskoj industriji i ozbiljnim smanjenjem redakcije, znače da medijskim organizacijama BiH danas nedostaje kadrova, vremena i resursa za ulaganje u savremenu obuku. Međunarodna zajednica, uključujući USAID, uložila je značajne resurse u obuku u posljednjih 20 godina. Međutim, medijske organizacije u BiH oštro su osjetile povlačenje donatorske podrške tokom posljednjih 10 godina, što je rezultiralo smanjenjem broja mogućnosti obuke. Pored toga, ne do sada svi trenirani donatori se smatraju suvremenim i korisnim. Nedostatak redovnog praćenja poštivanja medija profesionalnim standardima. BiH je jedina zemlja u regiji u kojoj regulatorni organi ne analiziraju rutinsko izvještavanje o medijima i izvještavanje o njima. Samo nekoliko organizacija, instituti za medijska istraživanja i platforme za nadzor, poput analizraj.ba i Analitika,

⁷¹Tajić, Lea: Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u Bosni i Hercegovini, Sarajevo, 2013

⁷²IREX ProMedia, At Risk: Political Intimidation of Journalists and Their Media in Bosnia and Herzegovina - Sources, Effects and Remedies, Draft Discussion Paper by IREX ProMedia, Sarajevo, 10 July 2000

prate poštivanje medija. Postoji potreba za stalnom podrškom kako bi se shvatilo da li medijske organizacije odgovaraju standardima profesionalnog novinarstva. Uz to, potrebno je istraživanje o temama koje se najviše pokrivaju, a koje nedostaju; da se procijeni opća kvaliteta najistaknutijih radio i internet medija; i identificirati primjere dobre / loše prakse⁷³. Da bi mediji mogli biti obračunski, regulatori trebaju pažljivo pregledati sadržaj koji proizvode najistaknutije medijske organizacije. Takvi izvještaji pomogli bi donatorima, članovima medijske zajednice i profesionalnim udruženjima, kao i uredništvima i osoblju potencijalnog čvorišta projekta da prilagode svoju podršku na temelju dokaza.

4.5. Nedostatak medijske obrazovanosti

Javnost je apatična i ne zna kako komunicirati sa medijima. Nedostaje istraživanje koje bi tačno pokazalo navike potrošača medija u BiH, nivo njihovog kritičkog razumijevanja medijskih sadržaja i kvalitetu medijskog obrazovanja.

Međutim, nekoliko medijskih istraživanja o ovoj temi iz utvrdilo je da je javnost uglavnom apatična: oni ne reaguju na nijednu prelomnu priču; ma koliko novinarstvo bilo čvrsto, uglavnom zato što ne vjeruju da će njihove reakcije imati utjecaja ili će ih donosioci odluka uzeti u obzir. Ispitanici u novinarima rekli su da malo građana BiH kritički razmišlja o medijskim sadržajima. Mnogi ljudi i dalje vjeruju onome što čuju ili čitaju u medijima. Istraživanje koje su u 2015. napravili BH novinari pokazalo je da 80,6 posto građana BiH vjeruje medijima, što je mnogo više od bilo koje druge institucije (vladine, vjerske i sl.)⁷⁴. Ne postoji istraživanje o medijskoj javnosti u BiH, ali zasnovano je na nedavnim izvještajima i terensko istraživanje među mladima u BiH i njihovu percepciju na medije i medijske poruke, postoje najmanje tri različita načina dekodiranja medijskih poruka. Prvi način je pasivno prihvaćanje svega što mediji služe i što odgovara etničkoj i političkoj pripadnosti-ljudi će vjerovati "svojim" medijima i neće dovoditi u pitanje pouzdanost sadržaja i izvora. Drugo je potpuni otpor većini stvari koje mediji služe i odražavaju opće nezadovoljstvo stanjem medija u BiH. Treći i složeniji način je pregovarački način-primatelji medijskih poruka trošit će više od jednog izvora medija i kritički će se temeljiti na sadržaju, poruci i glasovima. Posljednji način je u uskoj vezi s najvažnijim vještinama i alatima koji se odnose na medijsku pismenost. Medijska pismenost nije dio obrazovnih programa od rane dobi. Uprkos sve većem razvoju novih tehnologija i sve većoj ulozi medija u društvu, ne postoji adekvatna javna rasprava o pitanjima koja se tiču medijske pismenosti⁷⁵. Kad postoje rasprave i

⁷³Tajić, Lea: Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u Bosni i Hercegovini, Sarajevo, 2013

⁷⁴Pejanović, Mirko: Politički razvitak BiH u postdaytonskom periodu, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2005

⁷⁵Tajić, Lea: Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u Bosni i Hercegovini, Sarajevo, 2013

inicijative, oni ne uključuju mnoge aktere poput predstavnika nadležnih ministarstava, regulatornih tijela, industrije, akademske zajednice ili NVO sektora.

Analiza zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za osnovne škole pokazala je da se medijsko obrazovanje ne pojavljuje kao poseban predmet. Analiza Univerziteta u Sarajevu utvrdila je: „Medijsko obrazovanje nije adekvatno ni u kvantitativnom i u kvalitativnom smislu u nastavnim programima u BiH. Očito je da se glavni fokus stavlja na analizu medijskih sadržaja u smislu razumijevanja medijskog jezika, a aspekti pristupanja medijima, kritička procjena medijskog sadržaja i razvoj kompetencija za komunikaciju putem medija se zanemaruju. Zajednička jezgra nastavnih planova i programa ne navodi nijednu kompetenciju koja bi se trebala razvijati kroz medijsko obrazovanje i medijsku kulturu. Međutim, oni su navedeni u svakom nastavnom planu koji se koristi u školama.

Agencija za predškolsko, osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje, Odjeljenje za obrazovne standarde i postignuća učenika u predškolskom, osnovnom i srednjoškolskom obrazovanju odgovorna je za uspostavljanje, nadzor i razvoj standarda u tom pogledu.

4.6. Percepcija sigurnosti i povjerenja građana u medije

Većina građana u poslijeratnim godinama nije bila zadovoljna medijima u BiH, iako kasnije dolazi do blagog porasta zadovoljstva u odnosu na prethodne godine u Federaciji BiH. Zadovoljstvo građana raste sa laganim fluktuacijama od 2009.god. Ista situacija otkriva se i u Republici Srpskoj, gdje se zadovoljstvo kontinuirano povećava od 2009. godine. Međutim, vrijedno je spomenuti da je ove godine zabilježeno zadovoljstvo ispitanika sa medijima i novinarima u Republici Srpskoj u poređenju sa do 2017. Naime, u ovom entitetu zadovoljstvo medijima u posljednje dvije godine je poraslo, ponajviše 2010. godine, kada je 30% ispitanika bilo nezadovoljno radom medija. Istu godinu obilježili su i najzadovoljniji građani u Federaciji Bosne i Hercegovine, u to vrijeme 33%. Ispitanici u Federacijama s velikom dozom nepovjerenja prate medije u Republici Srpskoj, iako se vidi lagano povećanje povjerenja. Broj nezadovoljnih građana u Federaciji radom medija i novinara u Republici Srpskoj neprestano se povećava od 2009., da bi svoje nezadovoljstvo dostigao vrhunac u 2013. godini, kada je broj nezadovoljnih ispitanika premašio broj zadovoljnih. Naime, u Federaciji BiH te je godine bilo čak 53% nezadovoljnih ispitanika prijavljivanjem medija u drugom entitetu⁷⁶. Ali od tada, razina zadovoljstva neznatno porastom ove godine dosegla je gotovo 60%. Kada je riječ o praćenju medija u Federaciji među

⁷⁶www.cspi.ba Centar za slobodan pristup informacijama

građanima Republike Srpske, od 2015. godine svjedoci smo kontinuiranog povećanja broja nezadovoljnih načinom na koji izvještavaju federalni mediji (povećan je sa 21% -2015 na 35% -2017). Republika Srpska je također primijetila pad zadovoljstva potrošača medijskim sadržajima u izvještavanju svojih medija i novinara. Naime, broj nezadovoljnih povećao se sa 23% (2016) na 31% (2017). Inače najveće nezadovoljstvo vlastitim medijima u Republici Srpskoj zabilježeno je 2011. godine (samo 15% nezadovoljnih). Trenutni nivo nezadovoljstva je otprilike na nivou 2009. sa manjim oscilacijama⁷⁷.

Inače, građani Federacije bili su najviše nezadovoljni svojim medijima u 2009. i 2010. godini (oko 30% nezadovoljnih), na samo 18% u 2011. Od 2011. do 2013. godine došlo je do porasta nivoa nezadovoljstva, koji je tada malo stagnirao da se ponovo poveća u 2016. godini. Sudeći po odgovorima anketiranih građana, sloboda nije osnovno obilježje medija u Federaciji BiH, niti u Republici Srpskoj posljednjih deset godina.

Naime, broj ispitanika u oba entiteta koji smatraju da sloboda medija u Federaciji nije dovoljna je 79%. Međutim, postoji uvjerenje da je sloboda medija u Federaciji djelomično djelić onih koji vjeruju da nema dovoljno medijskih sloboda od 86% prošle godine do 74% u Federaciji i od 81% do 72% u Federaciji BiH. Republika Srpska. Pokazatelji proteklih godina bili su prilično ujednačeni i od 2013. godine je broj ispitanika koji vjeruju da nema dovoljno medijske slobode bio iznad 80%. Kada su u pitanju medijske slobode u Republici Srpskoj, građani RS-a uvjereni su da su se medijske slobode povećale (broj onih koji misle da nema dovoljno medijskih sloboda smanjio se od prošle godine - za 86,5% 2016 na 71,6% u 2018.), dok je u Federaciji broj ispitanika koji misle da u RS-u nema medijskih sloboda porastao sa 79% u 2016. na čak 91% u 2018. Inače, kontinuirano povećavamo ovu percepciju u Federaciji od 2014. dok je u RS zabilježen rast u 2017. i pad ove godine⁷⁸. Dakle, građani Federacije daleko su kritičniji prema medijima u entitetu Republike Srpske nego prema njihovim. Politička i finansijska ovisnost su dvije glavne prepreke slobodnom medijskom radu u BiH, prema odgovorima ispitanika. U posljednjih nekoliko godina, povećao se broj onih koji političku ovisnost vide kao veliku prepreku radu medija, a ove je godine premašio prag za 2012. godinu. kada je takvo mišljenje dijelilo 50% ispitanika. Ove se godine broj kritičara političke ovisnosti povećao za 10% u odnosu na prošlu godinu, a broj onih koji misle da je ključna prepreka finansijska ovisnost više se nego udvostručio. Naime, opća klima u zemlji stalno je na trećem mjestu izazova slobodi, praćenom nedovoljnom profesionalizmom i neadekvatnim zakonskim okvirom. Građani Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske dijele svoje

⁷⁷www.cspi.ba Centar za slobodan pristup informacijama

⁷⁸www.media.ba Mediacentar Sarajevo

pogleda na prepreke slobodi u BiH. Za grupe koje imaju najveći utjecaj na rad medija u BiH, građani od početka smatraju političarima i političkim strankama. Prema mišljenju građana, njihov utjecaj bio je najizraženiji u 2015. i 2016. u vremenu dok je eksponencijalno porastao, da bi ove godine bio nešto manji, ali ipak najdominantniji (65,4%). Međutim, broj onih koji vlasnike i urednike medija smatraju odlučujućim faktorom u radu medija i kreiranju medijskih politika u BiH raste (2015 –11,6%; 2016–16% i 2017–23,8%)⁷⁹.

Slično je došlo i do percepcije faktora promjene u smislu utjecaja međunarodne zajednice koja se do 2013. smatrala jednim od kreatora medijske politike. Njen utjecaj na percepciju građana posljednjih godina je minimiziran ili uopće nije doživljen, kao što je to slučaj sa konsultacijama ove godine u Federaciji BiH. Kako se utjecaj vlasnika i urednika medija povećao u posljednje četiri godine, utjecaj privrednika i poslovnih ljudi, , dosegao je vrhunac u 2013. (oko 15%) i dostigao 7,6% na nacionalnoj razini nivo danas. Ispitanici iz Republike Srpske imaju izvore utjecaja na rad medija u BiH. Primjećujemo značajan porast broja onih koji vjeruju da su vlasnici i urednici medija ti koji uzimaju medijsku politiku u svoje ruke i protjeruju međunarodnu zajednicu i ljude iz poslovnog svijeta iz njihove zone utjecaja. Sa time se slaže sa gotovo 24% ispitanika u Federaciji i 25% ispitanika u Srpskoj, što je dvostruko povećanje u odnosu na 2013. Ispitanici u Republici Srpskoj i dalje daju međunarodnoj zajednici moć da utječe na rad medija, ali drastično je smanjeno u odnosu na prethodne godine (12% -2011; 4% -2018 i 0,5% -2019)⁸⁰. Političke stranke se smatraju i glavnim kršiteljima prava i prava medija i sloboda medija, prema svim rezultatima istraživanja. Broj ispitanika koji tako misle u Republici Srpskoj iznosi 70%, dok je broj njihovih istomišljenika u Federaciji BiH manji od 10%. medija, kao sljedećeg najvećeg prekršitelja novinarskih prava i medijskih sloboda, dok je u Republici Srpskoj takva percepcija svedena na minimum. Važno je napomenuti da se broj onih koji popisuju urednike i vlasnike u negativnom kontekstu novinarskih prava i sloboda smanjuje iz godine u godinu, ali je i dalje prilično značajan.

Razlika mišljenja ispitanika iz Federacije i Republike Srpske ogleda se i u kršenju medijskih prava i sloboda od strane utjecajnih privrednika i poslovnih ljudi. Broj građana u Republici Srpskoj koji privrednike i poslovne ljude smatraju kršiteljima njihovih prava i medijskih sloboda gotovo je dvostruko veći od broja ispitanika u Federaciji (22% u RS i 12% u Federaciji). Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska također se razlikuju po vjerskim zajednicama. Dakle, stanovnici Federacije vjerske zajednice vide kao kršitelje prava i sloboda, istinito je na posljednjem mjestu,

⁷⁹www.media.ba Mediacentar Sarajevo

⁸⁰www.cspi.ba Centar za slobodan pristup informacijama

ali i dalje postoje, dok ispitanici u Republici Srpskoj uopće ne vide vjerske zajednice u tom svjetlu. Razlika je evidentna i u mašti oglašivača, sponzora i aktera iz nevladinog sektora koji u Republici Srpskoj vide prekršitelje istog broja ispitanika koji vjerske zajednice u Federaciji vide kao nasilnike.

5. POLITIČKA INSTRUMENTALIZACIJA MEDIJA

5.1. Granice između medija, politike i poslovanja

Na prvi pogled se čini da ima dovoljno (ili čak previše) medija da bi građanima BiH ponudili pluralizam informacija i različitost gledišta. Međutim, istraživanja su pokazala da politički ili ekonomski moćni pojedinci ili grupe kontroliraju većinu medija, što izravno utječe na izvještavanje. Ovaj se trend najjasnije uočio tokom predizbornih kampanja, kada je većina političkih mjesta podijeljena po političkim, etničkim i teritorijalnim linijama i ostaje pod snažnim utjecajem svojih vlasnika i političkih pokrovitelja. Politički i ekonomski utjecaji na medije su vrlo snažni i vlasnici medija vrlo često u bliskim odnosima s političkim i ekonomskim elitama. Mnogi su izrazili mišljenje da mediji koje su ranije podržale međunarodne organizacije nisu mogli postati samoodrživi nakon pomoći, pa su se okrenuli političkim sponzorima i postali njihovi megafoni. U BiH ne postoje potpuno neovisni mediji, jer svi ovise o različitim vrstama finansiranja (političkim,

poslovnim ili donatorima)⁸¹. Prepoznata je važna razlika: finansiranje vezano za politiku i poslovanje direktno suzbija slobodu štampe jer politički neugodno izvještavanje može rezultirati gubitkom finansiranja. S druge strane, donatorsko finansiranje omogućava neovisnost od takvih političkih ili ekonomskih pritisaka, ali samo tokom ciklusa finansiranja.

Mnogi mediji koje podržava donator i dalje brinu oko pronalazjenja novih donatora nakon što se finansiranje završi. Nema transparentnosti u pogledu vlasništva nad medijima. U BiH postoji previše medijskih organizacija koje bi tržište moralo podržati. Medijsko tržište BiH je siromašnije od ostalih u regionu, poput Srbije i Hrvatske. Iako nemaju poslovnih planova ili pouzdanih prihoda, mnoge medijske organizacije u BiH uspijevaju da djeluju i opstanu. Pored toga, praćenje medija tokom izbornog vremena pokazalo je izravnu potporu određenih medija određenim političkim strankama, što je ključni pokazatelj zloupotrebe medija za političke ciljeve. U nekim slučajevima vlasnici medija su oligarhi koji imaju druge profitabilne kompanije. Smatra se da prvenstveno guraju svoje poslovne interese putem medija, a ne kao pouzdan i renomiran izvor informacija.

Neki vlasnici medija obnašaju izabranu funkciju nakon što formalno prenesu vlasništvo na članove porodice. Također, neke medijske grupe (uključujući tprintane i internetske medije) finansiraju se putem politički kontroliranog novca od strane određenih političkih stranaka ili interesnih lobija (uključujući poslovne interese). Na primjer, za novine Glas Srpske i Nezavisne u Banjaluci ili internetske medije Faktor i Novi iz Sarajeva smatra se da pripadaju poslovno povezanim poslovnim strukturama. NAŠA TV iz Mostara ima podršku privatnih poduzetnika koji su usko povezani sa vodećom političkom strankom koja predstavlja Hrvate u BiH. U svim tim slučajevima mediji se doživljavaju kao alati za promociju poslovnih i / ili političkih ciljeva. Nadalje, web portali ne identificiraju vlasnike ili osoblje, tako da korisnici nemaju pojma ko radi u redakciji, a još manje ko je posjeduje. Udruženje BH novinari snažno lobira za obavezni registar vlasništva nad medijima koji bi pomogao u poboljšanju vidljivosti i transparentnosti tih odnosa između političkih, ekonomskih elita i vlasnika medija. Međutim, napor lobiranja je dugoročan proces koji zahtijeva izradu novih zakona i promjenu propisa i zakona⁸². BH novinari navode kako očekuju da će novi zakoni o medijima koji osiguravaju transparentnost vlasništva i oglašavanja medija biti usvojeni najkasnije u roku od tri godine.

⁸¹Udovičić, R., BiH – Zemlja sa djelomično slobodnim medijima: Ugrožavanje novinarskih sloboda u BiH, Media Plan Institute, Medijske Novosti br. 61, Sarajevo, 2000 (<http://www.mediaplan.ba>)

⁸²Martinović, Drago: Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokratije u jedinicama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, doktorska disertacija, 2014

Nema objelodanjivanja o medijskoj potrošnji vlada / javnog sektora. Veliki broj emitera i dalje je u vlasništvu i finansira ih direktno od općinskih i kantonalnih vlada: imaju određene prihode od oglašavanja, ali najveći dio njihovog proračuna pokriva se javnim novcem. Iako iznosi potpore uvelike variraju, ovi se mediji nalaze u položaju izravne ovisnosti, s obzirom na to da primaju sredstva izravno iz javnih proračuna i nemaju nikakva jamstva od uredničke autonomije. Među tim emiterima najveći dio prihoda (oko dva milijuna eura godišnje) ima Televizija Kantona Sarajevo (TVSA). Druga procjena kaže da se otprilike 7,5 do 10 milijuna eura javnog novca „uloži“ u medije putem oglašavanja javnih obavijesti i drugih oblika indirektna podrške⁸³. Tim novcem se ne podržava televizija od javnog interesa, nego se potkupljuju mediji za političku udobnost, osiguravaju pozitivne priče o određenim političkim strankama i sprječavaju mediji da kritički pišu o lokalnoj upravi.

Prema istraživačkom izvješću Žurnala, u 47 lokalnih javnih medija u FBiH uloženo je više od 12,5 milijuna KM, a u lokalne javne medije u RS-u (23 medija) u 2016. i 2017. godine potrošeno je više od četiri milijuna KM. Iako zvanični podaci ne postoje, svi činioци medija i stručnjaci su saglasni da država, entitet, kantonalne i lokalne vlasti čine najveće oglašivače u zemlji, zajedno s javnim preduzećima koja također kontroliraju političke stranke. Medijske organizacije koje objavljuju priče koje su kritične prema političkim strankama, vladinim dužnosnicima na bilo kojem nivou i / ili pojedinim političarima mogu lako izgubiti reklamiranje vladinih institucija koje kontroliraju politička stranka, kao i reklamiranje javnih kompanija koje stranka kontrolira.

PSB koloniziraju političke stranke. političke stranke na više načina utječu na PSB. Prvo, entitetski i državni parlamenti izravno biraju članove Upravnog odbora, iz javnog emitovanja izvijestili su da je to velika mana u sistemu. Drugo, političke stranke također mogu utjecati na sadržaj koji emitira PSB, posebno na entitetskoj razini, tako što će imenovati članove Upravnog odbora u Parlamentu kao rezultat političkih ugovora i (ne) izravno utjecati na uređivačku politiku imenovanjem politički pogodnog osoblja. RTRS postala gotovo 'režimska televizija, direktno promovirajući stavove dominantne političke stranke u RS-u. FTV je bio pod utjecajem vladajućih stranaka u FBiH, ali je ta kontrola manje vidljiva nego što je to slučaj u slučaju entitetskog emitera u RS-u⁸⁴. Ekonomska kriza BHRT je u velikoj mjeri politički problem, a ne čisto ekonomski, jer

⁸³www.internews.ba Internews u Bosni i Hercegovini

⁸⁴IREX ProMedia, At Risk: Political Intimidation of Journalists and Their Media in Bosnia and Herzegovina - Sources, Effects and Remedies, Draft Discussion Paper by IREX ProMedia, Sarajevo, 10 July 2000

dugo vremena nije postojala politička volja za rješavanjem. Problemi javnih emitera, uključujući uspostavljanje PSB korporacije koja bi trebala biti zadužena za tehničke aspekte, prenosnu mrežu i proces digitalizacije. Informanti su rekli da Korporacija nije osnovana zbog nedostatka volje između strana za postizanje kompromisa. Isti politički zastoj spriječavao je i prelazak BiH na digitalni prenos, što je u većim dijelima Evrope već dovršeno. Javni su napadi protiv BHRT-a od strane nekih političara, članova parlamenta, koji otvoreno promoviraju bojkot plaćanja RTV licencnih naknada. PSB se suočava s velikom krizom i da rješavanje krize će biti dugoročni proces koji zahtijeva novu strategiju. Regulatorna agencija za komunikacije je također pod političkim pritiskom. CRA je pod velikim pritiskom duži niz godina, što je umanjilo njenu ulogu regulatora. Parlament utječe na izbor članova Vijeća RAK-a⁸⁵.

Opći dojam je da se svi postupci na papiru čine zakonitim i fer, ali da mnogi skriveni pregovori određuju izbor Vijeća RAK-a i njegovog direktora. Općenito, CRA je bila jedna od uspješnih priča intervencije međunarodne zajednice u medijskoj sferi u BiH. Na početku poslijeratne obnove, RAK je igrao veliku ulogu regulirajući i štiteći integritet medija u BiH. No, širenjem političkih utjecaja i smanjenjem regulatorne uloge RAK-a u posljednjih nekoliko godina, agencija je izgubila autoritet kao i svoju reputaciju u društvu kao pouzdanog i neovisnog regulatora. Institucije lokalne samouprave identificirale su uzroke kao povlačenje međunarodne zajednice iz poslova u BiH i stagnaciju i politički zastoj između etnički podijeljenih državnih institucija. CRA je finansijski održiva, jer se finansira iz godišnjih naknada za licenciranje i penale koji su uvedeni za emitovane medije⁸⁶. Međutim, upravljanje budžetom i planiranje RAK-a putem državnog budžeta na državnoj razini (Budžet institucija BiH) su takvi da su stvarni prihodi od naknada i penala na kraju godine uglavnom veći od rashoda RAK-a, dok u isto vrijeme ti godišnji viškovi nemaju mogućnost prenošenja u sljedeće CRA proračune.

Javni službenici slobodno tuže novinare za klevetu bez ikakvog razloga kao sredstvo odmazde ili uznemiravanja radi sprječavanja kritičkog izvještavanja. Civil Rights Defenders, nevladina organizacija koju finansira švedska vlada, trenutno finansira pro bono pravne službe odbrane i telefonsku liniju za novinare iz BiH. BH novinari su izvijestili da se godišnje podnese oko 50 takvih tužbi. Organizacija organizuje kampanju lobiranja za uvođenje zakonodavstva kojim se ograničavaju zakonski postupci za klevetu jednom godišnje-oni često traju osam godina - kao i za uspostavljanje pravnog fonda za odbranu novinara. Iako niži sudovi imaju tendenciju da presude u korist tužitelja, viši sudovi uglavnom presude u predmetu.

⁸⁵<https://www.rak.ba/>

⁸⁶<https://www.rak.ba/>

5.3. Socio-ekonomski i politički okvir medijske scene u BiH

Etnička struktura BiH vrlo je složena i znatno polarizirana. Prema popisu stanovništva iz 1991. godine, Bosna i Hercegovina je imala 4,35 miliona stanovnika: Bošnjaci su činili 44 posto stanovništva, Srbi 31 posto, a Hrvati 17 posto. Preostali građani izjasnili su se kao Jugoslaveni (5%) ili pripadnici 25 drugih nacionalnosti (3%)⁸⁷.

Prvi slobodni izbori u novembru 1990.god. doveli su do snaga snažnih nacionalističkih iz sve tri etničke grupe stranaka. Bošnjačka stranka SDA (Stranka demokratske akcije) osvojila je najveći broj glasova (33%). Srpska stranka SDS (Srpska demokratska stranka) zauzela je drugo mjesto sa 26% glasova, a hrvatska stranka HDZ BiH (Hrvatska demokratska zajednica Bosne i Hercegovine) na trećem mjestu sa 16%. Te su tri stranke formirale koalicionu Vladu⁸⁸. Izbijanjem rata u Bosni, svi relevantni politički, naučni i kulturni čimbenici bosanskih Muslimana saglasno su proglasili termin Bošnjak službenim, politički i povijesno ispravnim nazivom za ono što se prije zvalo muslimanska nacija. Članovi su popunili rotirajuće kolektivno državno predsjedništvo, ali njihovi nepomirljivi interesi na kraju su doveli do rata, koji je izbio početkom 1992.god. Rat je drastično promijenio društveno-ekonomsku i političku situaciju. Do 1996. godine oko 200 000 ljudi je ubijeno, oko milion ljudi je raseljeno širom Bosne i Hercegovine, a još jedan milion je bilo razasuto širom svijeta. Uprkos uspostavljanju mira krajem 1995.god., izbjeglice i raseljena lica polako su se vraćali u svoja bivša mjesta stanovanja, neki su otišli u inostranstvo ili nove zajednice, drugima je imovina uništena ili nisu mogli naći posao. Političke prepreke i visok nivo međuetničkog nepovjerenja i dalje postoje. Procjenjuje se da su ekonomska šteta i gubici dostigli između 70 i 150 milijardi američkih dolara.

Dejtonskim mirovnim sporazumom stvoreni su novi politički i institucionalni aranžmani koji su osigurali kontinuitet suverene države Bosne i Hercegovine. Državu sada čine dva entiteta: Republika Srpska (sa većinskim Srbima), koja pokriva 49 posto ukupne teritorije Bosne i Hercegovine, i Federacija Bosne i Hercegovine (s većinskim bošnjačkim i hrvatskim stanovništvom) s 51 posto teritorija. Zajedničke državne institucije i odgovornosti Bosne i Hercegovine svode se na nekoliko osnovnih funkcija poput međunarodne politike, monetarne

⁸⁷Jusić, Tarik., Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini, Media centar, Sarajevo, 2010

⁸⁸Jusić, Tarik., Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini, Media centar, Sarajevo, 2010

politike, Entiteti su odgovorni za svoje vlastite vojske, policijske snage i druge funkcije, koje nisu u nadležnosti zajedničkih državnih institucija. Takva labava, a istovremeno složena struktura je odmah sklona neefikasnosti i ostavlja dovoljno manevarskog prostora za centrifugalne političke opcije i tendencije⁸⁹.

Krajnji rezultat takvih aranžmana je izuzetno nestabilna politička arena, s fragmentiranim sistemom političkih stranaka i snažnim utjecajem ekstremno desničarskih, antisistemskih nacionalističkih opcija. Unatoč napretku u provedbi Dejtonskog sporazuma (neutralizacija vojnih snaga, sloboda kretanja, početni rezultati u povratku izbjeglica), ukupni društveni i ekonomski razvoj u BiH odvija se polako i suočen je s mnogim opstrukcijama. Ozbiljan otpor još uvijek pružaju još uvijek dominantne političke stranke s manje ili više izraženim nacionalističkim programima-SDS, HDZ i SDA. Niko od njih nije istinski zadovoljan novim aranžmanima⁹⁰. I srpsko i hrvatsko političko rukovodstvo bi željeli podjelu Bosne i Hercegovine, dok bošnjačko vodstvo preferira snažnu centraliziranu državu. To je dovelo do razvoja paralelnih tijela i mehanizma vlasti, koji i dalje funkcionišu izvan institucionalnog okvira.

Nedostatak transparentnosti javnih organizacija i nefunkcionalno ili ograničeno funkcionisanje vladavine zakona u mnogim aspektima značajno doprinose tome. Možemo reći da je današnja BiH prolazi kroz vrlo specifičan i vrlo kompliciran period, istodobno prolazeći proces postkomunističke tranzicije i procesa poslijeratnog međuetničkog pomirenja. Ova dva paralelna procesa koja karakteriziraju današnju Bosnu i Hercegovinu, dvije su glavne osovine duž kojih se odvija borba za vlast u ovoj zemlji: • Proces postkomunističke tranzicije prema demokraciji neminovno vodi eliminaciji autoritarnih mehanizama vlasti, kao i eliminaciji autoritarnog rukovodstva koje na njemu temelji svoje pravilo. Sve to u konačnici vodi u snažnu borbu za preraspodjelu društvene moći koja je u posljednjih deset godina koncentrirana u rukama uskog kruga ljudi i raspoređena po nacionalnim, tj. etničkim linijama. Druga osovina borbe za vlast je sam proces pomirenja među etničkim grupama u BiH, vladajuća vodstva pokušavaju održati

⁸⁹OSCE Mission to Bosnia-Herzegovina: <http://www.oscebih.org>

⁹⁰Turčilo, Lejla., Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011

međuetničku podjelu i dodatno homogenizirati vlastite etničke grupe, koje postaju nepresušan izvor moći. U tom je kontekstu sve prisutnija borba između etnokratskih vodstava koja s jedne strane sprečavaju procese pomirenja (međuetnička saradnja, povratak izbjeglica) i različitih međunarodnih faktora i opozicionih političkih stranaka koje se s druge strane bore za multietničku BiH.

U tom je kontekstu Dejtonski sporazum stvoren na takav način da međunarodnim faktorima daje sva potrebna prava da reagiraju na sve poteškoće koje mogu nastati tokom njihovog mandata u BiH. Sjedinjene Države inzistirale su na snažnoj vojnoj sili za provedbu, koja bi bila superiornija trima nacionalnim vojskama prisutnim na terenu krajem 1995. Osim toga, sporazum sadrži elemente koji omogućavaju potpuno uključivanje međunarodnih faktora u sve ključne procese provedbe mira. u BiH, od stvaranja zajedničkih bosanskohercegovačkih institucija do razvoja civilnog društva. Međunarodnim su faktorima data gotovo neograničena ovlaštenja da spriječe bilo kakve opstrukcije u provedbi mirovnog plana, uključujući oblast masovnih medija⁹¹. Važno je naglasiti da je i sam politički sistem u BiH podvrgnut brzim promjenama. Političke stranke su se širile udruživanjem u blokove, polako oblikujući budući izgled sistema u državi. Ovo je vrlo važan proces. Nekada apsolutni, politički monopol nacionalnih stranaka sada je u oba entiteta polako dobivao konkurenciju u mnoštvu drugih političkih stranaka.. Profilirano je nekoliko važnih političkih grupacija, koje sada imaju vodeću ulogu u političkom procesu. Borba za vlast u Federaciji Bosne i Hercegovine odvija se uglavnom između nacionalnih stranaka i socijaldemokrata, jer je razvoj autentičnih građanskih stranaka centra usporio rat.

5.4. Sloboda medija u BiH

Američko udruženje za istraživanje ljudskih prava Freedom House u svom Izvješću o medijima iz 2017. godine Bosnu i Hercegovinu svrstalo je među zemlje koje su u 1999. godini imale samo djelomično slobodne medije. Bosna i Hercegovina je dobila 56 bodova, što je zapravo vrlo blizu kategoriji u kojoj mediji nisu besplatni (61-100 bodova). Uz još uvijek prisutnu konfuziju u području medijskog zakonodavstva, postoji značajan politički pritisak, kao i dodatni pritisak koji proizlazi iz teškog materijalnog položaja medija i nedostatka medijskog tržišta⁹². Napadi na

⁹¹Turčilo, Lejla: Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011

⁹²Udovičić, Radenko., Internet – sloboda bez granica?, Media plan institut, Sarajevo, 2010

slobodu medija u Bosni i Hercegovini mogu se svrstati u nekoliko grupa: napadi na fizički integritet novinara, novinskih organizacija, te proizvodnih i radiodifuznih postrojenja; zastrašivanje novinara; pritisak na urednike i autore članaka.

Novinarsku slobodu pogoduju zatvoreni izvori informacija, teška ekonomska situacija medija i nedostatak novinarske solidarnosti. Istraživanje, koje je Internews proveo među predstavnicima 50 medijskih kuća prikupilo je prilično sumornu sliku medijske situacije u Bosni i Hercegovini, 92 % novinara smatra da je stanje novinarskih prava nezadovoljavajuće. Govoreći o trenutnim trendovima, 50 % odgovorilo je da raste stupanj ugroženosti novinara. Sedamdeset i četiri posto učesnika ankete smatra da im je sloboda izražavanja i kretanja ograničena, dok je 62 % tokom izvršavanja svojih dužnosti naišlo na zastrašivanje i miješanje, uključujući izravan ili indirektan pritisak od strane političkih stranaka i izabраниh ili imenovanih vladinih službenika. Jedna trećina ispitanika smatra da lokalni pravosudni sistem garantuje njihova prava⁹³. Istraživanje je pokazalo da novinari u Bosni i Hercegovini nisu prijavili brojne incidente. Ako se ipak odluče prijaviti, takve slučajeve prijavljuju međunarodnim organizacijama ili novinarskim udruženjima, a ne policiji. Sve ovo pokazuje da su mediji i novinari još uvijek u nezavidnom položaju u pogledu lokalnih vlasti i neinstitucionalnih centara moći u Bosni i Hercegovini. Pritisak na novinare redovan je fenomen, nije izuzetak. Pravosudni sustav u Bosni i Hercegovini ne samo da još nije spreman pružiti im odgovarajuću zaštitu i zajamčiti njihovu političku neovisnost i slobodu, već također nije u stanju garantirati čak ni čistu fizičku sigurnost onim novinarima koji se usude suočiti se s vladajućim strukturama.

⁹³Udovičić, Radenko., Internet – sloboda bez granica?, Media plan institut, Sarajevo, 2010

6. ISTRAŽIVAČKI DIO RADA

U ovom dijelu rada analizirat ćemo tekst koji je preuzet sa klix.ba:

Mitovi o koronavirusu su opasni i mogu vas dovesti u zabludu

Na svojoj internetskoj stranici WHO se pozabavio nekim od najraširenijih tvrdnji vezanih za koronavirus od kojih je velika većina netočna. Iz WHO navode kako se koronavirus može širiti u svim klimatskim područjima, bez obzira na vlagu i toplinu, a niske temperature ne utječu na prijenos virusa. Za sada ne postoje dokazi da prijenosnici koronavirusa mogu biti komarci, navodi WHO. Sušila za ruke ne ubijaju koronavirus, a ni redovito ispiranje nosne šupljine otopinom morske soli neće spriječiti zarazu. Iz WHO navode kako češnjak ima određeno antimikrobno djelovanje no za sada ne postoji niti jedan znanstveni dokaz koji bi potvrdio da to povrće sprječava zarazu virusom covid-19. Kada su u pitanju antibiotici, iz WHO podsjećaju kako antibiotici djeluju samo na bakterije, a da na viruse nemaju nikakvog utjecaja. Trenutno u svijetu ne postoji cjepivo za koronavirus, kao ni lijek za zaražene. Alkohol i antiseptička sredstva dobri su za dezinfekciju, ali neće pomoći ako je virus već ušao u organizam. Kada je u pitanju širenje virusa među dobnim skupinama, virusom covid-19 mogu se zaraziti sve osobe bez obzira za uzrast s tim da starije osobe, kao i osobe s postojećim zdravstvenim problemima spadaju u rizičnu skupinu, poručuju iz WHO.

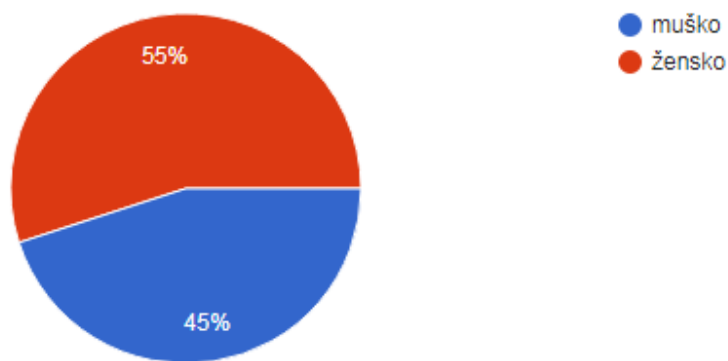
U vrijeme pandemije korona virusa koji je zahvatio cijeli svijet, pa tako i bosanskohercegovačko stanovništvo, pojavljuju se mnogi tekstovi, objave, informacije i apeli koji

su netačni što dodatno utiče na zbunjenost stanovništva i nepovjerenje u pojedine medije. Portal klix.ba je također često znao iznositi neprovjerene i netačne informacije, međutim ovim tekstom ulijeva sigurnost građanima BiH i upućuje ih na informacije koje su itekako bitne u današnje vrijeme kada se cijela planeta bori protiv korona virusa. Širenje dezinformacija može doprinijeti neodgovornom ponašanju građana koji mogu ugroziti i sebe i druge, a u medijima bi trebalo da se čuju komentari ljekara i stručnjaka. Pojava novog virusa COVID-19 krajem prošle godine uznemirila je stanovništvo Bosne i Hercegovine, ali je sve još uvijek bilo dovoljno daleko da bi zavladao strah i panika. Informacije iz januara govorile su o opasnom virusu koji se širi u dalekoj Kini, broju oboljelih i mrtvih, a uznemirujući snimci iz Wuhana, grada u kojem se virus pojavio i širio nevjerovatnom brzinom, govorili su da je na pomolu nova katastrofa.

Kada se virus počeo širiti po Evropi i kada je Italija postala novo žarište, u BiH je zavladao panika - Italija je blizu, virus više nije na sigurnoj udaljenosti. Krajem februara, testirano je troje turista iz Kine koji su bili negativni na novi virus, ali su iz Kliničkog centra objavili da je neminovno da će zahvatiti i BiH. I zahvatio je.

Ubrzo se počela širiti vijest da od novog virusa, uglavnom, stradaju starije osobe, a na Facebooku su se pojavile objave u kojima se navodi kako nema razloga za brigu jer su u Italiji umrle većinom starije osobe, kao da su oni nebitni. Dio građana kao da je sve shvatio olako, ali su društvene mreže ubrzo preplavile informacije da od novog virusa može umrijeti osoba bilo koje životne dobi, ali i da su ugroženi oni koji već imaju zdravstvenih problema. Internetom kruže lažne vijesti o ljekovitim svojstvima mnogih namirnica, voća i povrća u borbi protiv korone, kako ubija neke vrste korona virusa, a dijele se i recepti o pravljenju sredstva za dezinfekciju ruku, s obzirom da je u apotekama zavladao nestašica. Širenje lažnih vijesti i dezinformacija je naročito opasno u periodu krize, može doprinijeti neodgovornom ponašanju građana koji mogu ugroziti i sebe i druge, te bi se u medijima trebali ugošćavati ljekari koji su eksperti u svojoj oblasti. Krizne situacije zahtijevaju i dodatan oprez i temeljito provjeravanje informacija da se ne bi dodatno doprinosilo širenju panike.

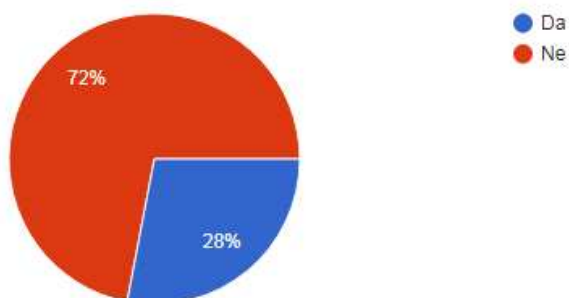
U istraživačkom dijelu rada primijenjen je i *on-line* anketni upitnik, koji se sastoji od 3 pitanja dostupnim na sljedećem linku <https://forms.gle/oRov1ka27AM5GCuX7>. U istraživanju je učestvovalo 100 ispitanika. Uzorak ispitanika su činili građani Bosne i Hercegovine. 45 ispitanika su muškog spola i 55 ženskog spola.



Na osnovu predmeta, problema, ciljeva i hipoteza ovog istraživanja, karakteristika prikupljenih podataka i mogućnosti njihove statističke obrade izabrane su i primijenjene metode obrade podataka dobivenih istraživanjem. Osnovne metode koje su korištene prilikom obrade podataka određene su najprije postavljanjem hipoteza istraživanja, zatim karakteristikama kao i veličinom uzorka. Za unos, obradu podataka i analizu rezultata korištene su matematičko-statističke metode .

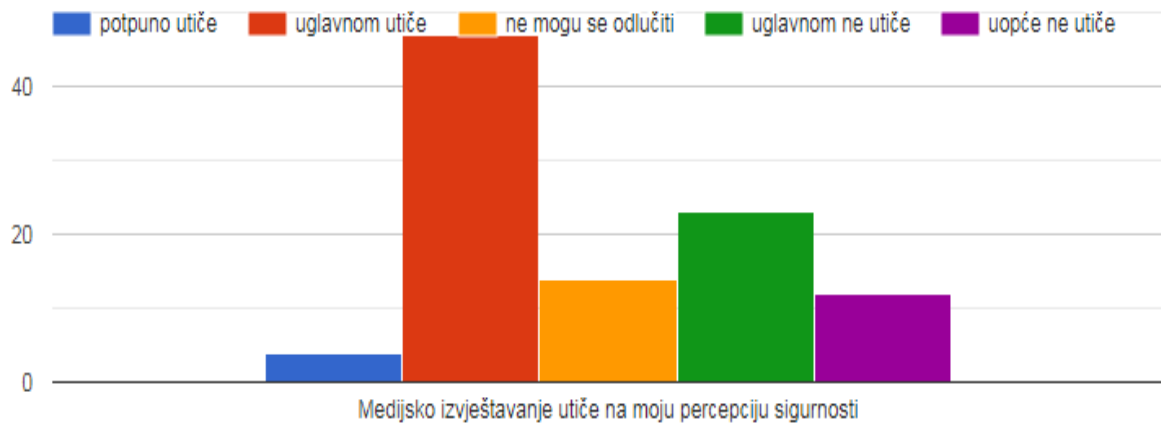
Podaci su obrađeni analizom frekvencija i postotaka, prikazani grafički. Na sva anketna pitanja odgovorilo je svih 100 ispitanika.

Sljedeći grafikon pokazuje koliko građani vjeruju medijskom izvještavanju.



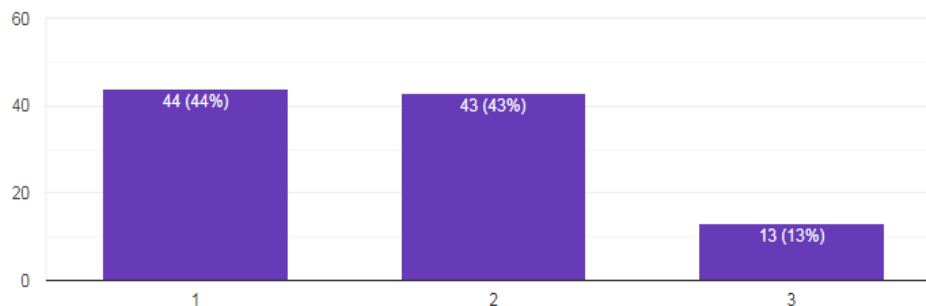
Sa grafikona se može utvrditi da 72 % ispitanika ne vjeruje medijskom izvještavanju. To se može pripisati i razvoju tehnologije koja je najviše osnažila mlade, koji su većim dijelom napustili tradicionalne medije i okrenuli se prema mrežama, iako su one s vremenom zagađene anonimnim komentatorima koji se nemaju snage predstaviti da bi zadobili vjerodostojnost.

Drugo anketno pitanje je bilo kontrolno, na osnovu kojeg smo trebali dokazati našu hipotezu H1.



47 % ispitanika se složilo sa tvrdnjom da medijsko izvještavanje uglavnom utiče na percepciju sigurnosti, dok je 4 % ispitanika odgovorilo da mediji potpuno utiču na percepciju sigurnosti. 23 % ispitanika smatra da medijsko izvještavanje uglavnom ne utiče na percepciju sigurnosti dok se 12 % ispitanika složilo da medijsko izvještavanje uopće ne utiče na percepciju sigurnosti. 23 % ispitanika se nije moglo odlučiti na postavljenu tvrdnju što je poprilično veliki broj. Uporedivši dva grafikona o medijskom izvještavanju i percepciji sigurnosti, uočit ćemo da iako građani ne vjeruju medijskom izvještavanju da ipak njihovo izvještavanje može da utiče na njihov način razmišljanja. Kada pogledamo grafikon shvatit ćemo da je ipak više građana koji smatraju da mediji u velikoj mjeri utiču na njihovu percepciju sigurnosti čime je postavljena H1 i potvrđena.

Sljedeći grafikon pokazuje kakav je sistem sigurnosti u BiH. Zanimljivo je da su odgovori ispitanika koji su se složili da je sistem sigurnosti u BiH zadovoljavajući (44%) i srednje zadovoljavajući (43 %) na granici. Samo 13 % ispitanika smatra da sistem sigurnosti u BiH nije zadovoljavajući.



6.1. Diskusija

Očigledno nema lakih odgovora kako se trenutni neovisni mediji mogu razlikovati od kontinuiranog propagandističkog aparata državnih medija u očima građana. Ali, s obzirom na historiju regiona, važno je da nezavisni mediji i dalje nude alternativne glasove u Bosni i Hercegovini i Republici Srpskoj. Neovisni mediji obavljaju važnu i korisnu funkciju civilnog društva kada izvještavaju o vladinim skandalima i spletkama. Nezavisni novinari vjeruju da je njihova odgovornost informirati javnost i izgraditi profesionalizam za buduće novinare. Nažalost, 40 godina državne dominacije medija i deset godina zapaljivih poruka koje su iskaljivale one koji se protive vlasti stvorili su stanovništvo koje ne vjeruje medijima. Pitanja medijskog razvoja, profesionalizma i prihvatanja medijskih poruka u javnosti su paradoksalna. S jedne strane, u bosanskim medijima raste nivo profesionalizma i privatizacije. Građanima su sada dostupni alternativni glasovi i državni mediji moraju se natjecati ili, u najmanju ruku, priznati da postoje različita stajališta od vlasti. Međutim, s druge strane bosanska javnost nije dobro prihvatila sve dobre namjere nezavisnih medija. Ljudi i dalje sumnjaju u neovisne medije, njihove poruke i povezanost s opozicijskim strankama i međunarodnim organizacijama. Istraživanje je pokazalo da građani i dalje smatraju da su novinari ti koji najviše doprinose porastu nacionalnih i političkih tenzija u BiH, iako u većini slučajeva prenose izjave zvaničnika i političara, koji su tek na drugom mjestu kao generatori kriza. Također građani smataju da je i stanje sigurnosti u BiH zadovoljavajuće što je pozitivan trend koji bi se trebao nastaviti i u budućem periodu. Ali treba uzeti u obzir i mali broj ispitanika i činjenicu da je pitanje bilo uopšteno i nije naznačilo sve pokazatelje što je i ograničenje ovog istraživanja. Preporuka za buduća istraživanja svakako bi bila veći broj ispitanika i pitanja i obuhvatiti sve oblasti kriminaliteta i javnog reda i mira, kao i oblast sigurnosti saobraćaja na cestama te slučajevi napada na ovlaštene službene osobe u izvršavanju policijskih poslova.

ZAKLJUČAK

Proces integracije u Europsku uniju i principi uvjetovanja EU podržali su pozitivnu promjenu u postkonfliktnoj situaciji. Pojedinačna ljudska prava su poboljšana, uključujući pitanja koja se tiču izbjeglica, imovinskih prava, međuetničkih sukoba itd. Postoji pravni i institucionalni okvir za praćenje ljudskih prava. Međutim, BiH je postigla mali napredak u poboljšanju provođenja međunarodnog zakonodavstva o ljudskim pravima. Građani su i dalje izloženi prijetnjama i uznemiravanju, uključujući govor mržnje i netrpeljivost od strane medija i političara. Pod željeznom šakom nacionalista, činilo se da je nemoguće pružiti pluralističko i neovisno izvještavanje 1995. Nekoliko objektivnih, multietničkih izvora štampe u medijima kao što su Oslobođenje i Nezavisne novine žalili su se na finansijska ograničenja. Čak su i novinari širili međuetničku mržnju upotrebom netolerantnog jezika, provokacijama i svjesno iskrivljenim računima. Stoga je međunarodna zajednica uvela bitna poboljšanja i reforme. OSCE je prvi iskoristio svoj utjecaj kao legitimna organizacija kako bi pokrenuo reorganizaciju medija kako bi osigurao slobodan i pošten pristup kantautorima i zajamčio adekvatno izvještavanje. Zbog otvorene opstrukcije nacionalističkih stranaka i rubnog uspjeha OSCE-a, Vijeće za provedbu mira (PIC) u Sintri 1997. godine odlučilo je da je potreban strožiji pristup slobodnim medijima. Ovaj zadatak je prenio na visokog predstavnika i implementirao Nezavisnu komisiju za medije kao najviši autoritet za frekvencije i cenzure 1998.god. Međunarodna zajednica pokušala je instalirati međuentitetske i multietničke radio stanice u svrhu poticanja pluralizma i profesionalnog novinarstva, iako ih je stanovništvo slabo prihvatilo. Stoga je medijski pejzaž podijeljen po etničkim i teritorijalnim linijama u sektoru štampe kao i elektronskim medijima. Međunarodna zajednica bila je uspješnija u reformi zakonodavstva vezanog za borbu protiv dijagnoze, tako da zemlja nudi veliku zaštitu slobodnih medija i štampe. Generalno, odgovornost za pitanja medija snose entiteti. Federacija je još više decentralizirala ovu vlast, delegirajući je kantonima. Dakle, na teritoriji BiH postoji četrnaest različitih regulatora i pravila. Sloboda štampe i medija garantuje Ustav i u biti se poštuje . 1999. godine, visoki predstavnik je reformirao krivično pravo u mjeri u kojoj je donio opsežne propise protiv klevete-koji su do tada doveli do nekoliko novčanih i zatvorskih kazni. Stoga su

ograničenja uglavnom posljedica političkog pritiska. Kroz godine, to je dovodilo do opasnih ograničenja slobodnog rada medija u Republici Srpskoj, jer se političke stranke i dalje redovno miješaju u sredinu. Novinari ne mogu uvijek izbjeći ovisno o političkim strankama i ekonomskim utjecajima i često prakticiraju samocenzuru.

Postoji velika raznolikost printanih medija: Postoji pet velikih dnevnih novina (Oslobođenje-blisko SDA; Dnevni avaz-list SBB BiH; Glas Srpske-blizak SNSD-u, Nezavisne novine-bliske SNSD-u, i Dnevni list - hrvatski liberal) i otprilike četrdeset sedmičnih ili mjesečnih magazina (BH Dani, Slobodna Bosna, Start, Reporter itd.). Ipak, znatna količina štampe dolazi iz susjednih zemalja. Vijeće za štampu radi kao samoregulirajuće tijelo printanih i internetskih medija u svrhu praćenja koda za štampu. Međutim, u obliku foruma za diskusiju on nema zakonska prava na provedbu svojih odluka, tako da je njegova učinkovitost i dalje vrlo ograničena. Iako je proteklih godina bilo nekoliko procesa stvaranja konsenzusa, sektor elektronskih medija i dalje je fragmentiran. Danas 186 elektronskih medija ima licence, a među njima je 47 TV stanica. Dvije trećine ovog medija je u privatnim rukama. Međunarodna zajednica uspostavila je zajednički javni sistem širokog kastinga (PBSBiH) koji se sastoji od tri radio i tri TV kanala na državnom i entitetskom nivou. Finansira se naknadom, javnim proračunom i prihodima od oglašavanja. Nijedna od tri radiodifuzne agencije ne može pružiti potpunu pokrivenost, ali sve tri stanice i neki privatni kanali poput OBN, Pink BiH, Hayat, BN i ATV dosežu preko 70% stanovništva. Međunarodna kompanija Al Jazeera uspostavila je program za Balkan 2011. godine, osnivajući svoje regionalno sjedište u Sarajevu. Hrvati se osjećaju premalo zastupljeni u javnom RTV sustavu i zahtijevali su u parlamentu FBiH, kao i na državnoj razini, da se na hrvatskom jeziku uspostavi TV kanal. Ovo je politički i pravno sporno pitanje.

Državna regulatorna agencija za komunikacije prati regulaciju (između ostalog, postavljanje frekvencija) i nadzor elektronskih medija od 2004. U slučajevima kršenja i žalbi može izdati upozorenja i sankcije u rasponu od novčanih kazni do zatvaranja stanica. Ova agencija djeluje samostalno i profesionalno iako za to nema raspoloživih ljudskih resursa ni finansijskih kapaciteta. Uprkos svim naporima, Bosna i Hercegovina još uvijek ne nudi podršku za kvalitetan novinarski rad koji bi udovoljio demokratskim potrebama. Mediji u javnosti vide kao sredstvo političkog utjecaja, umjesto kao kontrolnog tijela i medija za politiku. Velika količina novca koja je ušla u zemlju nakon rata potaknula je takozvani mentalitet pozajmljivača i potkopala razvoj medijskog tržišta. Nedostaje stručnost o upravljanju medijima i marketingu, kao i profesionalni novinari sa diplomom, uprkos činjenici da je na raspolaganju nekoliko programa novinarstva. Razvoj uglednog, funkcionalnog medijskog pejzaža pogoršan je uticajem medija susednih zemalja,

naime Srbije i Hrvatske. Međunarodno emitovanje često je boljeg kvaliteta, ima veće naklade i udio publike od lokalne štampe.

Ovaj rad govori o korištenju i percepciji medija u Bosni i objašnjava kako karakteristike propagande i nacionalizma koji su povijesno utjecali na percepciju građana o medijima i dalje utječu na percepciju danas. Kao što je prethodno istaknuto, ekskluzivnost ili kontrola nad medijima može dovesti do nacionalističke propagande. Zbog naslijeđa medijskog nadzora u bivšoj Jugoslaviji, građani posjeduju vrlo slabu vještinu medijske pismenosti. Već 40 godina, javni izvori informacija reguliraju i kontroliraju država do te mjere da građani kolektivno vjeruju svim strastvenim porukama, čak i porukama namijenjenim da daju glas alternativnim pozicijama i dovedu u pitanje dominantnu političku strukturu.

LITERATURA

Knjige

1. Babić, D., Udovičić, Z., Ljudska prava: priručnik za novinare, Media Plan Institut, Sarajevo, 2000
2. Fejzić, Fahira, Medijska globalizacija svijeta, Promokult, GIK "OKO", Sarajevo, 2004
3. Herman, S., Edvard, Mekčesni, V., Globalni mediji novi misionari korporativnog kapitalizma, Clio, Beograd, 2004
4. Kunczik, Michael, Zipfel, Astrid., Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, Zagreb, 2006
5. Kurtić, Najil., Komunikološki ogledi, Bosanska riječ, Tuzla, 2011
6. Leskovic, Saša., Tranzicija i reforma javne uprave, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2009
7. Malović, Stjepan: Mediji i društvo, ICEJ, Zagreb, 2007
8. Martinović, Drago, Komuniciranje jedinica lokalne samouprave s javnošću, Media plan institut, Sarajevo, 2010
9. McQuail, D., Mass Communication Theory: An Introduction, SAGE Publication: London Thousand Oaks-New Delhi, 1994
10. Nuhanović, Asad., Demokratija, mediji i javnost, Promocult, Sarajevo, 2005
11. Pejanović, Mirko., Politički razvitak BiH u postdaytonskom periodu, TKD Šahinpašić, Sarajevo, 2005
12. Spahić, Besim., Izazovi političkog marketinga; Deset godina poslije kao i prije deset godina, Compact, Sarajevo, 2000
13. Springston, Jeffrey., Public Relations and New Media Technology, u: Handbook of Public Relations (ed.) R.Heath, Sage Pub, Thousand Oaks, 2001
14. Tajić, Lea., Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Internews u Bosni i Hercegovini, Sarajevo, 2013
15. Tomić, Zoran., Odnosi s javnošću teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, 2000
16. Turčilo, Lejla., Zaradi pa vladaj: Politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, Vlastita naklada, Sarajevo, 2011
17. Udovičić, Radenko., Internet – sloboda bez granica?, Media plan institut, Sarajevo, 2010

18. Vilović, G., Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000., Zagreb, Politička misao, 2004
19. Vilović, G., Medijska etika: preduvjet kvalitetnijem hrvatskom novinarstvu, u: Utjecaj globalizacije na novinarstvo, Zagreb, ICEJ, 2006
20. Wrag, David., Odnosi s medijima, Clio, Beograd, 1996

Članci i internet izvori

1. Akcioni plan razvoja informacionog društva u BiH, Vijeće ministara BiH, 2004., www.undp.ba/upload/publications/Akcioni%20plan%20razvoja%20ID%20u%20BiH.pdf 14.1.2012
2. Bebić, Domagoj., Internet i politička komunikacija, Medijske studije, Zagreb, vol. 2, broj 3-4, 2011., str. 30-46
3. Domi, T. L., The Media Experts Commission: 1998 Final Report, OSCE Mission to B&H, Sarajevo, 1998
4. ESI, Reshaping International Priorities in Bosnia and Herzegovina: Bosnian Power Structures, European Stability Initiative, Berlin-Brussels-Sarajevo, 14 October 1999
5. Fejzić-Čengiđ, Fahira., Medijska kultura u Bosni i Hercegovini”, Medijski dijalozi, vol. 5, broj 13-14, Istraživački medijski centar Podgorica, 2012., str. 443-470
6. Fuchs, C., (2010), Alternative media as critical media. *European J of Social Theory*, 13(2), 173–172
7. Jusić, Tarik., Komunikacija i zajednica: Građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini, Mediacentar, Sarajevo, 2010
8. ICG- International Crisis Group, Media in Bosnia-Herzegovina: How International Support can be more effective, ICG-International Crisis Group, Sarajevo, March 1997
9. www.bhnovinari.ba Udruženje/Udruga BH novinari
10. Independent Media Commission, White Paper: Media and Democratization in Bosnia and Herzegovina, Independent Media Commission, Sarajevo, 2000 (<http://www.mediaonline.ba>)
12. IREX ProMedia, At Risk: Political Intimidation of Journalists and Their Media in Bosnia and Herzegovina - Sources, Effects and Remedies, Draft Discussion Paper by IREX ProMedia, Sarajevo, 10 July 2000.
13. Jakubowicz, K., Media Legislation as a Mirror of Democracy, *Transition*, Vol.2, No.21, October 1996

14. Jusić, Tarik., Media Policies and Settlement of Ethnic Conflicts, in Nenad Dimitrijevic (ed.): 'Managing Multiethnic Local Communities in the Countries of the Former Yugoslavia', LGI/OSI Budapest, 2000
15. Kriesi, H., Izravna demokracija: Švicarsko iskustvo, sa Znanstvenog skupa "Democratic Innovations – Theoretical and Practical Challenges of Evaluation", prijevod Davor Stipetić, Institut za političku znanost Sveučilišta u Zurichu, 2008
16. Malović, S., (2004). Ima li granice slobodi medija?, Politička misao, Vol. 41, br. 1/2004
17. Martinović, Drago: Novi mediji u funkciji razvijanja participativne demokracije u jedinicama lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, doktorska disertacija, 2014
18. Mediji u BiH 2013. medijske slobode, profesionalizam i izazovi, april/travanj 2013. www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/istrazivanja/bih_medijske_slobode_mpr_2013.pdf
19. Robinson, G.J., Tito's Maverick Media: The Politics of mass Communications in Yugoslavia, University of Illinois Press, Chicago, 1977
20. Silver, S., Odnosi s medijima: Priručnik za nevladine organizacije, Media Diversity Institute, 2003
21. Strategija razvoja informacionog društva u BiH, Vijeće ministara BiH, 2004., <www.undp.ba/upload/publications/Strategija%20razvoja%20ID%20u%20BiH.pdf>
22. Spahić, Besim i dr.: Public Outreach Initiative/Inicijativa za komuniciranje sjavnošću, OSCE, Sarajevo, 2003./2005
23. Sucic, D.S., Bosnia's Three Separate Media Systems, Transition, Vol.2, No.21, 18 October 1996a
24. Thompson, M., Forging War: the media in Serbia, Croatia and Bosnia-Herzegovina, Article 19, London, 1994
25. Tropina Godec, Željka., Informiranost građana i slobodan pristup informacijama javnog sektora, Hrvatska javna uprava, Zagreb, god. 9, broj 2, 2009., str. 323-340
26. Udovičić, R., BiH-Zemlja sa djelomično slobodnim medijima: Ugrožavanje novinarskih sloboda u BiH, Media Plan Institute, Medijske Novosti br. 61, Sarajevo, 2000 (<http://www.mediaplan.ba>)
27. Zakon o komunikacijama, Službeni glasnik BiH, broj: 31/03, 75/06, 32/10 i 98/12
28. Zakon o slobodi pristupa informacijama, Službeni glasnik BiH, broj: 28/00, 45/06, 102/09 i 62/11
29. www.cspi.ba Centar za slobodan pristup informacijama
30. www.internews.ba Internews u Bosni i Hercegovini

31. www.ipra.org Međunarodna udruga za odnose s javnošću
32. www.med-dij.com Znanstveni časopis Medijski dijalozi
33. www.media.ba Mediacentar Sarajevo
34. www.mkt.gov.ba Ministarstvo komunikacija i prometa BiH
35. Office of the High Representative (OHR) in Bosnia-Herzegovina: <http://www.ohr.int>
36. OSCE Mission to Bosnia-Herzegovina: <http://www.oscebih.org>
37. <https://www.rak.ba/>