FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
UNIVERZITET U SARAJEVU
MCMXLIX

ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

ODNOS IZMEĐU POLITIKE, MEDIJA I DRUŠTVA

-magistarski rad-

Kandidatkinja
Delva Husanović
Broj indeksa: 842/ II

Mentor
Doc. Dr. Mustafa Sefo

Sarajevo, juli 2020. godine

2020	Delva Husanović	Odnos između politike, medija i društva

"Uči, čitaj, u ime Gospodara tvoga, koji stvara..." *(El-Alek, 1-5)*

Mome ocu

Zahvale

Sve zahvale prije svega, pripadaju Uzvišenom Gospodaru, hvala Allahu dž.š. koji mi je podario zdravlje, znanje, mogućnost obrazovanja, i sve ostale blagodati.

Veliko hvala doc. dr. Mustafi Sefi na svim primjedbama, angažmanu i mentorskoj podršci prilikom izrade ovog magistarskog rada, kao i ostalim cijenjenim profesorima na prenesenom znanju i iskustvima tokom cjelokupnog univerzitetskog školovanja.

Ovim putem zahvaljujem se i: mojoj porodici, neizmjerno hvala (rahmetli) ocu Enesu, za bezuslovnu ljubav i sve što postadoh. Hvala mami Fatimi, bratu Muhamedu, i sestri Zerini na neograničenoj podršci pruženoj tokom čitavog mog školovanja, hvala hadžiji Kemi i tetku Samilu na moralnoj i materijalnoj potpori, hvala najboljoj drugarici Fatimi za svu motivaciju i ljubav, hvala Mirzi, Nermini, i Gürkanu za izdvojeno vrijeme i davanje intervjua za potrebe ovog rada, hvala rođaku hafizu Hamdi za doprinos potrebama rada, hvala Semri, Elviri, Amili i Merjemi na prijateljskoj potpori. I jedno posebno hvala, mom Farisu.

SADRŽAJ

UVOD 7

I TEORIJSKE OSNOVE RADA 7

II METODOLOŠKI OKVIR RADA 8

1. Problem istraživanja 8

2. Predmet istraživanja 9

3. Ciljevi istraživanja 16

3.1. Naučni ciljevi 17

3.2. Društveni ciljevi 17

4. Sistem hipoteza 18

4.1. Generalna hipoteza 18

4.2. Posebne-pojedinačne hipoteze 18

4.3. Indikatori 18

5. Naučni pristup i metode istraživanja 19

5.1. Metoda ispitivanja (tehnika intervjuisanja) 19

5.2. Anketa 19

5.3. Analiza sadržaja 19

6. Naučna i društvena opravdanost istraživanja 19

7. Polazna saznanja o predmetu istraživanja 20

7.1. Fundamentalna pitanja i hipoteze koja proizlaze iz naučnih saznanja 20

7.2. Projekcija odgovora na evidentna ili izložena pitanja 21

III KOMUNIKOLOGIJA 22

IV POLITIKA, MEDIJI I DRUŠTVO 25

4.1. Politika 25

4.2. Mediji 26

4.3. Društvo 28
4.4. Demokratija i njene karakteristike 29
4.5. Novinarska etika 30
4.6. Ethos-Logos-Pathos 31
4.7. Sloboda 32
4.7.1. Sloboda štampe kao preduslov demokratskog društva 33
4.7.2. Sloboda izražavanja 34
4.8. Cenzura u medijima 35
5.1. Politika i mediji 37
5.2. Politika i društvo 39
5.3. Mediji i društvo 41
5.4. Problem društva 44
5.5. Pozitivne posljedice razvoja medija 46
5.6. Negativne posljedice razvoja medija 48
5.7. Problem manipulacije 52
5.8. Odljev mozgova 54
VI METODE ISTRAŽIVANJA 57
6.1. Anketa 57
6.2.1. Intervju 1 66
6.2.2. Intervju 2 73
6.2.3. Intervju 3 76
VII ZAKLJUČNA RAZMATRANJA 83
LITERATURA 88
BIOGRAFIJA 103
IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA 104

UVOD

I TEORIJSKE OSNOVE RADA

Politika, mediji, i društvo - tri veoma važna faktora, generalno nezavisni jedan od drugog, ali opet međusobno toliko povezani, da je gotovo nemoguće zamisliti njihovo zasebno postojanje.

Zašto? Zato što svrha kojoj služe onda ne bi bila ista. Kako bi mediji opstali ako nemaju kome da izvještavaju, šta su mediji bez svoje publike ako postoje kako bi prenosili informacije javnosti? Dakle, bez javnosti ni njihovo postojanje ne bi imalo svrhe. Također, šta je društvo bez medija, danas pogotovo, kada živimo toliko ubrzanim tempom da se koristimo medijima na svakom koraku. Kojim sredstvima bismo se informirali bez njih? Od kako postoji čovječanstvo koristile su se razne metode prijenosa informacija i poruka, od davnina je čovjek imao potrebu za komunikacijom, koja je sastavni dio ljudske prirode, ono što nam je urođeno, i prirodno, ali je to naravno nekada bilo znatno teže, dok su danas sredstva informiranja toliko napredovala da su nam znatno olakšala taj proces i učinila da je sve na dohvat ruke. Ne moramo ni izaći iz kuće, niti ustati čak, da bismo nešto saznali. Dovoljno je samo uzeti telefon u ruke, i sve je tu. Samim uzimanjem telefona u ruke imamo mogućnost i plasiranja i prikupljanja informacija, raznolikog sadržaja, sa raznih mreža, i iz svih dijelova svijeta. Stoga, bez medija u bilo kojem obliku, društvena funkcionalnost ne bi bila potpuna. Pored svega toga, možemo li zamisliti društvo bez politike, društvenu neuređenost, državu bez zakona i pravila, ili politiku bez društva? Vjerovatno je i suvišno objašnjavati u kojoj mjeri su povezana ova tri pojma, jer je to ono očigledno, logično, jasno i općepoznato. Ostalo je samo da se istraži njihov odnos u današnjem vremenu. Dakle, njihova povezanost je afirmirana u svakom obliku, stoga fokus istraživanja treba staviti na konkretan odnos između ovih pojmova. Njihove međusobne uloge, utjecaje, promjene koje su se dešavale kroz stoljeća pa do danas. Neosporno je da su se sva tri faktora mnogo mijenjala iz decenije u deceniju, a samim tim i njihovi međusobni odnosi, a pogotovo zadnjih nekoliko godina, najbržim tempom do sad, i više nego ikad. Šta su nam te promjene donijele? Kakvog su one karaktera? Jesmo li zadovoljni funkcijom koju obavljaju politika i mediji, a i onom koju mi dajemo od sebe, kao društvo, kao dio javnosti? Uspješna i međusobna funkcionalnost između politike, medija i društva je ono što bi nas sve trebalo zanimati, pogotovo mlađu populaciju koja bi

trebala biti uključena u taj proces postizanja promjena u društvu, a kako ih poboljšati je jedina problematika kojom bismo se trebali baviti, stavljajući opet akcenat na mlađu populaciju, jer su upravo oni ti od kojih sve i zavisi. Ukoliko nam mladi odlaze iz države, ili su tu a isključeni su u potpunosti od svih političkih i društvenih zbivanja, onda ne možemo uopšte očekivati nikakve promjene u bilo kojem segmentu. Samo istraživanje imat će svoj teorijski, ali i empirijski dio, iskustva i mišljenja pojedinaca, djelatnika, te sveukupan dojam i rezultat istraživanja o navedenoj problematici.

II METODOLOŠKI OKVIR RADA

1. Problem istraživanja

Ono što nas metodologija uči jeste da je početak znanstvenog istraživanja, definisanje problema. Problem ovog istraživanja je odnos između politike, medija i društva.

Kako je već navedeno, ova tri pojma su od njihovog postojanja uvijek bila usko povezana. Vremenom su se mijenjali svaki zasebno i nailazili na razne promjene, veće i manje, a samim time su te promjene utjecale i na njihov odnos. Ako pogledamo unazad nekoliko stoljeća kada nije bilo interneta, možemo reći da društvo nije bilo toliko podvrgnuto utjecaju digitalnih uređaja. Naravno, izum telefona odavno postoji, ali nije bio toliko zanimljiv jer nam nije pružao sve ono što nam pružaju moderni telefoni danas. Mobilni telefoni su toliko napredovali da su smješteni u centar našeg interesovanja, budimo se sa njima, i odlazimo na spavanje sa njima. Upravo to je dio problematike ovog istraživanja. Kako utječu mediji na nas. Koliko se taj utjecaj promijenio u odnosu na nekada. Da li je više negativnih promjena, ili pozitivnih? Možemo li uopšte razgraničiti pozitivno od negativnog danas? Da li je ono što mislimo da je pozitivno recimo za naše dijete, u stvarnosti dobro za njega, ili mu većim dijelom nanosi štetu? Kao što je enormna upotreba mobilnih uređaja i konstantno korištenje.

Globalizacijom i modernizacijom i samo društvo, njegove karakteristike, potrebe, zahtjevi i pogledi su se znatno mijenjali. Problem istraživanja je i sama javnost. Kako novi mediji utječu na njih, kakav utjecaj politika vrši trenutno, te kakav je *feedback* javnosti na sve to.

Koristimo li pravo na slobodu govora, možemo li ovo javno mnijenje okarakterisati zadovoljnim?

2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je, koliko se odnos između politike, medija i društva promijenio do danas. Utjecaj politike je nekako u jednom segmentu uvijek bio isti, svrha i namjena se nikad nisu mijenjale, samo se promjenama u društvu, povlači pitanje kakav je taj utjecaj ostao vremenom. Da li je slabio, ili jačao? Ispunjavaju li se sve obaveze i dužnosti, koračamo li ka unapređenju ili polako tonemo nazad dok se oko nas sve drugo razvija. Kako se politika koristi medijima da ostvari utjecaje na društvo? Kakva je njihova slika danas, u odnosu na nekada, te kako funkcionišu međusobno. Upotpunjavaju li se kako bismo postali zadovoljna zajednica u uređenoj državi, ili ipak rade jedno protiv drugog, hvatajući se za korist, i zasebnu dobit, na štetu svega ostalog.

Sve su to pitanja koja treba razraditi i obuhvatiti, kako i u kojoj mjeri se mijenjao svaki od ovih aspekata, a samim time i kako su te promjene utjecale na njih međusobno.

U okviru određenog predmeta istraživanja potrebno je objasniti tipski model istraživanja , koji se sastoji od nekoliko činilaca: uslovi, subjekti, interesi i motivi, aktivnosti, metode i efekti.

Uslovi - Savremeni mediji uglavnom su se „preselili“ u virtualni svijet, odnosno na platforme koje nudi internet, no primat još uvijek drži televizija. Iako se činilo da će radio izgubiti medijsku bitku pojavom televizije, a potom i interneta, to se nije dogodilo. Novine kao najstariji medij pojavom svakog novog tehnološkog postignuća gubile se svoju publiku, no čini se da im je internet na neki način i pomogao. Vijesti, članke, komentare, fotografije i druge sadržaje, novinska izdanja objavljuju i na svojim internet platformama te društvenim mrežama. Društvo sve više pribjegava savremenim medijima, jer ispunjavaju njihove potrebe na najbrži i najlakši način, a danas svi biraju ono što je najbrže, s obzirom na tempo života kojim živimo. Politika se nije prestala koristiti svim vrstama medija, za nju nekako možemo reći da je zadržala svoju rasprostranjenost u svim oblicima izvještavanja. Naravno da su najbrži mediji ipak najzastupljeniji, ali ni ostali nisu toliko zapostavljeni kada je u pitanju politička scena.

Subjekti - Mediji: vlasnici medija, urednici, novinari, čitatelji, korisnici sadržaja, kao i potencijalni korisnici sadržaja, usluga, oglašivači, reklamne kampanje, političari, političke kampanje, zastupnici, članovi ovog segmenta, institucije, organizacije, te kompletna javnost, odnosno društvo u cjelini. Svi navedeni subjekti su učesnici, odnosno glavni i najdominantniji članovi ova tri aspekta, politike, medija i društva.

Motivi, interesi i ciljevi - Svaki od navedenih subjekata ima svoje motive, interese i ciljeve koji su usmjereni i povezani jedni sa drugima. Politika ima određene ciljeve koje ostvaruje između ostalog preko puta medija, čime dopire do javnosti. Dakle njihova ciljna skupina je javnost, društvo. Mediji također imaju svoje vlastite interese koji su usmjereni i prema politici i prema društvu, kao i samo društvo koje svoje ciljeve ostvaruje preko medija ili pokušava doprijeti do politike. Generalno ova tri aspekta sa svojim motivima, interesima i ciljevima se vrte u krug jedno prema drugom, vrše utjecaje i ostvaruju interese koristeći jedni druge, a u isto vrijeme i utjecajući jedni na druge. Svaki aspekt ima svoje različite motive, koji ih usmjeravaju i tjeraju na postizanje ciljeva, koje ostvaruju vlastitim, i posebnim načinima i sredstvima. Javnost će uvijek očekivati da za plaćene medije zauzvrat dobijaju kvalitetne informacije i usluge, te da su uvijek pravovremeno i vjerodostojno obaviješteni o trenutnim zbivanjima. Primarni cilj medija je profit, koji i objašnjava svrhu njihova postojanja, a to je da pružanjem usluga javnosti ostvare zaradu. Pri čemu će njihovi motivi biti usmjereni ka postizanju zadovoljstva javnosti, čime će istovremeno i njihov profit biti obezbijeđen. Politika bi trebala imati za cilj da svojim interesima i motivima teži ka državnoj uređenosti , te zadovoljstvu građana strukturom društva u kojem žive. Da li su ti ciljevi ostali takvi kakvi bi u suštini trebali biti, ili su usljed raznih promjene, i moći koja je postala prioritet, izgubili glavnu svrhu i interes, je upravo ono što treba dalje istražiti.

Aktivnosti i efekti - Aktivnosti podrazumijevaju svakodnevni angažman zaposlenih, kako u medijima, tako i u politici. Mediji su zaduženi za redovno kreiranje sadržaja za čitatelje, a političari za obavljanje svojih regularnih funkcija. Na drugoj strani imamo javnost, koja ponekad također ima određene aktivnosti i zaduženja, ali su uglavnom konzumenti sadržaja. Iz tog njihovog odnosa upravo i proističu određeni rezultati, odnosno efekti.

Efekti mogu biti pozitivni i negativni, kako za medije i politiku, tako i za javnost, iz čega i proizilaze determinirani rezultati, odnosno posljedice, koje također mogu biti različitog karaktera. Naravno, cilj svakog aktera je uvijek postići pozitivne efekte i ishode, za šta je potrebno veliko zalaganje i progres, koji nam danas izgleda sve više nedostaje.

Vremensko, prostorno i disciplinarno određenje **-** Rad obuhvata istraživanje odnosa između politike, medija i društva danas, sa osvrtom i na komparaciju nekadašnjeg odnosa ova tri subjekta. Konkretno istraživanje bit će sprovedeno u prvim mjesecima 2020. godine, a kako i sam naslov implicira bit će usmjereno na politiku, medije i društvo u savremenom dobu na području Bosne i Hercegovine. Istraživanje pripada komunikologiji kao naučnoj disciplini, ali će imati oslonac i na druge nauke i naučne discipline.

2.1. Kategorijalno pojmovni sistem

Osnovne kategorijalne odredbe, odnosno pojmovi koji se izvode iz ovog predmeta istraživanja su: komuniciranje, informacija, mediji, klasični mediji, savremeni mediji, radio, televizija, novine, internet, politika, političke stranke, društvo, društvene grupe, javno mnijenje, novac, monopol, manipulacija, propaganda, cenzura, kleveta, demokratija, novinarska etika (ethos, pathos, logos).

Komuniciranje - "Ovaj termin ima izvorno značenje u latinskom jeziku. Latinski izraz comunicatio znači istovremeno sabrati, složiti, dijeliti nešto s nekim, posavjetovati se, dogovoriti se o nečem. Kao društveni process u kome se ostvaruju međusobni uticaji u formiranju vrijednosnih stavova, komuniciranje je nesumnjivo jedna od osnovnih karakteristika čovjeka kao društvenog bića."[1]

„Informacija je vrijednost poruke, ono što poruka stvarno kazuje, ili: izvještaj o događajima novim, ili primaocu nepoznatim. Informacija je dakle uputa, obavijest, saopćenje, odnosno novosti koje nam pružaju novine, radio, televizija, ali i vijesti koje prenose telegrafija, telefonija."[2]

[1] Tucaković Šemso, Historija komuniciranja, Sarajevo 2000, str. 8.
[2] Fejzić-Čengić Fahira, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2007, str. 25, 26.

Medij je prije svega posrednik, posrednik prijenosa poruke od pošiljatelja poruke do primatelja, odnosno sredstvo komuniciranja ili prenošenja vijesti, kojim se između ostalog ostvaruje komunikacija između vlasti i javnosti. Informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu. Postoji mnogo različitih definicija medija, u zavisnosti sa kojeg gledišta se posmatraju, s tim u skladu ih različito i definiraju. Ali ono poimanje koje je sigurno i svima zajedničko, jeste to da je medij prenosnik informacija/poruka/vijesti.

"*Mediji* su kompleksne društvene institucije i kulturne industrije čija organizacija varira s obzirom na ciljeve kojima teže i s obzirom na društvena očekivanja i doprinos koji se od njih očekuje."[3]

Klasični mediji - Ono što danas nazivamo klasičnim medijem jesu prije dva desetljeća bili uobičajeni mediji; koji svoje informacije, poruke, reklame prenose putem audio/video slike - Televizija, audio signala - Radio, printane riječi - Novine). Dolaskom novih, savremenih medija, koji su svojim karakteristikama znatno olakšali i ubrzali proces informiranja, prethodno navedeni mediji su dobili status klasičnih medija.

Savremeni medij - Pojam kojim obilježavamo sve nove medije koji su nastali i razvili se proteklih nekoliko godina. Ovi mediji su izuzetno funkcionalnim karakteristikama klasične medije stavili u sjenu, jer su mnogo napredniji i pristupačniji, a svojim dolaskom promijenili su svijet i uvukli se u sve aspekte našeg života, u toliko mjeri da im sve i kada bismo htjeli, ne možemo pobjeći. Mobitel je najzastupljeniji član ovih medija, i sastavni "asesoar" današnjeg društva, uključujući sve životne dobi.

Radio - Radio predstavlja bežično primanje i prijenos komunikacijskih signala elektromagnetskim valovima čije su frekvencije niže od frekvencije vidljive svjetlosti. „Počeci radija kao sredstva komuniciranja su u prvim decenijama XX stoljeća, ali osnovne predpostavke za njegovo rađanje stvorene su već u zadnjim decenijama prethodnog - XIX stoljeća."[4]

[3] Peruško Zrinka, Uvod u medije, Zagreb 2011, str. 22.
[4] Nuhić Muhamed, Komuniciranje od pećinskog crteža do interneta, Sarajevo 2000, str. 157.

Televizija - „Riječ „TELEVIZIJA“ je spoj dviju helenskih riječi: „tele“ – daleko i „vizija“ - viđenje. Riječ „televizija“ čula se prvi put 1900. godine u Parizu. Na južnoslavenskom prostoru napisana je prvi put 27. januara 1911. godine u listu „Politika“. Bio je to pokušaj da se kaže da se u informacionom prostoru svijeta javlja jedan novi medij i da se ukaže na posljedice njegova razvoja.“[5]

Novine - Novine su tiskani mediji koji objavljuju različite vijesti iz različitih oblasti života. „Prve novine, i to štampane, pojavile su se, u stvari, u Kini. U Pekingu su 896. godine počele izlaziti novine nazvane King Ku. Ogromnom kineskom carstvu trebalo je sredstvo komuniciranja između metropole i udaljenih pokrajina, odnosno unutar državne uprave. I čim su se za to stvorila odgovarajuća materijalna sredstva - štamparije sa pokretnim slovima, štamparska presa itd. krenulo se sa izdavanjem lista.“[6]

Internet - „To je komunikacijska mreža koja posredstvom kompjutora povezuje cijeli svijet. Mogućnosti i implikacije tog medija još nisu sagledane. Kao što se vidi, internet je svjetska kompjuterska mreža, koja se, iako još nije „iskazala svoje prednosti“ s pravom smatra najznačajnijim medijem. Njegov značaj može se izraziti i slijedećom opaskom: svi dosadašnji mediji, to jest svi klasični mediji čovjeku serviraju ono što njihovi kreatori smatraju da treba servirati, a internet omogućuje čovjeku da traži ono što mu treba, što ga zanima; da traži kad mu zatreba, kad za to ima vremena i kad je raspoložen.“[7]

“*Politika* - Djelatnost u vezi sa državom, umijeće vođenja države. U općem smislu, moć posredovanja u nekim društvenim odnosima i moć utjecaja na rješavanje tih društvenih odnosa.”[8]

Političke stranke - Političke stranke su organizacije građana, slobodno i dobrovoljno udruženih, osnovane radi ostvarivanja političkih ciljeva demokratskim oblikovanjem političke volje građana i učešća na izborima.

[5] Nuhić Muhamed, Komuniciranje od pećinskog crteža do interneta, Sarajevo 2000., str. 167.
[6] Nuhić Muhamed, Komuniciranje od pećinskog crteža do interneta, Sarajevo 2000., str. 90.
[7] Nuhić Muhamed, Komuniciranje od pećinskog crteža do interneta, Sarajevo 2000., str. 230.
[8] Beridan Izet, M.Tomić Ivo i Krešo Muharem, Leksikon sigurnosti. Drugo izmjenjeno i dopunjeno izdanje, 2001, str. 288.

Društvo je najkraće rečeno "kolektivnost", ili "zajednica". Skup mnogobrojnih pojedinaca. Ono predstavlja organizaciju cjelokupnog života određene grupe ljudi, u kojoj oni pod određenim okolnostima vrše različite djelatnosti.

Društvene grupe - Društvene grupe su dio svakog socijalnog sistema. Njih čini manji ili veći broj individua koje su međusobno povezane određenim trajnim ili privremenim odnosima. Do grupisanja dolazi zato što ljudi nastoje da zadovolje neke svoje potrebe na udružen i povezan način, dakle potrebe i njihovo ispunjavanje javljaju se kao razlog ili posljedica stvaranja društvenih grupa.

"*Javno mnijenje* je kroz stavove i procjene izražen stav svih građana u političkoj sferi države. Javno mnijenje je sastavljeno od svih stvarnih i izraženih stavova grupa i pojedinaca... bez obzira da li se oni slažu ili ne slažu među sobom i sa pretežnim mišljenjem koje zastupa država, kao i da li će se ona usvojiti ili ne."[9]

Javno mnijenje označava oblik kolektivnog rasuđivanja političke javnosti o aktuelnim društvenim situacijama koje poprimaju vid problema bitnog za život i praksu socijalnih zajednica**.**

Novac **-** Novac je svojevrsna roba za koju se može kupiti svaka druga roba. Novcem se raspoređuju i razmjenjuju svi proizvodi ljudskog rada. „Novac služi kao posrednik, ono je prirodno ili izvedeno sredstvo, s iznimno ograničenom ponudom na tržištu dobara."[10]

Monopol - Monopol predstavlja moć koju mogu imati određena organizacija ili grupa, posjedujući potpunu kontrolu nad nečim, posebno oblastima poslovanja, na način da drugi nemaju udjela. Osobina monopola je nedostatak konkurencije, potpuna prevlast nad nečime. Postoji dosta vrsta monopola, na različitim segmentima i različitog porijekla. Monopoli mogu biti i prirodni i društveni. Izraz monopol se najčešće koristi za opisivanje subjekta koji ima potpunu ili gotovo potpunu kontrolu tržišta.

Manipulacija - „Manipulacija je danas toliko rasprostranjena pojava da se može reći da je zastupljena u gotovo svakoj dimenziji društvenog života. Ovu pojavu karakterizira

[9] Nuhanović Asad, Fenomen javnosti, Sarajevo 1998, str.69, 70.
[10] https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/N/Novac

djelovanje usmjereno na tuđe odlučivanje, obično bez odobrenja te osobe. Takvo djelovanje obično djeluje zbunjujuće i motivirajuće na osobu. Za manipulaciju se može reći da je neuhvatljiva i nevidljiva pojava koja je prisutna u gotovo svakoj dimenziji društvenog života te koja se pojavljuje u gotovo beskonačno mnogo različitih varijacija i oblika, od nemoralne tehnike pregovaranja do psihoterapije, pa čak i medicine. Može poslužiti i kao efikasno oružje i propaganda budućih diktatora, a može poslužiti i kao posljednje sredstvo ugroženih u društvu, koji njome privlače pažnju na svoju patnju i bol. Ovisno o obliku, može ograničiti razmišljanje i odlučivanje mete (ograničena manipulacija), a može i otkriti nove horizonte meti, što dovodi do njenog promjene mišljenja ili odluke (široka manipulacija). Na manipulaciju nisu imune ni politika, ni umjetnost, ni obrazovanje, pa čak ni međuljudski odnosi.“[11]

Propaganda - „Termin je izveden iz latinske riječi propaganda, što u osnovi znači širenje, rasprostiranje. U prvobitnom značenju bio je to sinonim za djelatnost kojoj je cilj, da preko odgovarajućih medija utječe na ljude (društvene grupe, mase, publiku, javno mnijenje) mijenjanjem njihovih ideja i stavova. Za neke naučnike propaganda je prvenstveno naučna disciplina, za druge je to organizovana djelatnost na širenju ideja sa ciljem da se utječe na stavove mišljenja i postupke pojedinaca i grupa, za treće je to, metoda manipulisanja ljudima u društvenoj komunikaciji. Propaganda nikad nije sama sebi svrha. Ona je sredstvo u rukama onog koji postavlja cilj i ko tim sredstvom rukuje radi postizanja tog cilja.“[12]

Cenzura - „Cenzura ima više značenja i definicija, a možda najkonkretnija definicija cenzure u novinarskom diskursu je ona da je „cenzura nastojanje da se uspostavi kontrola nad javnom cirkulacijom neprihvatljivog sadržaja koji je takvim određen na temelju prethodne kvalitativno-političke procjene koju, prema vlastitim kriterijima, provode institucionalni i neinstitucionalni društveni akteri s ciljem oblikovanja sužene javnosti. Cenzura i autocenzura su samo posljedica problema koji se javljaju u bosanskohercegovačkim medijima, a samo neke od njihovih posljedica su urušavanje funkcije novinarstva ali i ograničavanje slobode izražavanja.“[13]

[11] file:///C:/Users/KORISNIK/Downloads/E_Nadzakovic_i_B_Hromic_Manipulacija_kljuc_pobjede_kvazigospodara_svijeta.pdf
[12] Tucaković Šemso, Propagandno komuniciranje, Sarajevo 1999, str. 13, 14. 15.
[13] https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/01/DJ_BOS.pdf

Kleveta - Kleveta je jedno od osnovnih krivičnih djela protiv časti i ugleda. Sastoji se u iznošenju ili prenošenju neistine koja može nanijeti štetu časti i ugledu.

Demokratija - „Demokracija je ishod i izbor duge borbe ogromnog broja ljudi tokom povijesti za ostvarivanje ideala slobode i jednakosti. Ta borba nije se posvuda odvijala podjednako, niti na isti način. Stoga i jeste danas svekoliki svijet tako različito razvijen i razdijeljen na one koji se nazivaju razvijenim demokracijama i one koji tu borbu *de facto* tek otpočinju u vrijeme kada se demokracija nameće, prije svega, kao stvar ideologije i ograničenog izbora, a manje kao stvar neke autentične borbe za ideale.“[14]

Novinarska etika (ethos, pathos, logos) - „U vrednovanju antičkih javnih govorničkih nastupa, u svakom konkretnom govoru, »borila se« trijada: ethosa-pathosa-logosa, pri čemu je ethos bivao isto što i predominacija etičkih argumenata, pathos je bivao retorska predominacija emocija, osjećanja ili empatije (dopadljivosti, privlačnosti), dok je logos bivao predominacija logičkih vrijednosti govora kao tadašnjeg sistema prijenosa usmenih informacija. Trijada ethosa-pathosa-logosa, unutar izgovorene (ili napisane) informacije je, u suštini, nekada kao i sada, borba za riječ na pravome mjestu, koja je upotrijebljena na pravi način, i konačno, riječ koja postiže najbolji cilj: logički, etički, emocionalno.“[15]

3. Ciljevi istraživanja

Od davnina razvoj i progres društva je nemoguće zamisliti bez konstantnih istraživanja i otkrića, koji se postižu upravo naučnim istraživanjima i njihovim rezultatima. Naučni cilj istraživanja doprinosi unapređenju, razvoju, boljoj strukturi, otkriću, poboljšanju, naučnog saznanja o onome što se istražuje. Naučni cilj ovog istraživanja jeste doprinijeti što boljem razumijevanju problematike odnosa između politike, medija i društva. U ovom radu ćemo pokušati napraviti komparaciju između tradicionalnih i savremenih medija, kao i nekadašnjeg i trenutnog stanja političke scene i konkretno stanja u društvu. Napravit ćemo analizu svakog aspekta individualno, kako bismo što bolje stekli uvid u problematiku istraživanja.

[14] Šljivo-Grbo Amila, Mediji i demokratizacija društva, Sarajevo 2009, str. 17.
[15] Fejzić-Čengić Fahira, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2007, str. 29, 30.

3.1. Naučni ciljevi

Mogući naučni ciljevi istraživanja su: naučna deskripcija, kao najniži naučni cilj koji mora sadržavati svako istraživanje i u kojem će biti opisani ključni pojmovi vezani za politiku, medije i društvo; naučna klasifikacija i tipologizacija, koji kao naučni cilj ide po pravilu zajedno s deskripcijom, i kojima će biti obuhvaćene promjene djelovanja masovnih medija, posebno savremenih medija, interneta, društvenih mreža i slično, te promjene u politici i društvu; zatim naučna eksplikacija kao naučno saznanje o uzročno-posljedičnim odnosima, društvenim zakonima i naučnim objašnjenjima u procesu transformacije i informacijskih tokova, i komunikacijskih kanala.

3.2. Društveni ciljevi

Društveni ciljevi istraživanja predviđaju i obavezuju istraživanje da rezultatima koji proizađu iz njega obezbijedi određenu društvenu korist i njihovu upotrebljivost izvan okvira nauke, bez obzira na doprinos koji imaju u nauci. Društveni cilj ovog istraživanja obuhvata saznanja o politici, medijima i društvu, kao i samom njihovom odnosu, te komparacije karakteristika ovih aspekata nekada u odnosu na danas, odnosno upoznavanje javnosti sa promjenama koje su se dešavale vremenom, i prikaz trenutnog stanja. Društveni cilj je i da se predstave pozitivne i negativne komponente odnosa između politike, medija i društva danas, kao i pozitivne i negativne karakteristike koje su vremenom donijele promjene u odnosu ova tri faktora.

4. Sistem hipoteza

4.1. Generalna hipoteza

Odnos između politike, medija i društva se znatno promijenio u odnosu na nekada, a posljedice koje su proizašle su i pozitivnog i negativnog karaktera, bilo je i još uvijek ima i jednog i drugog.

4.2. Posebne-pojedinačne hipoteze

1. Odvojeno postojanje politike, medija i društva je nezamislivo.
2. Novac i moć su postali glavni faktori kojima teže politika, mediji i društvo, čime je sukobom interesa njihov odnos narušen.
3. Javnost je sve manje zainteresirana za promjene, zalaganja, korištenje prava na slobodu informisanja, slobodu govora, a samim time i učešća u promjenama, u cilju poboljšanja situacije u društvu.
4. Savremeni mediji su znatno utjecali na društvo, a posljedice na polju intelektualnog, socijalnog i zdravstvenog aspekta su uglavnom negativne.
5. Političari već dugi niz godina ne donose velike promjene, kako bi nivo zadovoljstva javnog mnijenja podigli na veći level, obzirom na to da je trenutno veoma nezadovoljavajući.
6. Sve više mladih ljudi napušta prostore Bosne i Hercegovine, zbog loših uvjeta, kompletne nezadovoljavajuće situacije u državi, i slike kojom je rezultirao upravo negativan odnos između politike i samog društva.

4.3. Indikatori

Usmeni i pisani opisi, novinski članci, osvrti, kritike, komentari vezani za temu rada, kao i iskazi stručnjaka iz oblasti komunikologije.

5. Naučni pristup i metode istraživanja

Metode koje ćemo koristiti za potrebe ovog istraživanja su metoda ispitivanja, anketa, i analiza sadržaja.

5.1. Metoda ispitivanja (tehnika intervjuisanja)

Ova metoda će biti korištena za razgovor sa kompetentnim osobama, pojedincima koji su važni za ovo istraživanje, te ćemo ovim putem afirmirati njihovo viđenje o datoj problematici. Intervju je svako prikupljanje podataka s ciljem da se dobijena obavještenja upotrijebe u naučne svrhe. Obavlja se između dvije ili više osoba, verbalnom i neverbalnom komunikacijom, a njegova uspješnost zavisi od ispitanika kao i osobe koja postavlja pitanja, te same strukture pitanja.

5.2. Anketa

Anketa bi se vršila online, uključujući 100 ispitanika. Putem ankete bismo saznali šta građani misle o današnjem odnosu između politike, medija i društva.

5.3. Analiza sadržaja

Ova metoda će biti korištena prilikom analiziranja različitih sadržaja i članaka koji govore o politici, medijima, i društvu.

6. Naučna i društvena opravdanost istraživanja

Kad je naučna opravdanost u pitanju, nužno je proširiti spoznaju o konstantnim promjenama unutar savremenog društva, razvoju i upotrebi savremenih medija, razvoju i modifikacijama u politici, kao i promjenama strukture i socijalne uravnoteženosti samog društva, te povezati ono što komunikologija donosi u teoriji sa stanjem u praksi. Osim toga, istraživanje treba biti i naučno opravdano davanjem doprinosa aktuelnom stanju

medija, politike, i društva. Istovremeno, nužno je govoriti o značaju komunikologije u savremenim društvima što ukazuje na društvenu opravdanost istraživanja.

7. Polazna saznanja o predmetu istraživanja

Bez političke/državne uređenosti ni jedna sredina ne bi mogla funkcionisati a da se pri tome ne desi opšti haos u društvu. Isto tako ni društvo ne može funkcionisati bez uređenog sistema, zakona i pravila kojih se svi pridržavamo, bez obzira na to da li su to u pitanju beneficije ili zabrane. Također i mediji kao sastavni dio društva moraju svoju funkciju i posao obavljati po strogo definisanim pravilima i zakonima, poštivajući sve subjekte o kojima izvještavaju, kao i one kojima je izvještavanje upućeno. Ovo predstavlja naučno verificirano saznanje, koje je stub cjelokupnog prosperiteta jedne države.

Za određivanje trenutnog odnosa između politike, medija i društva, postoje također i nenaučna evidentirana saznanja raznih vrsta, prije svega iskustvena i stručna. Ta su saznanja uglavnom nastala iz empirijskih/iskustvenih istraživanja. Kad su stručna saznanja u pitanju, to su saznanja do kojih dolaze istraživači koji se bave proučavanjem trenutnog stanja političke i medijske scene, utjecajem politike i medija na društvo, zasebno ili izučavajući utjecaj obje cjeline istovremeno, te što je najvažnije za ovo istraživanje, – konkretnim odnosom između ova tri faktora: politike, medija i društva.

7.1.Fundamentalna pitanja i hipoteze koja proizlaze iz naučnih saznanja

Da li se odnos između politike, medija i društva, vremenom stvarno mijenjao, ili je uvijek bio isti, a da smo pri tome bili neosvješteni?

Zašto živimo u društvu koje konstantno izražava nezadovoljstvo prema postojećem sistemu, a ne čini apsolutno ništa kako bi se promijenio, šta nas sputava da podignemo glas?

Kolika je krivica moći novca za neispravne postupke medija i politike, rezultirane posljedicama koje se odražavaju na društvo?

Da li je novac glavni faktor bez čijeg postojanja ni politička ni medijska slika ne bi bile toliko iskrivljene, ili je ipak to pitanje nas samih kao individua?

Kada govorimo o medijima, da li je sve to medijska odgovornost, ili ipak politička, ko se krije iza njih, ko zapravo drži monopol?

Kakva nas tek budućnost očekuje, ako smo sada izrazito nezadovoljni kompletnom situacijom u državi i društvu, koja vremenom ne postiže nikakav napredak?

7.2. *Projekcija odgovora na evidentna ili izložena pitanja*

Odnos između politike, medija i društva se vremenom sve više mijenjao. Suština ovog odnosa je uvijek bila ista, ali su ga požude poput moći i novca nažalost znatno iskrivile. Cilj politike bi trebao biti upravljanje državom, naravno na ispravan i korektan način, a danas su to uglavnom ostvarivanja individualnih ciljeva političkih aktera, koristeći pozicije u političkim odjelima, ili ipak ostvarivanje generalnog i zajedničkog aduta politike, kao glavnog aktera koji drži monopol nad svime ostalim, i ima samo jedan motiv, a to je zadržati moć i kontrolu. Upravo zbog toga je društvo možda i spriječeno da nastoji nešto promijeniti. Usljed očigledne kontrole koja se vrši nad nama, možda se podsvjesno bojimo mijenjati bilo šta, već smo se samo prepustili onakvom životu kakav nam se nameće. Strah ne smije biti faktor koji će nas spriječiti da oblikujemo zadovoljno i sretno društvo, jer mnogo toga možemo očekivati u budućnosti ako smo već sada ispunjeni jakim nezadovoljstvom. Novac kao faktor koji upravlja svima, bi mogao biti glavni uzrok i krivac iskrivljene slike društva, ali ipak bismo trebali krivicu pronalaziti u nama samima. Ipak je najvažnije ono što je unutar nas, kakvi smo kao individue. Moralnom i etičkom sviješću, poštivanjem zakona i ljudskih prava, mogli bismo ostvariti sistem zadovoljnog društva, ali nepoštivanje istog i udaljavanje od poštivanja osnovih ljudskih prava i zakona, nam nikada neće donijeti zadovoljstvo. Čime ćemo uvijek biti izrazito i očigledno nezadovoljno društvo, koje sve više napušta prostore vlastite države.

III KOMUNIKOLOGIJA

Komunikacija je prva stvar koju naučimo u životu.

Pojam komuniciranja potiče od latinske riječi comunicare – razgovarati i dogovarati se, a sadržan je i u riječi comunitas – zajednica. Moglo bi se uprošteno reći da je komunikacija dijalog u zajednici.

Komunikologija je relativno mlada naučna disciplina. Nastala je u okviru drugih naučnih disciplina – prije svega sociologije, psihologije, politologije, lingvistike, pravnih znanosti… Sama komunikologija danas, kao razvijena nauka ima svoj predmet istraživanja i bavi se fenomenima mas-medija i utjecaja medija na društvo. Pobliže objašnjenje komunikologije moglo bi biti – to je interdisciplinarna socijalna znanost koja objedinjuje sve komunikacijske fenomene.[16]

Komuniciranje je pojava, proces, tok, (su)odnošenje ili interakcija između subjekata komunikacijskog procesa, prije svega, kao živog svijeta na zemlji, i postoji otkako i živi svijet (bios). Mada je komunikacija kao fenomen stara koliko i život, ovaj pojam kao istraživački objekat je relativno nov i spada u takozvane „velike riječi“ dvadesetoga, dvadeset i prvoga stoljeća. Sve na svijetu što je živo komunicira, a to znači, sve što je živo šalje i prima simboličke (rjeđe nesimboličke) signale, a pitanje je vremena kada će znanost pronići u bit razmjene signala i među neživim stvarima.[17]

Komunikacija znači činiti nešto opštim/svima dostupnim. Ona je sastavni dio našeg života i svih njegovih aspekata. Sve ostale oblasti i sfere života su nezamislivi bez nje, jer je komunikacija, kako verbalna tako i neverbalna neophodna kako bismo bilo šta postigli. Čovjek od kako postoji razvijao je razne načine komuniciranja, od ispisivanja znakova po zidinama pa do danas, kada je ovaj fenomen toliko napredovao da držimo mobilni uređaj u rukama i imamo neograničenu mogućnost širenja i prikupljanja informacija, i komuniciranja generalno.

[16] Kečo-Isaković Emina, Izazovi mass-medija, Sarajevo 2006, str. 13, 14.
[17] Fejzić-Čengić Fahira, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2007, str. 13, 14.

Nemoguće je zamisliti bilo koju granu i oblast nauke bez komuniciranja. Ako uzmemo u obzir konkretno propagandu, komunikacija obuhvata sve propagandne manipulacije, sve su to vrste komunikacije, zatim, veoma je bitna za politiku, odnosno sastavni je dio nje, politika ne može funkcionisati bez komunikacije. Osim toga odnosi se i na sve vrste neverbalnog komuniciranja koje svakodnevno koliko svjesno toliko i nesvjesno upotrebljavamo. Upravo zato ovaj fenomen možemo nazvati temeljnim i ključnim faktorom ljudskog života.

Postoje različite vrste komunikacije, kao i njeni utjecaji, i zato je veoma važno koristiti je na ispravan način, te onda kada je potrebno adekvatno uskladiti verbalno i neverbalno komuniciranje. Naprimjer koliko je rasprava između roditelja i djece završilo suzama jer djeca nisu pravilno i pravovremeno protumačila verbalnu ili neverbalnu komunikaciju roditelja! Koliko se brakova raspalo uslijed nesposobnosti i nespremnosti na komunikaciju! Stoga je vrlo važno znati na ispravan način komunicirati i prepoznati negativne strane komunikacije.

Nabrojat ćemo nekoliko vrsta komunikacije:

- Verbalna komunikacija (komunikacija putem riječi)
- Neverbalna komunikacija (govor tijela, i obično prati verbalnu komunikaciju)
- Intrapersonalna komunikacija (razmišljanje, priprema, analiza vlastitih postupaka)
- Interpersonalna komunikacija (razgovor između dvoje ljudi sa ili bez udaljenosti, ili telefonom)
- Grupna komunikacija (odvija se u okviru jedne ili više grupa)
- Javna komunikacija (podrazumijeva veću grupu ljudi gdje govornik i publika imaju jednak status i zadatak prilikom razmjene informacija)
- Masovna komunikacija (obuhvata veliki broj učesnika bez obzira na profesionalni, dobni, polni ili bilo koji drugi status)
- Međukulturna komunikacija (podrazumijeva sve do sada navedene komunikacije osim intrapersonalne, razmjena informacija između različitih vrsta kultura)

Bez komunikacije ljudska populacija ne bi mogla opstati, kao što se borimo za preživljavanje, isto tako se čitav život borimo i za informacije, i zdrave i ispravne komunikacijske tokove, koji su sastavnio dio svakog aspekta našeg života.

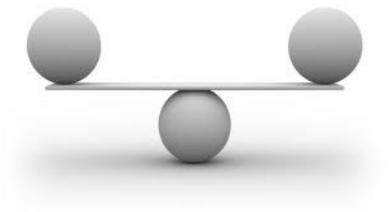
S obzirom na to da komunikacija znači činiti nešto opštim/svima dostupnim, jedno od osnovnih ljudskih prava jeste pravo na komuniciranje odnosno pravo na informaciju. Svaka osoba bez obzira na dob, spol, profesiju, nacionalnost, vjeroispovijest i slično, ima jednako pravo pristupa informacijama, i to je ono nešto što je jedinstveno, što nam niko ne može uskratiti.

Informacija je praksom stečeno saznanje koje je do tada bilo nepoznato u iskustvu subjekata koji učestvuju u konkretnom komunikacijskom činu, a ono što je poznato jeste stečeni uslov koji omogućuje razumijevanje novog saznanja, odnosno informacije. Informacija može da bude saopćena jezičkim i nejezičkim sistemima značenja.

Komuniciranje je temeljni socijalni proces koji omogućuje nastanak i funkcionisanje ljudskih zajednica.

Kroz ovaj rad nastojat ćemo obuhvatiti upravo tu komunikaciju generalno, odnosno sam odnos između politike, medija i društva danas, sa osvrtom na nekadašnju sitaciju, etičko i demokratsko gledište. Naravno, veoma je teško istražiti ova polja do srži, ali se može obuhvatiti generalno ono najvažnije, a to je kakve su nas promjene zadesile kroz desetljeća, kakvog su karaktera, i u kakvoj smo trenutno situaciji danas, u 2020. godini.

IV POLITIKA, MEDIJI I DRUŠTVO



Odnos politike i javnog mnijenja, posredstvom medija kao posrednika informacija se temelji na istini i slobodi. Da bi odnos, ili komunikacija između politike, medija i društva bili uspješni neophodno je poštivanje istine i slobode izražavanja, kako bi se postigao balans u tom odnosu, u kojem bi sva tri faktora igrala odgovarajuću ulogu, to jeste, ulogu koja im pripada. Vladajuća struktura bi putem medija informirala javnost, a javnost bi putem medija prezentirala svoja mišljenja i stavove upućene vladajućoj strukturi. Svako nepoštivanje istine, slobode, i osnovnih ljudskih prava vodi ka disbalansu spomenutog odnosa.

4.1. Politika

Funkcionisanje politike bez komunikacije je nezamislivo. S obzirom na to da komunikacija može biti lažna i istinita, istina predstavlja ključ uspjeha političke komunikacije.

„Politika je moć, politika je sposobnost posredovanja u određenim društvenim i unutardržavnim, međudruštvenim i međunarodnim odnosima, odnosno moć uticaja na rješavanje tih odnosa.“[18]

Višedimenzionalna karakteristika politike je nadmetanju dviju ili više moći, takmičenje, borba za vlast, sukob moći na određenom nivou. Krajni rezultat svakog nadmetanja moći predstavlja novi odnos među moćima, a to je da neka od njih ostaje slabijom.

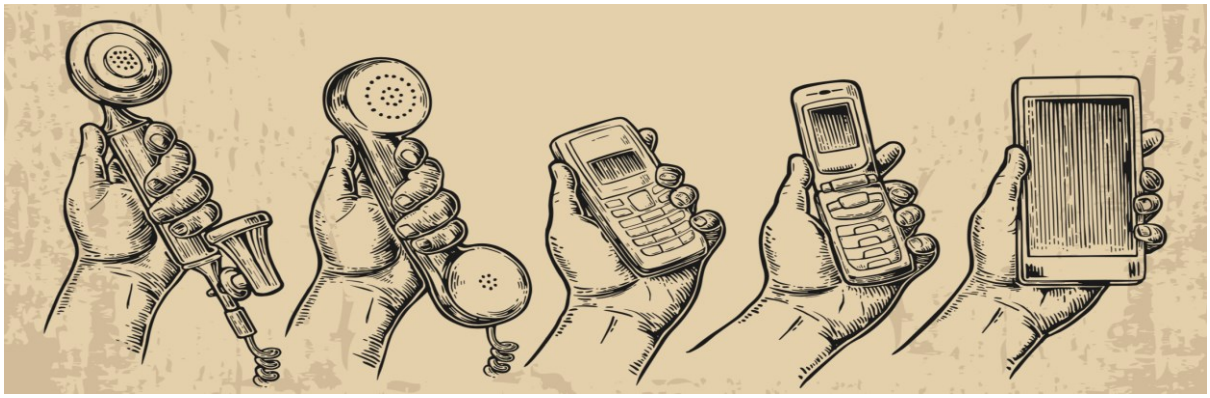
Osnovno mjerilo uspješnosti jedne države jeste prije svega funkcionisanje njenog političkog i ekonomskog sistema. Njen politički sistem je odraz njene unutrašnje stabilnosti, a ekonomski je odraz ekonomskog zadovoljstva. Nivo funkcionisanja spomenutih sistema je u direktnoj korelaciji sa sistemom sigurnosti države.

[18] Beridan Izet, Politika i sigurnost, Sarajevo 2008, str. 16.

4.2. Mediji

Pokušaji čovjeka da komunicira sa drugim jedinkama motivirani su prirodom. Čak i prije nego je pokušao da ostvari komunikaciju sa ostalim pripadnicima svoje vrste, čovjek je prvo komunicirao sa prirodom koja ga okružuje i u kojoj se nalaze uslovi njegove egzistencije. Nakon toga, čovjek je shvatio da mu za potpunost komunikacije i shvatanje okruženja trebaju i ostale jedinke. Crteži po pećinama koje su nam ostavili naši preci potvrđuju čovjekovu svjesnost i iskazivanje želje za komunikacijom. Ljudi su od davnina ostavljali određene crteže po pećinama, kamenju, u nadi da će ih neko drugi vidjeti i shvatiti, čime bi ostvarili upravo tu spomenutu željenu komunikaciju. Dakle čovjek je tragao za drugim pripadnikom svoje vrste s kojim će započeti proces komuniciranja, i to je prirodan proces, instinkt, kojeg je osjećao i nastojao da uspostavi, pronalazeći sve moguće načine za to, s obzirom na uslove u kojima se nalazio. Dar govora kojim je priroda obdarila jedino čovjeka, nije dat odjednom, on je nastajao, a glavnu ulogu u njegovom nastajanju odigrao je rad. Ispravivši se, čovjek je oslobodio ruke za rad. To je bio njegov veliki korak učinjen prije oko milion godina. Poslije toga je slijedio zajednički lov, a u tom zajedničkom poslu, naravno, moralo se sporazumijevati. Čovjek je progovorio, počeo je da komunicira, najprije sa prirodom, a potom i sa pripadnicima svoje vrste.

Ljudsko komuniciranje predstavlja govor i pismo, čovjek je naravno prvo progovorio a kasnije je onda uslijedilo pismo. Pod pojmom pismo ne podrazumijevaju se odmah jezički znakovi, već se prvo misli na sam taj početak čovjekove komunikacije u obliku crteža koje je ostavljao po zidovima, pa tek onda kasnije govorom, kao vrhuncom ljudske preobrazbe. Govorništvo se javilo onda kada se javila i potreba da se ideje i misli iskažu na način kojim će se postići najbolji efekat.



Evolucijom čovjeka, razvijanjem društvenog života, uobličavanjem u organizovana društva – države, vođenjem politike, u društveni život se uključivao sve širi broj građana, i tako je sve više rasla potreba za javnom, društvenom informacijom, razmjenom ideja, mišljenja i stavova.

S obzirom na razvitak i mogućnosti, razmjena informacija počela je sa društvenim skupovima, jer je govor jedino što je čovjek u ta doba postigao i imao. Prvo se počelo sa običnim govorima i društvenim skupovima, pa kasnije do formalnih skupova državnih institucija gdje su se saopštavale vijesti, gdje je počela borba za iskazivanje mišljenja, borba za određena pitanja, borba ko će šta saopštiti, i na taj način je počeo da se razvija govor, i prenose informacije.

Rađanjem novina ljudski razvoj je dosegao jednu novu granicu kojom se obezbijedio lakši način komuniciranja. Smatra se da je novinarstvo starije od novina, ali ako novine ne posmatramo kao novine, već kao sve informacije koje su se prenosile na razne načine, objavljujući se po zidovima, pećinama, gradinama, onda možemo zaključiti da su i novine i novinarstvo nastali istovremeno. Ono što se mijenjalo jeste njihov napredak, što se u ovom slučaju veže za njemačkog štampara Johana Gutenberga, koji je sredinom 15. stoljeća izumio štamparsku presu sa pokretnim slovima i počeo štampati knjige. Međutim štampa se javila mnogo ranije, još u sedmom stoljeću u Kini su se na drvene ploče urezivala slova, premazivala bojom i stavljala pod presu. Tako se stvarao otisak, i to na papiru, koji je napravljen također u Kini početkom drugog stoljeća naše ere, a u osmom stoljeću su se štampale prve novine „Prestonički vjesnik“.

Od kako je čovjek počeo komunicirati, trajalo je to traganje za načinom i sredstvima pomoću kojih će svoju poruku prenositi drugom čovjeku koji nije u njegovoj neposrednoj blizini. Nakon pojave štampe prikupljanje i širenje informacija je doseglo ozbiljan level. Pojavili su se biroi za oglašavanje koji su se poslije razvili u novinarske informativne agencije.

Informacijska revolucija ili eksplozija komunikacija započeta je u prvoj polovini XX stoljeća. Radio i televizija i ostale tehnologije bežičnog komuniciranja učinile su tu revoluciju mogućom. Osim tehnologija na nju su utjecale i druge okolnosti lokalnih i globalnih razmjera poput: razvoja industrije, masovne proizvodnje i velike ponude roba, obrazovanja, suparništva među narodima i državama, ideološke i političke podjele svijeta, i slično. Revolucija je dosegla vrhnunac pojavom interneta kao glavnog giganta koji drži moć i koji danas nema konkurencije. Dakle, od novina do interneta trebalo je dosta vremena, ali je čovjek postigao takva otkrića da je od faze prenošenja poruka po skupovima, ili preko konjanika, došao do faze kada je samo dovoljno imati mobilni telefon u ruci i može se vidjeti i čuti sa bilo kojom osobom bilo gdje na svijetu.

4.3. Društvo

Društvo je izvor svih reformi.

(preuzeto iz ankete)

Svaki pojedinac ima jednaka prava i ne izdvaja se od ostalih. Svaka individua ima pravo na slobodu, na istinu, na učešće na izborima nakon punoljetstva, na odlučivanje o vlastitoj budućnosti, i slično. Bosna i Hercegovina je itekako slobodna država u pogledu mnogo čega, i ta se sloboda jako jasno vidi i koristi. Međutim, u većini slučajeva ona se koristi na negativan način. Laganje, krađa, osuđivanje, ubijstva, toliko koriste slobodu, da se svakodnevno susrećemo sa takvim događajima koji su nekada bili jako rijetki, i šokantni, a danas su samo „još jedni u nizu“. Slobodu imamo, ali je ne koristimo na pravi način. Sloboda ne znači samo osjećati se slobodno, ona nosi sa sobom puno više karakteristika. Danas imamo neograničen broj mogućnosti kojih većina nas nije ni svjesna, ali se koriste

na pogrešan način. Najjednostavnije je ići linijom manjeg otpora i žaliti se na neadekvatnost vladajuće strukture, medija, javnog mnijenja, kriviti druge, manjina je onih koji biraju teži put, a to je ustati i učiniti nešto čime će se riječi pretvoriti u djela. Svaka osoba je pojedinac, i svi pojedinci čine društvo, a društvo je izvor svih reformi. Stoga, ono što kao društvo trebamo koristiti jeste moć koju imamo i nastojati popraviti nezadovoljstvo koje osjećamo.

4.4. Demokratija i njene karakteristike

Borba za demokratiju je borba koja traje dugi niz godina, i predstavlja borbu velikog broja ljudi tokom povijesti za ostvarivanje osnovnih ljudskih prava, a to je slobode i jednakosti. Demokratija je pojam koji je mnogo korišten proteklih godina, kako od strane vlasti, tako i od strane naroda, i danas ona ne predstavlja samo pojam koji se odnosi na društvo i vlast jedne države, već i na međudržavne odnose naroda i država.

Dakle ona predstavlja nešto što je svima zajedničko, to je univerzalno prepoznat ideal, kojeg dijele svi narodi u svjetskoj zajednici, bez obzira na političke, socijalne i ekonomske razlike. Ona predstavlja temeljno pravo svih državljana i građana koje se treba ostvarivati pod uvjetima slobode, jednakosti, transparentnosti i odgovornosti, kao i temeljnu vrijednost na kojoj se politički sistemi izgrađuju, i temeljno načelo za ocjenu njihove valjanosti.

„Ta borba se nije posvuda odvijala podjednako, niti na isti način. Stoga i jeste danas svekoliko svijet tako različito razvijen i razdijeljen na one koji se nazivaju razvijenim demokracijama i one koji tu borbu *de facto* tek otpočinju u vrijeme kada se demokracija nameće, prije svega, kao stvar ideologije i ograničenog izbora, a manje kao stvar neke autentične borbe za ideale. Ponajviše, to pitanje opterećuje postsocijalistička društva u koja spada i Bosna i Hercegovina i u kojoj nedostaju bitne pretpostavke za snažnije zaživljavanje demokracije. Otud je pitanje značaja i uloge medija u demokratskoj konsolidaciji od posebne važnosti za suvremenu komunikacijsku znanost.“[19]

[19] Šljivo-Grbo Amila, Mediji i demokratizacija društva, Sarajevo 2009, str. 17.

4.5. Novinarska etika

Odanost istinitosti i tačnosti u izvještavanju u novinarskoj etici podrazumijeva se kao osnovna obaveza. Svako odstupanje od istine je u potpunosti neispravno, a nepristrasnost bi trebala biti jedna od osnovnih odlika štampe. Ni strah, ni nagrade, ni bilo kakvi drugi efekti ne bi trebali da zastrašuju štampu niti utječu na njena istraživanja.

Istinu smo dužni govoriti i generalno, kao ljudi, kao pojedinci, nevezano za profesiju kojom se bavimo, u skladu sa moralnim načelima, savješću, i vjerskim aspektima, istina nam je naređena, i predstavlja temelj kojeg se trebamo pridržavati, i radi sebe, i drugih, te svakako i na poslovnom aspektu, u smislu dužnosti, kako moralne tako i profesionalne.

„I istinu sa neistinom ne miješajte i istinu svjesno ne tajite!“ [20]

Etika je nešto što je izgrađeno na osnovu jednog prethodno usvojenog morala, i ona danas obuhvata mnoge domene ljudskog života, a to se naravno odnosi i na informisanje i novinarstvo, čiji je značaj u savremenom dobu toliko velik da ga je suvišno i objašnjavati.

Profesionalne norme novinara mogu se svesti na šest dominantnih tema[21]:

- sloboda izražavanja i sloboda kritikovanja, kao odbrana tih prava;
- zaštita profesionalne nezavisnosti i profesionalnog integriteta novinara, odbacivanjem materijalnih ili moralnih povlastica i bilo kakvog spoljašnjeg uplitanja u novinarski rad, kao i priznavanjem odredbe o prigovoru savjesti;
- poštovanje istine u traganju za informacijom i pri njenoj obradi;
- poštenje u pogledu sredstava koja se koriste u tom traganju;
- odnos poštovanja prema izvorima informacija i osobama koje su predmet informacija, kao i primjena autorskih prava i pravila u pogledu citata;
- podjednak tretman svih osoba eliminacijom svih oblika diskriminacije

[20] Kur'an, (El-Bekare, 42)
[21] Korni Danijel, Etika informisanja, str. 36.

Te teme su odjek glavnih orijentacionih linija koje proizlaze iz Minhenske deklaracije u pogledu dužnosti: odbrana slobode informisanja i nezavisnost novinara; traganje za istinom; poštovanje čovjekove ličnosti.

4.6. Ethos-Logos-Pathos

Trijada ethosa-logos-pathosa, unutar izgovorene (ili napisane) informacije je, u suštini, nekada kao i sada, borba za riječ na pravome mjestu, koja je upotrijebljena na pravi način, i konačno, riječ koja postiže najbolji cilj: logički, etički, emocionalno. Vještina uvjeravanja seže unazad hiljadama godina, još je Aristotel postavio osnovu za uvjeravanja kroz: ethos, logos i pathos[22]. Do danas su ovi „modeli dokaza" jezgra i prakse odnosa sa javnošću. Aristotel je opisao uvjeravanje kao vještinu dokazivanja nečega istinitoga ili lažnoga i predstavio tri načina da se pruže takvi dokazi kroz ethos (izvor vjerodostojnosti), logos (logički apel) i pathos (emocionalni apel).

Ethos se fokusira na vjerodostojnost izvora prijenosa poruke. Smatra li se izvor etičkim i može li mu se vjerovati? Izvor vjerodostojnosti izravno utječe na učinkovitost apela. Ako osoba koja prenosi poruku nije od povjerenja, nije važno koji se apeli koriste, nego je odlučan izbor odgovarajućeg glasnogovornika. Apeli ethosa često su sačinjeni korištenjem istaknutih glasnogovornika i ljudi koji su viđeni kao osobe koje će podržati proizvod ili ideju.

Logos se odnosi na apele koji se temelje na određenom razlogu i logici. Ovi argumenti obično se sastoje od činjenica i prikaza, i oni se bave javnošću na kognitivnoj razini. Taktike odnosa s javnošću usmjerene na obrazovanje specifične skupine ljudi najvjerovatnije bi se fokusirale na apele logosa. Takve informacije bi se plasirale izravno i objektivno s jedinom namjerom da se ta skupina ljudi učini svjesnom odreženoga pitanja ili problema.

Pathos se odnosi na argumente koji se temelje na emociji – na poticanju osjećanja kao što su strah, krivnja, ljutnja, šala ili sažaljenje. Praktičari odnosa s javnošću koriste se ovim apelima kada je njihov cilj motivirati skupinu ljudi da razmišljaju ili čine nešto posebno,

[22] Tomić Zoran, Politički odnosi s javnošću, Zagreb-Sarajevo 2017, str. 124, 125.

kao što je kupiti proizvod ili podržati razlog. Apeli pathosa mogu se u praksi vidjeti svugdje:

- apel za prikupljanje novca da se nahrane gladna djeca (očekuje da će probuditi sažaljenje)
- priopćenje javne službe o vožnji u pijanom stanju (cilja na krivnju)
- reklama za kućni sigurnosni alarmni sustav (nastoji potaknuti strah)
- oglas o dijamantima (fokusira se na ljubav)

Apeli pathosa su obično učinkovitiji kada su udruženi sa apelima logosa.
Prije izrade uvjerljive poruke, praktičari odnosa s javnošću moraju prvo odrediti koji apel ili apele koristiti kako bi najbolje došli do ciljane javnosti.

4.7. Sloboda

Sloboda i slobodno djelovanje je od iznimne važnosti za razvoj demokratskog društva kojem danas težimo. Ona predstavlja jedno od osnovnih ljudskih prava, i prisutna je u svakom aspektu života. Sloboda je i sastavni dio novinarske profesije, od čijeg postojanja ili nepostojanja zavisi oblikovanje javne svijesti „Moralnog subjekta (moralne ličnosti) nema bez slobode. Istina, sloboda ne znači da činimo sve što hoćemo, nego znači činiti ono što je spoznato kao dobro. Samo čovjek koji može djelovati na temelju vlastite volje, koji je djelo počinio svjesno, može biti odgovoran. Tako je i u novinarstvu. Novinar je odgovoran samo onda kada su njegova djela rezultat slobodnog djelovanja.“[23]

Bliski i često deformirani odnosi između politike i medija, kao i nepoštivanje slobode medija od strane političkih vođa, ugrozili su i medijsku neovisnost i medijski profesionalizam. Povratak politizacije medija i medijski klijentelizam trenutno su među najozbiljnijim problemima s kojima se mediji susreću. Samim tim, upravo taj deformiran odnos, ostavlja negativne posljedice po društvo u cjelini.

Bez slobode medija, nema ni ličnih ni političkih sloboda, kada se mediji moraju distancirati, i ograničiti svoju slobodu, zbog onih koji upravljaju njima, to ne rezultira

[23] Amila Šljivo-Grbo, Mediji i demokratizacija društva, Sarajevo 2009., str. 62.

vjerodostojnim informacijama, profesionalnim i odgovornim radom, iz čega se može zaključiti da nema slobode bez slobodnih medija. Sloboda medija, i odgovornost novinara, mora garantovati građanima zadovoljavanje njihove potrebe za fer, pravovremenim i vjerodostojnim informacijama, i da im obezbijedi slobodnu platformu za njiihovo sudjelovanje u javnom prostoru.

4.7.1. Sloboda štampe kao preduslov demokratskog društva

„Poput vjernog stražara, slobodna štampa sprečava svako iznenađenje, i blagovremeno upozorava na svaku nadolazeću opasnost“

Metju Tindal, 1704.

Sloboda objavljivanja i pristupa informacijama su glavna prava medija i društva. Sloboda je pojam koji je sastavni dio demokratskog društva kojim se nazivamo a sve manje ga praktikujemo, odnosno poštujemo njegove odlike. Svakom pojedincu pripada sloboda, kao i pravo na istinu, a to može dobiti samo ako je sloboda štampe u potpunosti obezbijeđena. Ukoliko sloboda štampe nije omogućena, samim time se uskraćuje i pravo javnosti da zna istinu, da dobija pravovremene i istinite informacije. Svjesnost građana da je sve ono što primaju upitno, i ne odlikuje se vjerodostojnošću je jedan od glavnih problema i uzroka nezadovoljstva.

Sloboda medija omogućuje vlastima da fer izvještavaju o obavljanju njihovih funkcija, a javnosti da daju svoj odgovor, mišljenje, i stavove o tom djelovanju. I samim time ako je obezbijeđena, odnosno ako mediji služe kao posrednici, onako kako bi i trebali, omogućuje se ispravno funkcioniranje odnosa ova tri faktora. Politika i javno mnijenje bi uspjeli ostvariti ispravan odnos, tako što bi javnost imala tačan uvid u način upravljanja državom i imali bi pravo izjasniti se o eventualnim nezadovoljstvima, a vlasti bi mogle na to uzvratiti donošenjem određenih rješenja kojima bi popravljali eventualna nezadovoljstva, i tako bi svi poštovali taj aspekat, odnosno tu glavnu odliku demokratskog društva. Sprječavanjem slobode štampe, kontrolirajući je, kako državnim tako i privatnim gospodarstvom, javno mnijenje ne može dobiti vjerodostojne informacije, i samim time funkcija političkih vođa je upitna, jer ne mogu raditi na rješavanju problema, kada javnost uopšte ne dobija stvarnu sliku postojećih problema, i samim time, nepoštivanjem slobode kao glavnog aspekta, mi

se ne možemo nazvati demokratskim društvom. „Štampa, kada je slobodna, može biti dobra ili loša; ali, izvesno je da bez slobode može biti samo loša.“ [24]

Nema apsolutno slobodne štampe, baš kao što nema ni apsolutno slobodnog čovjekovog čina ni u jednoj drugoj oblasti. Naprimjer ako američko novinarstvo uživa visok stepen slobode izvještavanja i izražavanja, to ne znači da ta sloboda obuhvata i dopuštenje da se objavljuju osjetljive vojne tajne ili neprikladne slike ljudske fizičke aktivnosti, ili kako u kućnoj atmosferi napraviti neki uređaj koji može štetno utjecati na okolinu, i slično. U suštini ima mnogo vrsta informacija koje se ne očekuje od novinara da slobodno objavljuju. Važno je shvatiti granice, do koje granice se treba poštivati ta sloboda. A to je najbolje objašnjeno time da se koristi u onoj mjeri u kojoj je spoznato kao dobro, i ono što je korisno za javnost. Mediji ne trebaju sakrivati informacije koje mogu biti od koristi za javnost, ali isto tako u isto vrijeme ne trebaju ni otkrivati ono što bi moglo ugroziti javnost. U suštini, rješenje bi bilo, da se dopusti nesputana sloboda štampe, a da se u rezervi zadrži mogućnost cenzure informacija za koje se misli da su opasne i štetne po bezbijednost društva kao cjeline.

Pitanje istine je odlučujuće pitanje, i stavlja se na vrh moralnih obaveza novinara kao što je slučaj u Minhenskoj deklaraciji: „Novinar mora da poštuje istinu, ma kakve bile posledice po njega, zbog prava javnosti da istinu dozna.“[25] (tačka 1 dužnosti). Ako informirati znači uobličiti određenu informaciju radi njenog objavljivanja, onda sama informacija mora biti tačna i na adekvatan način uobličena, u protivnom informacija nije informacija.

Demokratija je rezultat dugogodišnje borbe za prava, slobodu, jednakost, za miran i slobodan život, kojem ne uopšte ne treba puno da bude ostvaren, ali je u isto vrijeme toliko teško da ga u potpunosti postignemo.

4.7.2. Sloboda izražavanja

„Sloboda kao univerzalna vrijednost danas je „veliko“ načelo, ideal u tranzicijskim zemljama. Stoga nakon rata u Bosni i Hercegovini, u kojem su se dogodile velike žrtve i teški zločini, bosanskohercegovački građani tragaju za istinom i slobodom. Pa i samo

[24] Korni Danijel, Etika informisanja, 1999, str. 50.
[25] Korni Danijel, Etika informisanja, 1999, str. 51.

spominjanje slobode budi nadu u drugačije djelovanje. To djelovanje vezano je za razvoj demokracije, za cilj kojemu teže sve postsocijalističke zemlje."[26]

Sloboda izražavanja predstavlja jednu od ključnih osnova (demokratskog) društva, jedan od osnovnih uvjeta njegovog napretka i razvoja svakog čovjeka. Kada je povrijeđena sloboda izražavanja, to nije samo kršenje prava te osobe (novinara), već se time krši i pravo drugih da prime informacije i ideje. Javno mnijenje danas ima potpuno pravo na ogorčenost i izražavanje nezadovoljstva s obzirom na to da je sloboda izražavanja novinarske profesije povrijeđena, čime ni javnost ne prima vjerodostojne informacije.

Članak 19. Opće deklaracije o ljudskim pravima (ODLJP.) iz 1948. godine kaže: Svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu zadržavanja mišljenja bez vanjskih pritisaka te slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja putem bilo kojeg sredstva javnog priopćavanja i bez obzira na granice.[27]

Sloboda izražavanja je važna jer bez njenog poštivanja nema demokratskog društva, nema napretka. Bosanskohercegovački mediji su sve više pod kontrolom državnog ili privatnog sektora, gdje je sloboda izražavanja isto tako kontrolisana onako i onoliko koliko to vlasnici žele. Tu nastaje do problema sa građanima. Građani više ne primaju vjerodostojne i pravovremene informacije, ne znaju kome mogu vjerovati, a kome ne, ne osjećaju se sigurno, svjesni su kontrole i manipulacije, i da je sve što se plasira u javnost unaprijed određeno i kontrolirano. Analize medijskog vlasništva u postsocijalističkim državama ukazuju na problem političke instrumentalizacije i s tim povezanog onemogućavanja profesionalnog rada medija i novinara.

Značaj slobode izražavanja za razvoj ličnosti, za veze među ljudima i za odnos vlade i građana čini slobodu govora ne samo jednom zanimljivom temom, nego temom presudnom za čovjekov život.

4.8. Cenzura u medijima

Cenzura i autocenzura nisu, naravno, novi fenomeni, ali ono što je specifično za savremeno medijsko doba jeste to da one sve češće u medijima bivaju prisutne ne nužno

[26] Šljivo-Grbo Amila, Mediji i demokratizacija društva, Sarajevo 2009, str. 63.
[27] Opća deklaracija o ljudskim pravima UNGA, 1948.

kao posljedica direktnih pritisaka na medije (nedemokratskih metoda uticaja, poput zabranjivanja određenih sadržaja, prijetnji novinarima i tako dalje) nego kao posljedica spremnosti medija da kalkulišu s istinom i svjesnog pristajanja na ograničenje slobode izvještavanja zarad sticanja određene privilegovane pozicije u društvu (politički ili ekonomski benefiti za vlasnike medija, ekskluzivitet u dobivanju informacija ukoliko se medij smatra podobnim ili „prijateljskim“ i tako dalje).

U savremenom medijskom okruženju možemo tvrditi da su cenzura i autocenzura prisutne iz najmanje dva razloga: prisile (opasnosti od sankcija prema mediju i/ili novinaru, koje su najčešće finansijske prirode) i koristoljublja (svjesnosti medija i/ili novinara da će objavljivanje određenih „nepodobnih“ informacija narušiti njihovu poziciju i/ili finansijsko poslovanje i spremnosti da to izbjegnu priklanjajući se onima koji su na poziciji moći).

Budući da su za medije najvažniji oglašivači, te da je industrija oglašavanja blisko povezana sa politikom (a u manje razvijenim demokratijama upravo je politika, odnosno država, i izravno, najvažniji oglašivač) jasno je da se cenzura i autocenzura javljaju kao nusproizvod finansiranja medija od strane političkih i ekonomskih moćnika (pojedinaca, institucija i samog sistema), odnosno kao poluge „kupovine šutnje“ – svjesnog izbjegavanja da se u mainstream medijima čuju disonantni tonovi koji bi ugrozili simbiozu i „ugovor o nenapadanju“ između mandarina, trgovaca i posrednika.

Na gubitku su, naravno, građani, na gubitku je istina i na gubitku je, u konačnici, demokratija.“[28]

[28] https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2020/02/MEDIJSKA-STVARNOST-Eseji-o-koris%CC%8Ctenju-medija-u-BiH_WEB.pdf

V ODNOS IZMEĐU POLITIKE, MEDIJA I DRUŠTVA

5.1. Politika i mediji

Medijsko vlasništvo ukazuje na problem političke instrumentalizacije i time onemogućava profesionalan rad medija i novinara. Manifestacije političke instrumentalizacije i političkog klijentelizma nalaze se u djelovanju javnih radiotelevizija koje se po pravilu još nisu uspjele potpuno reformirati i prevazići mehanizme djelovanja državnih radiotelevizija. Klijentelizam je oblik društvene organiziranosti i djelovanja u kojem pristup izvorima ekonomske i političke moći kontroliraju moćnici, te ga omogućavaju samo svojim klijentima – pojedincima i snagama koje im se povinuju i podržavaju ih. Klijentelizam je suprotan oblicima organiziranosti i djelovanja društva u kojem se pristup resursima temelji na univerzalnim kriterijima i jednakosti svih građana pred zakonom.

Politički klijentelizam je dakle oblik organiziranosti i djelovanja za koji je karakteristično da pristup poslovima ili informacijama, koji bi trebali biti na raspolaganju pod jednakim uvjetima svim građanima, odnosno kompletnoj javnosti, omogućava, odnosno raspoređuje prema kriterijima političke pripadnosti, u zamjenu za političku podršku i zaštitu političkih interesa moćnika koji imaju kontrolu nad resursima (pozicijama, poslovima ili informacijama), najčešće zato što su na vlasti. Takav način upravljanja društvenim resursima podstiče hijerarhijsku društvenu strukturu, te onemogućava razvoj i moć građana i civilno-društvenih organizacija i inicijativa za učešće i utjecaj na upravljanje resursima. Nijedno društvo nije potpuno klijentelističko, ali u nekima takav način organizacije prevladava.

Politički klijentelizam se u medijima ispoljava i preko položaja institucija koje reguliraju djelovanje medija. Njima nije omogućen nezavisan rad nego ih se politizira i izlaže stalnim političkim pritiscima. Klijentelizam se manifestira i tako što se na vodeće položaje u medijima postavljaju politički lojalni kadrovi, tako što nije moguće dobiti i voditi poslove bez političkih veza, tako što vlasnici koriste medije kao adut u pregovorima s političkim i drugim elitama i kao sredstvo za intervencije u politici, a to je često i jedini razlog zbog kojeg je neko poduzeće ili pojedinac vlasnik medija. Kao suprotnost političkom klijentelizmu postavlja se profesionalizacija novinara, a nju je moguće ostvariti samo u društvima gdje se novinarstvo može razviti u djelatnost koja je odvojena i nezavisna od drugih društvenih i političkih djelatnosti. Pri tome je ključno da novinari služe interesu

javnosti, a ne specifičnim interesima različitih grupa, da djeluju na osnovu profesionalnih standarda, a ne da slijede ciljeve nametnute izvan njihove profesije.

Politika ima presudan utjecaj na medije, nevezano za vrstu političkog sistema, i konstantno se iznova nameće pitanje da li je uopšte moguće demokratsko funkcionisanje medija. O političkim odlukama se izvještava površno, ne traže se uzroci za određena događanja, a javnost je uglavnom izmanipulisana ili slijedi one medije koji im ideološki odgovaraju, bez da se ozbiljnije bave analizom samog sadržaja. I to je jedan od glavnih problema. Dakle krivica nije samo u tom vlasništvu već i u samom društvu.

Posebnu važnost u ovom procesu imaju vlasničke i uredničke odluke, što ukazuje na potpuno različit položaj vlasnika i urednika naspram novinara. Vlasnici koji su u bliskim odnosima sa političarima uglavnom ne vide ništa sporno, to im svakako donosi određenu moć i beneficije u društvu. Urednici su, uglavnom, ljudi koji uživaju vlasnikovo povjerenje, dok su novinari oni koji prihvataju pravila igre - bez da ih se išta i pita. Vlasnici se zapravo ponašaju kao tipični biznismeni čiji je glavni i jedini cilj profit, a novinari su ili loše plaćeni ili se od njih očekuje da rade u skladu sa vlasničkim direktivama koje su uglavnom u interesu političkih i ekonomskih moćnika.

Odnos medija i politike Kastels označava kao medijsku politiku i pod ovim terminom podrazumijeva i politiku medija i politiku u medijima - što ukazuje na njihovu snažnu simbiozu, pri čemu navodi da politika i politički lideri ne bi postojali u javnom umu ukoliko ne bi bilo medija. S druge strane, politika donosi čitanost/gledanost/slušanost mediju. Za pristup medijima odlučujuću ulogu imaju „čuvari kapija“, što navodi i Kastels pozivajući se i na druge autore. Čuvari kapija odlučuju koja će informacija biti puštena i na koji način će biti interpretirana u medijima. Pod čuvarima kapija, ovaj autor navodi: supervizorsku organizacionu kontrolu ili državnih tijela ili korporacija, uredničke odluke, izbore profesionalnih novinarskih tijela i logiku u okviru sprovođenja zadataka dodijeljenog medijskoj organizaciji. „Politika pristupa ostvaruje se u interakciji ova četiri nivoa procesa čuvanja kapija. Što je određeni medij nezavisniji od državne kontrole, bilo na osnovu ustavom garantovanog nezavisnog emitovanja (kao što je BBC) bilo privatnog

vlasništva, to će više na pristup uticati komercijalni interesi (reklamiranje kao funkcija gledanosti) i/ili profesionalna tela.“ [29]

Upravljanje medijima podrazumijeva strategije koje imaju svrhu nečiji položaj predočiti javnosti putem masovnih medija na najbolji mogući način, što nije komponenta demokratskog društva. Aktivnosti političkih stranaka uglavnom se svode na aktivne suradnje u vladinim programima te pridobivanje potpore građana za svoju politiku i programe.

Svaka demokratski izabrana vlast mora komunicirati sa svojim građanima. Dužnost vlasti je pružanje informacija javnosti, i to ne smije podrazumijevati kontrolu i manipulaciju informacijama koje se prenose. Jedan od najvećih problema današnjice jeste to što postoje određene strukture skrivene od očiju javnosti, čiji je posao plasiranje informacija u javnost onakvih kakve odgovaraju njihovom poslodavcu, bez obzira na to jesu li istinite ili ne. Preoblikovane su tako da ne mogu naštetiti određenom političaru ili stranci kada se radi o njihovom imidžu u javnosti, bez obzira na to što etika odnosa s javnošću, kao i svaka druga, upućuje na suprotno.

Dakle, informacija je moćno političko oružje, a njeno selektivno širenje, ili ograničavanje ili iskrivljivanje koje provodi vlada, je važan element u upravljanju javnim mišljenjem. Takav način plasiranja informacija suprotstavlja se shvatanjima medija kako javni poslovi moraju biti otvoreni i transparentni, suprotstavlja se i slobodi izvještavanja, i pravu javnosti na informacije, i samim time ni javnost ne može obavljati svoj dio posla na ispravan način, ukoliko oni sami nisu tretirani onako kako bi trebali biti.

5.2. Politika i društvo

Bosna i Hercegovina je država kojoj treba jaka vladajuća struktura koja će poštivanjem prava na slobodu i ne korištenjem medijskog klijentelizma, ostvariti određeni odnos sa svojom javnošću i popraviti dugogodišnje probleme koje ih muče, i o kojima se ne prestaje govoriti. Država se ne može izgraditi na svakom segmentu ako je pri tome njeno stanovništvo ne poštuje, i konstantno pokazuje javnu ogorčenost vladajućom strukturom.

[29] https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2020/02/MEDIJSKA-STVARNOST-Eseji-o-koris%CC%8Ctenju-medija-u-BiH_WEB.pdf

Zadovoljno društvo je odraz ispravnog i fer upravljanja državom, a bosanskohercegovačko društvo se odavno ne izražava kao zadovoljno. Sebičnost je faktor koji igra veliku ulogu. Upravljanje državom podrazumijeva empatiju, i borbu za vlastito stanovništvo, međutim ta borba je nekada bila izraženija, ali danas je nažalost sve slabija. Naravno ne možemo reći da je nema nikako, jer da je tako sistem bi bio znatno lošiji, ali opet i to što ima nije dovoljno.

Prestanak korištenja svih vrsta manipulacije, nesebičnost, nekontrolisanje medija, težnja ka zadovoljstvu javnog mnijenja, obezbjeđivanja prava na slobodu informisanja, i izvještavanja, su samo neki od koraka kojim bi se vladajuća struktura trebala početi baviti, kako bismo uživali povlastice demokratskog i zadovoljnog društva.

Nekad *Danas*

Politička vlast koja ne priznaje kritičko rezonovanje javnosti nije još uvijek u potpunosti prešla prag demokratske civilizacije. Politička vlast koja ne dopušta medijsku kritiku, kontrolu i alternativu, izlaže se entropiji; pošto se odriče samorefleksije, ugrožava svoj opstanak i razvoj.

Bosna i Hercegovina se ne može porediti sa ostalim državama u Evropi i svijetu, kada je riječ o politici, jer nema ni jedna država isti način vladavine, ni isto stanovništvo. Ne zavisi samo uspjeh države od vladajućih organa već i od društva. To je zajednički rad, kao jedan projekat. U nekim manjim državama je možda slično kao u Bosni i Hercegovini, ali u većim je svakako uređenije, i određena pravila i zakoni su jači i bolje uređeni, jer da nije tako veće države ne bi mogle funkcionisati. Što se tiče promjena koje su se dešavale kroz vrijeme, možemo zaključiti da ne prihvataju sve države sve promjene na isti način, i nisu

se svugdje dešavale iste promjene, negdje su bile veće negdje manje, a negdje ipak nisu nikako. Uglavnom su zemlje bivše Jugoslavije kako to mnogi vide, i kažu, one koje su zaostale u razvoju, dok su ostale države krenule ka određenom progresu. Što se tiče medija promjene se odnose na sve isto. Mediji su se svugdje isto širili i na isti način djelovali, negdje prije a negdje kasnije. Svakako, kad god je došao taj utjecaj u određenu državu imao je isto djelovanje, kada govorimo o njihovim pozitivnim i negativnim učincima. Važno je spomenuti i kulturni imperijalizam kao nešto što preuzima sve veću kontrolu nad svime i donosi razne promjene, kako na globalnom tako i na lokalnom nivou. Odrazi kulturnog i medijskog imperijalizma na današnji svijet su jedna od osnovnih i najznačajnijih karakteristika današnjice, te donose radikalne promjene u političkim, društvenim i kulturnim područjima svakog društva.

„Kulturni imperijalizam ima dva cilja, jedan je ekonomski a drugi politički – okupirati tržišta za svoje kulturne robe i uspostaviti hegemoniju oblikovanjem opće društvene svijesti. Izvoz zabave je jedan od najvažnijih izvora za akumulaciju kapitala i globalnog profita. U političkoj sferi, kulturni imperijalizam igra glavnu ulogu u disociranju ljudi od njihovih kulturnih korijena, zamjenjujući to medijski kreiranim potrebama koje se mijenjaju i prilagođavaju svakom narednom medijskom kampanjom. Politički efekat otuđivanja ljudi od njihovih veza sa tradicijom i obaveza prema zajednici raspršuje i odvaja pojedince jedne od drugih.“[30]

Zapadna ideologija, politička uvjerenja, nauka, zakoni i socijalne ustanove, zapadni moralni koncepti, simboli i ideali ljepote, zapadne metode rada i aktivnosti u slobodno vrijeme, zapadnjačka hrana, pop-idoli i zapadni koncept ljudske egzistencije postali su ciljevi, primjeri i norme svuda u svijetu.

5.3. Mediji i društvo

Mediji ne mogu biti u potpunosti u službi javnog interesa sve dok su oni u vlasništvu državnih ili privatni interesa, ili interesa određenih moćnika. Dok god je sloboda izvještavanja ograničena i strukturirana na način da se plasiraju samo one informacije koje

[30] Sefo Mustafa, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, Pregled, 2016, str. 183.

žele da se plasiraju, potrebe javnosti za vjerodostojnim i pravovremenim informacijama ne mogu biti zadovoljene, i samim time društvo nema povjerenje u medije u svojoj državi. Mediji su samo posrednici, i njih koriste i vlasnici i društvo. S obzirom na to da je razlog njihovog rada između ostalih faktora profit, oni će uvijek biti više naklonjeni sponzorima i onima koji imaju mogućnost da ih kontrolišu. Uloga novca je presudna, uvijek je bila i uvijek će i biti. Sve nematerijalne stvari mogu biti prodane, ukoliko posjedujete dovoljno novca. U ovom slučaju, služba javnosti je zanemarena, sve više se objavljuju samo one informacije koje su plaćene, i koje su kontrolirane novcem, te kompletan način izvještavanja, koji je isplaniran, kontroliran, i za to plaćen. A posljedice na kraju, u svakom slučaju, snosi društvo.

Iako mediji ne smiju prekoračiti postavljene okvire, između ostalog zbog zaštite ugleda drugih, njihova dužnost je pružanje informacija i mišljenja od javnog interesa. Ne samo da imaju zadatak širenja takvih informacija i ideja, javnost također ima pravo primanja informacija. U suprotnom je medijima onemogućeno obavljanje njihove vitalne uloge „javnog psa čuvara“.

„Baviti se novinarstvom nije nimalo lahko. Osim što je to postala profesija koja se pretvorila u niskobudžetno pisarstvo (čast izuzecima naravno), novinari su uglavnom primorani raditi za niske plate, a zavise od vlasnika medija za koji rade. Uglavnom su medijske kuće u sklopu drugih ekonomskih subjekata i kao dio takvog sistema moraju raditi u interesu njih, a i pod raznim su političkim utjecajima. „Veliki mediji“ žive u „etičkoj šizofreniji“. Mnogi današnji mediji rade po principu – panem et circenses – hljeba i igara, poznat još iz rimskih dana, ne gledajući da li će svojim radom ograničiti ili narušiti nečije pravo, te da li će primijeniti principe novinarskog ethosa. Biti uzor i društveni korektiv nije nimalo lahko. To je posao koji prvenstveno traži hrabrosti. Posao koji zahtijeva fino kalibriran moralni i etički kompas, i poznavanje svih opštedruštvenih normi. Da je drugačije, Zola ne bi morao bježati u Englesku!“[31]

Mediji su izloženi raznim stegama bez obzira na to u čijem su vlasništvu. Nisu pošteđeni ni ponude podmićivanja, ni zastrašivanja, ni prijetnji, da se objave ili ne objave određene informacije, pa čak i ucjenom o gubitku posla, ili prijetnji na polju privatnog života. Tu se javlja utjecaj straha koji je također jako prisutan i kod medija i kod društva. Zbog straha, ni društvo ne smije da govori sve što bi htjelo, a ni mediji ne smiju da objavljuju sve što bi

[31] https://bib.irb.hr/datoteka/870072.md-26-za-c5a1tampu.pdf

trebali. Recimo kada radimo anketu kao dio određenog istraživanja, mi uopšte više ne možemo znati da li smo dobili istinite odgovore, zato što javnost zbog straha ne smije da kaže ono što misli, i mi ne možemo te rezultate sa sigurnošću smatrati pouzdanim. Tako je i sa medijima, strah ima veliki utjecaj, i većina njih se njemu ne odupire već biva podložna njegovom utjecaju i moći.

Novinari bi trebali svoju djelatnost doživljavati kao slobodnu profesiju, ali ustvari oni uvijek nekome pripadaju i moraju da obavljaju određene funkcije koje im se nameću, njihov rad je dio nekog procesa, i rade u takvom sistemu u kojem djeluju odnosi autoriteta. Rad novinara u medijskim kućama predstavlja specifičnu fazu u jednom proizdvodnom lancu. Taj rad se odvija pod spomenutim stegama i raznim ograničenjima nametnutim cijenama i vremenom, i zahtijeva od svakog novinara posebno ulaganje. Novinari su dio velike mreže raznih odnosa i podvrgnuti su nizu strukturalnih i tehnoloških stega, koje utječu na njihovo ponašanje i generalno način rada.

„Masovni mediji se u teorijama o kulturnom imperijalizmu često nazivaju 'čarobnim metkom' ili 'injekcijom' pomoću kojih se raspršuju željeni utjecaji.“[32]

Jedan od problema jeste odsustvo kazni i to što se ništa ne sankcioniše. Tu se opet vraćamo na onaj problem o neuređenosti zakona o medijima. Ukoliko bi se objavljivanje nepodobnih ili neobjavljivanje, odnosno zataškavanje informacija, sankcionisalo, generalno ovaj problem bi bio mnogo drugačiji. Tako je isto i sa društvom, društvo se sve slobodnije osjeća da javno proziva, psuje, naziva pogrdnim imenima, i vladajuću strukturu, i medije, čak šta više pojedinci se usuđuju i na zastrašivanja i prijetnje fizičkim obračunom, i napade na državnu vlast. Sve je to nešto što zahtijeva sankcije, i neadekvatno ponašanje pojedinaca, i medijsko nepoštivanje pravila novinarske profesije. Ponekad, i ako je nešto sankcionisano, to se provede na takav način da se veoma brzo zaboravi i da onaj ko je počinio prekršaj i ne osjeti posljedice kazne. Tu nam je potrebna jačina, da se odgovara za svaki prekršaj na takav način da se više nikada ne ponovi, i da onaj ko to posmatra se ne usudi da učini isto, ni slično. I to se odnosi i na društvo i na medije.

Nema demokratske države ako u njoj svaki građanin posve ravnopravno i pod istim uslovima ne može da ostvari sva svoja prava.

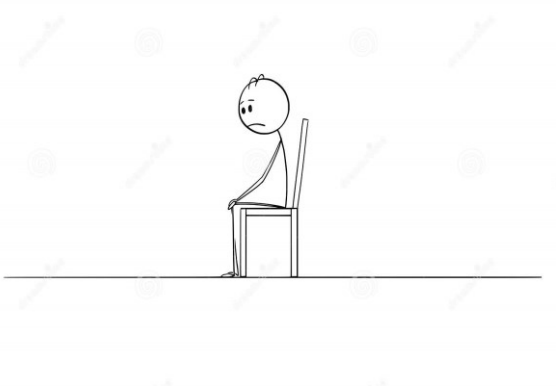
[32] Sefo Mustafa, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, Pregled, 2016, str. 185.

5.4. Problem društva

Kao što je već rečeno društvo je izvor svih reformi, ali ono što preovladava kod bosanskohercegovačkog društva jeste nesvjesnost toga. Javnost je nekada možda i bila malo drugačija, borila se za prava, više se izražavalo nezadovoljstvo, kroz proteste, kroz javne nastupe, pokušavali su se riješiti veći problemi koji nisu nestajali, ali danas, danas se sve više povlačimo u sebe, bukvalno zatvaramo u četiri zida sobe, žaleći se na probleme, i pri tome ne poduzimajući ništa.

Na takvu osobenost jesu znatno utjecali i politika i mediji, oblikovanjem svijesti, i stvarajući od nas pasivne posmatrače, koji kao 'zbunjeno stado', stoje u grupama, kimaju glavama, i vode se za onim što im se kaže i gdje se usmjere. Postali smo toliko neaktivni, da idemo na mjesta koja su nam nesvjesno nametnuta, jedemo šta drugi jedu, oblačimo šta drugi oblače, i ako se vodimo tim kopiranjem osnovnih stvari, zamislimo koliko se tek vodimo kopiranjem tuđeg mišljenja, a to je ono što nikako ne bismo smjeli. To je važnije od toga što kopiramo nečiji način oblačenja. Ne možemo dozvoliti da nam se oblikuje svijest do te mjere, da smo u potpunosti izmanipulisani, moramo se osvijestiti i apsolvirati koliku moć imamo kao pojedinci, i šta sve sa njom možemo udruživanjem, i djelovanjem kao zajednica, kao društvo.

Nekad *Danas*



„Važna konstatacija je da sadržaj poruke koju šalju mediji utiče prvenstveno na ponašanje primaoca tih poruka, na mase ljudi koji su postali zavisni od masmedijskih sadržaja.

Mediji imaju veliku moć uticaja na društvo iz razloga što imaju veliki broj potrošača njihovih usluga. Svi mediji današnjice kojima se koristimo imaju svoj cilj. Najvažniji cilj medija jeste pokrenuti i informisati mase. Često se susrećemo sa situacijama u kojima ljudi čvrsto vjeruju u ono što vide ili čuju putem medija i na osnovu takvih poluinformacija grade svoje stavove. Stoga, mediji imaju veliku snagu i moć da utiču na mase, na njihovo mišljenje. Svakodnevno plasiranje ekskluzivnih i spektakularnih vijesti postala je ustaljena praksa novinara, a ljudi to 'upijaju'.“ [33]

„Struktura medija je vrlo slična ostalim institucijskim strukturama, čiji je cilj proizvodnja intelektualne i poslovne elite koja će podržavati interese moćnih. Dakle, proizvodnja 'odgovornih ljudi' koji trebaju stvari preuzeti u svoje ruke. Ti 'odgovorni ljudi' posjeduju određenu moć, aktivno sudjeluju u političkom životu, dogovaraju kandidate za izbore, te, duboko indoktrinirani, kontroliraju, ili barem pokušavaju kontrolirati, 'zbunjeno stado pasivnih promatrača' koji nisu sposobni odlučivati sami za sebe, te, zbog tog razloga, kontrolu nad njihovim životima moraju preuzeti 'odgovorni pojedinci'.“[34]

Chomsky naglašava da je određene istine teške otkriti kao usamljeni pojedinac iz razloga što pojedinac nema pristup alternativnim izvorima informacija. Alternativni izvori informacija vrlo su važni u današnjem svijetu, u kojem vlada nekoliko korporacija i u kojem mediji uglavnom pripadaju nekom lancu. Slika stvarnosti koju ti mediji prikazuju je vrlo često u suprotnosti sa stvarnim problemima i teškoćama. Probleme malih ljudi mediji često izostavljaju, i u takvim okolnostima alternativni izvori su neophodni ukoliko želimo saznati pravu sliku svijeta i baviti se realnim problemima.

Da bi društvo bilo dio rješenja, i pomoglo novinarskoj profesiji svojim reakcijama, ono mora imati kritičku masu građana, mora biti kritički raspoloženo prema političkom i medijskom sistemu, kako bi bilo sposobno da se odbrani od naleta jeftinog senzacionalizma i zabave koji ih zapljuskuju svakodnevno.

[33] https://bib.irb.hr/datoteka/870072.md-26-za-c5a1tampu.pdf
[34] Chomsky Noam, Mediji, propaganda i sistem, str. 9.

5.5. Pozitivne posljedice razvoja medija

Kada govorimo o medijima i društvu, jasno je da mediji postoje kako bi ispunili potrebe društva. Od samih početaka nastanka i razvoja medija, ljudi su se koristili njihovim dobrima za ostvarivanje komunikacija. Ono što su nam savremeni mediji donijeli u odnosu na klasične medije je nešto što je vrhunac medijske službe. Potreba javnosti je u potpunosti zadovoljena, i imamo mogućnost prikupljanja i širenja informacija, sa bilo kime, bilo kada, i bilo gdje. Dakle dosegli smo mogućnost komuniciranja bez obzira na vrijeme i mjesto, na globalnom nivou. Koliko god to imalo negativnih posljedica po društvo, i generalno po zdravlje čovjeka, nove tehnologije, i internet donijeli su i dosta pozitivnih promjena.

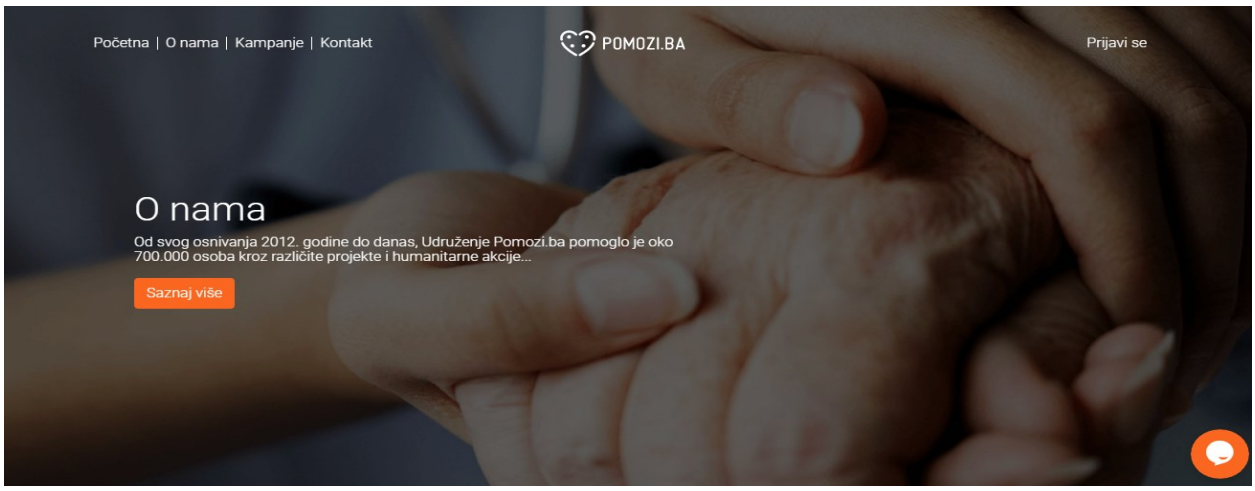
Danas možemo putem društvenih mreža da pronađemo neke stare prijatelje koje nismo vidjeli niti se čuli sa njima godinama. Možemo da se dopisujemo sa njima, gledamo preko kamere, bez obzira na to gdje se oni a gdje mi nalazili.

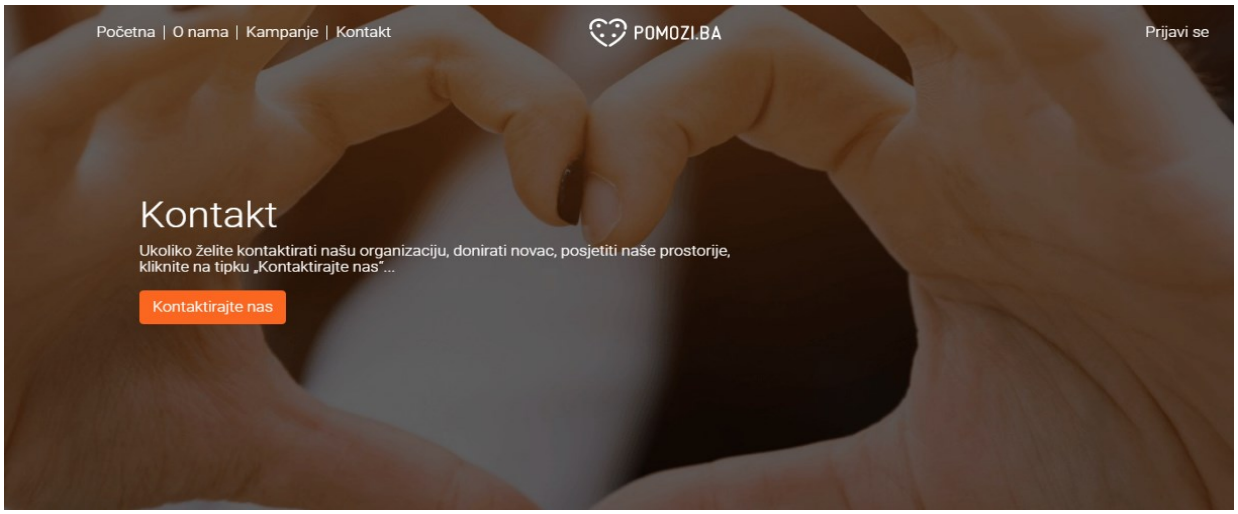
Možemo da stičemo obrazovanje na online način, a zato nam je potreban samo kompjuter ili laptop, ili telefon, i internet. Dakle internet i jedan uređaj. To je sve. Postoji neograničen broj članaka, online knjiga, predavanja, videozapisa, koje možemo gledati i čitati besplatno. Sve nam je na dohvat ruke. Osim toga, sam „youtube“ kao primjer, sadrži toliko videozapisa da ne postoji nešto što nas zanima a da to na njemu ne možemo naći. Naprimjer želimo da naučimo kuhati, više ne moramo upaliti tv i čekati da tačno u 20:00 počne određena gastronomska emisija, ili ne moramo čitati gastronomske časopise iznova i iznova, dovoljno je samo ukucati koja vrsta jela nas zanima, i naći ćemo kompletan postupak njegove pripreme, kojeg možemo gledati iznova, zaustavljati kada nam odgovara, pa ponovo nastaviti, bilo kada i bilo gdje. Tako isto za svaku oblast, sve što nam je na umu, što predstavlja jedan upitnik u našoj glavi, internet platforma nam nudi.

Osim toga, putem interneta je danas moguće i zaraditi, a to je nešto čemu se nekadašnji čovjek nije mogao ni nadati, da neće morati izaći iz kuće, niti ustati sa stolice, a moći će sebi obezbijediti određena financijska sredstva. Postoje razni načini zarade na internetu i danas dosta ljudi se time bavi u slobodno vrijeme ili kao hobi, ali je isto tako i dosta onih koji od toga žive i zarađuju, i to im je primarni i jedini posao. Putem interneta možemo da pratimo pisce, pjesnike, čitamo njihove objave, dijelove njihovih knjiga, ili ipak pratimo one koji tek postaju pisci, i koračaju ka upravo putem svojih internet stranica. Ono što je dosta zastupljeno danas, posebno među mlađom populacijom jesu blogeri. Jako velik broj

mladih ljudi ima nevjerovatan broj pratitelja po svojim blogovima i društvenim mrežama. Neki od njih edukuju i objavljuju svoja pisana ili fotografska djela, kojima utječu na druge, motivisajući ih i učeći novims stvarima, a neki ipak samo reklamiraju određene odjevne kombinacije, ili načine šminkanja i frizura, što je među najzastupljenijim trenutno među bosanskohercegovačkim mladim ljudima, a posebno ženskim osobama.

Jedna veoma lijepa i pozitivna stvar koja se može ostvariti putem interneta jesu razne humanitarne akcije. Za veoma kratak period, nevjerovatnom brzinom je moguće prikupiti dosta sredstava za pomoć onima kojima je potrebno, bez obzira na to da li su u pitanju novčana sredstva koja se trebaju skupiti, ili ipak neki drugi vid materijalne pomoći i organizacije da se posjete oni kojima je potrebno i da im se uruči pomoć. Uz pomoć interneta to je danas moguće ostvariti na jako brze i jednostavne načine.





Neograničen je broj mogućnosti koje imamo da putem interneta pomognemo onima kojima je pomoć neophodna, a za to nam je potrebna samo dobra volja, to jeste humanost, i zajedničko djelovanje. To su samo neki od pokazatelja opcija koje nam nudi internet platforma, postoji ih toliko da ih je skoro nemoguće nabrojati. Nažalost, pored svih pozitivnih karakteristika, prisutan je i veliki broj negativnih koje su itekako zastupljene, i predstavljaju jedan zaseban problem razvoja savremenih medija.

5.6. Negativne posljedice razvoja medija

Pored velikog broja pozitivnih promjena koje su donijeli savremeni mediji, broj negativnih je kako se čini dosta veći. Stvaranjem velikog broja mogućnosti za svakoga ko ima internet, pruža toj osobi i mogućnost da to zloupotrijebi.

Novi mediji su postali jako zastupljeni među mlađom populacijom što stvara jednu vrstu ovisnosti. Teško je naći danas mladu osobu koja nema „smartphone“, i u tome nema ništa loše generalno, ali to što je njegova upotreba dosegle tolike mjere da se ne odvajamo od njega, to je sasvim druga priča. Mladi danas izlaze na kafu radi razgovora sa prijateljima, ali na tim kafama sjede i svako je posvećen korištenju vlastitog telefona. Postali su zarobljenici tehnologije. Spomenuti blogeri su prerasli u uzore današnjoj omladini. Koliko god je onih koji edukuju, toliko je i onih koji propagiraju negativne stvari, i nažalost veliki broj današnje omladine ih slijedi i kopira njihov način života, kao što su se nekada kopirale javne ličnosti, samo što je jedina razlika ta što danas ne morate biti javna ličnost da bi vas neko kopirao, dovoljno je samo da imate nekoliko stotitna pratitelja na društvenim mrežama, i pozornica je vaša. To kopiranje je doseglo takav nivo da današnja djeca, oblače ono što njihovi omiljeni blogeri oblače, jedu ono što oni jedu, idu na mjesta na koja oni idu, i slično. Telefon je postao sredstvo koje služi da se blogeri prate, i da se pokuša biti kao oni i plasirati to na vlastitim društvenim mrežama, kako bi to naravno svi ostali mogli vidjeti. Sve to vodi do socijalne distance, i nerazvijenosti djece, koja su podložna tim utjecajima medija, iz čega proizilaze i slabe komunikacijske vještine djece, i usamljenost i depresija i razni drugi faktori. To je bila jedna od najzastupljenijih negativnih posljedica, osim toga, zloupotreba i neadekvatno korištenje interneta prisutni su i na raznim drugim poljima.

„Zavisnost od medija je preuzela kulturološke, edukativne, socijalne, moralne i religiozne aspekte svijeta. Danas ljudi žele biti dio onoga što je trenutno u trendu u svijetu. Većina ljudi imitira način života neke poznate ličnosti i sve je ovo preuzelo do tada postojeće kulturološke vrijednosti.“[35]

Porast korištenja mobilnih uređaja je izrazito primjetan u zemljama u razvoju gdje ljudi prelaze iz faze „nekorištenja digitalnih medija“ direktno u fazu „korištenja putem mobitela“. Ponašanje ljudi na internetu formira njihov online identitet. Pojedinci mogu pokazati drugačije uzorke ponašanja u drugačijem kontekstu (naprimjer, drugačiji su privatno i poslovno/profesionalno), što se može opisati kroz izraz „različita online persona“.

Ljudi trenutno u prosjeku provode dva sata dnevno na internet pretraživaču koristeći mobilni uređaj, što predstavlja jednu trećinu vremena koje ukupno provedu online. To

[35] Sefo Mustafa, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, Pregled, 2016, str 181.

dovodi do mobilne revolucije kada se govori o korisnicima digitalnih medija u zemljama u razvoju. Očigledna prednost je u tome što ste korištenjem mobitela manje ovisni o mjestu i vremenu, te što su takvi uređaji dostupniji i pristupačniji (ekonomičniji) nego laptopi i računari. Društvene mreže su ubjedljivo najpopularnija aktivnost na internetu zauzimajući u prosjeku čak 1.8 sati ili 30% vremena provedenog da internetu dnevno.

„Zbog potrebe za novim načinima komunikacije i prijenosa informacija interkulturalna komunikacija se polahko preobrazila u skroz novi kontekst, nazvan novi mediji. Nedvojbeno, mnogi naučnici su utvrdili da je ova nova forma medija ubrzala proces globalizacije i da će ovakvim tokom sigurno dovesti do kulturalne homogenizacije. Poznata izreka Alana Dershowitza: „Internet ne poznaje granice“ se obistinila. Pogotovo uz društvene medije nacionalne granice su prevaziđene od pojedinaca, te su komunikacije na daljinu postale dio svakodnevnog života.“[36]

Putem „facebooka“ dosta je rasprava i svađa, izazvanih nacionalnom mržnjom, pozivanjem na rat, psovkama, koje pojedinac započne i onda se većina pridruži. To su oni koji namjerno koriste društvene mreže kako bi podstakli mržnju, i izazvali virtuelne svađe, koje ponekad prerastu i u zbilju, onda kada online rasprava pređe granice, njeni učesnici se znaju pozvati i na fizičke obračune. Neke od njih su neplanske i nepromišljene reakcije omladine, koja nije svjesna šta potiče, a neke su ipak planske aktivnosti raznih aktera, kojima je cilj širenje mržnje.

Jedan od najvećih problema na internetu je zlostavljanje. Srž problema je što nikada ne znamo ko je sa druge strane, iza kamere, s kim razgovaramo, ko nam piše. Predstavljati se može bilo kako, i pisati šta god želi. To su iskoristili mnogi kako bi zlostavljali, i uznemirivali mlađe, nemoćne, a naročito ženske osobe. Virtuelno nasilje je sve češće, i u dosta slučajeva se prenese i na zbilju. Kada onaj koji je „meta“ pristane da se uživo upozna sa onim koji ga na to poziva, on nikada ne zna s kim će

[36] Sefo Mustafa, Univerzitet u Sarajevu; časopis za društvena pitanja, Pregled, 2019, str. 29.

se naći, ko će doći na to mjesto. I tako dođe do nasilja, i kidnapovanja, i silovanja, pa u najgorim slučajevima i ubistava. Gledajući na globalnom nivou.

Nasilje nad ženama je sve češće, i o tome se i ne šuti toliko. Najveći problem i uzrok toga što se ovakvim događajima ne nazire kraj jeste to što se ništa ne sankcioniše. Odsustvo kazni ili kazne koje su minimalne i apsurdne za počinjeno djelo, utječu na to da imamo veliki broj nasilja, sve vrste zlostavljanja, i raznih kriminalnih aktivnosti.

Dr. Jessie Hronešova istraživač na Evropskom institutu i Londonska škola ekonomije i političkih nauka, već duži niz godina vršila istraživanja na području Zapadnog Balkana, te je obrazložila koliko su mladi na Balkanu svjesni rizika koje nosi internet: “Mislim da neki mlađi ljudi, koji se stvarno bave Internet tehnologijama, jesu svjesni da postoji rizik što se privatnosti tiče, međutim većina sigurno ne razumije kako bi trebali da se štite kada su online i pogotovo kad koriste društvene mreže. Uvijek me čudi koliko ličnih i privatnih stvari mladi općenito 'sheruju' online - od privatnih slika do jako emotivnih priča o svom privatnom životu. Dr. Hronešova dalje navodi da “donedavno nije postojala jasna svijest nigdje u Evropi o tome koliko informacija društvene mreže prenose i ko ima pristup njima.

Svi želimo vjerovati da smo dobili neku nagradu ili da ako kliknemo na ovaj link, osvojit ćemo nešto. Nažalost to su samo prevare i vi ste potencijalna žrtva. Ovo se dešava putem raznih *online* kampanja gdje se traže vaši lični podaci. Ponekad se u tim reklamama nalaze razni virusi koji mogu da preuzmu jako bitne informacije o vama, koje kasnije mogu završiti u rukama nekih kriminalnih organizacija. Postoji određeni broj i slučajeva, kad su mladi ljudi bili „navučeni“ online da se pridruže nekim radikalnim, nasilnim i zaista terorističkim organizacijama. Važno je naglasiti da većina uopšte i ne zna šta znači kada je neka osoba žrtva *online* prevare, te je potrebno pojasniti da je to pojam koji možemo opisati kao uspostavljanje odnosa povjerenja i emocionalne povezanosti između žrtve i

(najčešće) nasilnika ili osobe putem komuniciranja online, a sve sa ciljem vrbovanja i koja želi da zloupotrijebi vaše povjerenje.

„Ipak, što se tiče Bosne i Hercegovine, meni se čini da je valjda najveća opasnost u tome, što mladi ljudi (ali ne samo oni) nisu naučili kako razlikovati istinite informacije i lažne vijesti. Iskreno nikad nisam naišla na područje sa toliko teorija zavjere! U ovim vremenima jako je teško raspoznati čemu vjerovati u medijima, pogotovo na Balkanu, gdje je nezavisnost medija na niskom nivou, te je zato neophodno obučiti javnost o tome kako provjeravati vijesti i da koriste zdrav razum“, tvrdi Hronešova.[37]

Pojava i razvoj savremenih medija je samo omogućio onima koji zloupotrebljavaju medije da to podignu na još veći level. I to je problematika kojom bi se trebalo pozabaviti. Svaku prijavu sankcionisati na takav način, da se više nikada niko ne usudi da ponovi nešto slično.

„Pojedinac teško prolazi kroz revolucionarna kretanja tehnologije i još nije uspio utvrditi ili odgonetnuti koliko ga te „blagodati“ razaraju kao humano biće, kao čovjeka.“[38]

5.7. Problem manipulacije

Ponekad je vrlo teško prepoznati manipulaciju, ali mnogi je ljudi mogu spoznati nakon što je provedena. Nažalost, stupanj manipulacije postao je toliko visok da se može reći kako je gotovo svaka aktivnost na neki način vezana uz nju. Pojedinci, obitelji, narodi, države, svi su pod utjecajem manipulacije kvazigospodara svijeta, koji djeluju pretežno iz vlastitih interesa i spremni su nepošteno djelovati kako bi ostvarili svoje ciljeve. Postoji mnogo vrsta manipulacije, i s obzirom na to kakve nam danas mogućnosti nude komunikacije, manipulaciju je još lakše ostvariti, i implementirati je u apsolutno svaki dio čovjekova života.

Upravo tako se i politika i mediji služe manipulacijom na razne načine, a sa jakim adutima i moći sa današnjom javnošću nije teško manipulisati. Ono što predstavlja problem u Bosni i Hercegovini jeste što zakon za medije nije precizno uređen, te se tako ostavlja mogućnost da recimo određeni portali objavljuju razne dezinformacije ili lažne vijesti, pri čemu

[37] http://balkans.aljazeera.net/vijesti/i-djeca-na-balkanu-su-potencijalne-zrtve-nasilja-na-internetu
[38] Sefo Mustafa, Univerzitet u Sarajevu , časopis za društvena pitanja, Pregled, 2019, str. 291.

građani nisu ni svjesni kakvim su manipulacijama izloženi i u čijem se interesu takve dezinformacije objavljuju. Osim toga negativni utjecaji medija na društvo ogledaju se kroz razne manipulacije koje dolaze propagandnim porukama različitih centara moći, pri čemu društvo te poruke odmah usvaja bez prethodnog kritičkog razmišljanja, i analiziranja pročitanog sadržaja, čime se svjesno prepušta skrivenoj manipulaciji.

Problemi medijskog izvještavanja izazvani su između ostalog financijskim manipulacijama, kojem im nameću njihovi vlasnici ili ipak određeni faktori sa strane. Neosporno je da kada je financijska manipulacija u pitanju ima dosta toga što bi se moglo reći, ali se u isto vrijeme ništa ne govori.

Kao što je već rečeno manipulacija se odvija na razne načine i na raznim poljima života, kako kroz medije tako i kroz standardne komunikacijske tokove. Pronalazimo je u politici, medijima, propagandi, marketingu, ekonomiji... Zapravo je teško pronaći oblast gdje se ona ne primjenjuje, samo je razlika što je negdje primjetimo a negdje je uopšte nismo svjesni. A u tome i jeste njena poenta, biti pod utjecajem manipulacije, a da to i ne znamo. Oni koji manipulišu koriste se raznim podacima, brojkama, informacijama, kojima bi mogli zataškati stvaran problem i skrenuti pažnju sa njega nekim drugim problemima. Oni pronađu neke jake adute koji kada se predstave onima kojima se manipuliše, postanu „spasilac“ problema. Manipulacija je postigla tolike razmjere da postoje ljudi koji se samo njome i bave, odnosno od nje zarađuju i žive, te se kasnije njihova iskustva koriste u raznim poslovima.

Kako bi uspješno manipulirali ljudima i uspostavili svoju moć, vladajuće strukture širom svijeta razvijaju učinkovite strategije manipulacije, posebno manipulacije koja dopire do ljudi kroz medije. Strategije su tako dobro razrađene da se čak i zemlje s najboljim sustavima obrazovanja teško odupiru moći manipulacije. Mnoge stvari, svima dostupne kroz medije i svakodnevne vijesti, vrlo se malo razumiju i objašnjavaju. Prema tome, posao medija vrlo često nije u funkciji obavještavanja, nego u funkciji dezinformiranja pa se vrlo često, gotovo svakodnevno, događa da se pažnja javnosti skreće s važnih pitanja i promjena o kojima odlučuju političke i ekonomske elite plasiranjem beznačajnih informacija. Neke od poznatih manipulacija koje se najčešće primjenjuju su: odvlačenje pažnje, strategija – stvori problem pa ponudi rješenje, strategija odlaganja, korištenje emocija, poticanje javnosti da budu zadovoljni trenutnim, javna samokritičnost, i slično. Postoji toliko vrsta manipulacije da bi trebalo jako puno vremena da se one sve obuhvate.

Ali ono što je sigurno jeste da je ima svugdje, od obične konverzacije u kojoj izmanipulišemo sa sagovornikom tako što promijenimo temu razgovora kako bismo ga natjerali da nesvjesno zaboravi na prethodnu temu, o kojoj nismo željeli da razgovaramo, pa sve do velikih, ozbiljnih manipulacija, koje nam danas oblikuju život putem slika, reklama, javnog govora i ubjeđivanja, i sličnog.

Ono što je važno jeste da je naučimo prepoznati i oduprijeti joj se, jer je danas u Bosni i Hercegovini kao i svugdje u svijetu, problem manipulacije sve izraženiji. Bez obzira na to koliko se društvo bori sa problemima, nezadovoljstvom, nedostatkom financijskih sredstava, i svim problemima koji su zastupljeni, manipulatori se ne osvrću na to. Njih ne zanima u kakvoj je situaciji društvo i u kakvoj će biti nakon njihova učinka, njihov prioritet je samo da izmanipulišu i ostvare cilj koji žele, jer im je vlastiti interes, na prvom mjestu. Nažalost, dosta članova društva nije svjesno manipulacije i njenih tehnika, ali i oni koji su svjesni, dopuštaju manipulatorima da na njih djeluju, i negativno utječu na ljudske živote.

5.8. Odljev mozgova

Ono na što se nažalost danas jako malo fokusiramo, odnosno jako malo se javno govori o tome jeste odlazak obrazovnog kadra izvan granica Bosne i Hercegovine. Ljudi koji su ostvarili određeni napredak u ovoj zemlji, ili su još uvijek na putu obrazovanja a imaju jake ideje, zbog nedostatka financijskih sredstava ili ipak zbog nemogućnosti zaposlenja u željenoj oblasti bez (kako se to otvoreno govori) „štele“, su nakon određenog vremena odustali, i napustili granice ove države.

Veliki broj mladih ljudi već unaprijed svjesno planira odlazak vani, čak šta više još od malih nogu roditelji ih pripremaju na to, šaljući ih na kurseve raznih jezika, za određene države gdje se planiraju preseliti, recimo dosta ih se usmjerava na kurs njemačkog jezika i medinicku školu, kako bi odmah po završetku otišli da rade u Njemačkoj. Veliki dio stanovništva se pomirio sa činjenicom da im djeca ne mogu ostvariti određeni napredak u ovoj državi i u skladu s tim njihovu budućnost od ranih godina njihova života planiraju obezbijediti u drugim državama.

Ukoliko se takav mentalitet nastavi, takvim postupcima, možda ne ubrzo, ali kroz određeni period, Bosna i Hercegovina će imati sve manje i manje jakog obrazovnog kadra, i sve buduće generacije koje budu dolazile bit će generacije koje su naučene da se ovdje znanje stječe kako bi se upotrijebilo vani. Koliko je to žalosno!? Da imamo ono što treba a ne možemo to iskoristiti u svojoj državi.

„Poražavajući podaci za BiH kada je riječ o „odljevu mozgova“ samo potvrđuju činjenicu da je vlast u ovoj zemlji sve samo ne odlučna zadržati inteligentne i obrazovane ljude u čije su školovanje i obuku uloženi milijuni. Štoviše, umjesto da te ljude zapošljavaju, vlasti BiH potpisuju sporazume s drugim zemljama koji omogućuju odlazak domaćih stručnjaka. O odlasku ozbiljno razmišlja i vrhunski stručnjak, interventni kardiohirurg u banjalučkom Kliničkom centru Neno Dobrijević, ne toliko zbog ekonomskog faktora (bolje plaće, uvjeta života...), "već zbog činjenice da liječnici i općenito obrazovani ljudi, što su uspješniji, imaju više problema". "Što više daješ rezultata postaješ sve veći problem. Bojim se da ovo društvo ne prepoznaje stručne ljude i kvalitetu. Nije uzalud izmišljena ona naša izreka `sve se može ovdje oprostiti osim uspjeha`. Puštamo ljude, razbacujemo ih, sijemo ih po svijetu. Oni su tamo glavni i broj 1, a ovdje su gurnuti po strani". Od vlasti, bilo državne, entitetske ili kantonalne nećete dobiti nikakvo smisleno objašnjenje koje se odnosi na strategiju zadržavanja obrazovanih ljudi, u koje je BiH godinama ulagala. Umjesto toga, oni barataju samo statističkim podacima da je BiH od 2004. godine napustilo više od 20.000 ljudi i da se trend rasta nastavlja.“[39]

Kolika je ta želja za odlaskom najbolje nam govore dugi redovi pred ambasadama pojedinih evropskih zemalja, ali i iskustva agencija koje nude pomoć za snalaženje u novim državama.

„Dijana Kajić je diplomirana fizioterapeutkinja iz Novog Travnika. Bila je bez posla, iako ova profesija, na prvi pogled, nudi brojne mogućnosti. Izlaz je vidjela u odlasku u Njemačku, što joj se ostvarilo prije dvije i po godine. Živi u Minhenu i dok čeka nostrifikaciju diplome radi kao njegovateljica.

"Pokušavala sam u BiH na mnogo mjesta, slala sam molbe, upite za posao ali sam uvijek dobijala negativan odgovor. Kratko vrijeme sam radila, pokušavala da nađem sebe, ali sve je to bilo nešto gdje se ja nisam vidjela. Kad sam shvatila da nemam budućnosti sa svojom

[39] https://www.dw.com/hr/odljev-mozgova-u-bih-izmi%C4%8De-kontroli/a-16985103

strukom u BiH, spakovala sam kofere i stigla u Njemačku. Radim za sada kao njegovatelj i to iskustvo mi može pomoći u struci jer se ipak nadograđujem. U Minhenu, gdje se nalazim, ima mnogo osoba iz gradova u BiH, družimo se i pomažemo jedni drugima u ostvarivanju ciljeva koje imamo", kaže Dijana."[40]

Građani tačno znaju zbog čega idu, niko ne odlazi tek tako, kao glavni razlozi su korupcija, nesigurnost, i nedostatak kvalitetnih radnih mjesta. Svakodnevno se susrećemo sa raznim vijestima na raznim portalima o uspjesima bosanskohercegovačkih momaka i djevojaka širom svijeta, i to je ono što nas čini ponosnim, i što treba da nas čini ponosnim, ali koliko je zapravo taj ponos kompletan, ako su ti ljudi otišli i postigli uspjeh u drugim država samo zato jer u svojoj to nisu mogli. Jedna stvar je ukoliko neko ima želju da živi negdje drugo pa se iz raznih razloga preseli, ili želi da se bavi nekim poljem koje kod nas i nije toliko zastupljeno, ili jednostavno u našoj državi nije ostvarivo, ali onda kada jeste, kada postoji mogućnost, a primorani smo napustiti državu, e onda je to nešto sasvim drugo, to je jedan izuzetno velik problem, kojim bi smo se itekako trebali pozabaviti.

Poražavajuće su činjenice da smo među prvima na listi zemalja po odljevu mozgova, a nakon toga svakako i po nezaposlenosti. Mladi i obrazovani ljudi priznaju da napuštaju Bosnu i Hercegovinu upravo zbog te situacije za koju se smatra da se ne može popraviti, ali svakako kada bi im se pružili određeni uvjeti i motivacija da bi dosta njih ostalo i pokušalo ostvariti nešto u vlastitoj zemlji. Osim ovoga valja napomenuti da nam ne odlazi samo obrazovni kadar, sve je više onih koji se bave zanatima i stručnim zanimanjima koji su počeli također da napuštaju ovu državu, počeli smo da gubimo i jake ruke, jake majstore, koji kako smatraju će radije uložiti svoj fizički napor vani za neke pristojne pare, nego preživljavati u Bosni i Hercegovini.

Naravno, imamo i nekoliko primjera onih koji su otišli vani, završili fakultete i vratili se u svoju državu, kako bi ovdje radili i postigli nešto. Problem je što se o takvim ljudima malo govori, oni se trebaju više spominjati, promovisati, kako bi ostalima bili primjer, da i ako odu, se vrate u svoju državu, i u njoj ostvaruju napredak, a ne da ostanu izvan nje.

Sve su to problemi koji za sobom povlače i druge, nove probleme, danas imamo to što imamo, pitanje je šta nas tek onda očekuje dalje, u budućnosti.

[40] https://www.slobodnaevropa.org/a/bih-otislo-gotovo-polovica-ljudi/30244167.html

VI METODE ISTRAŽIVANJA

6.1. Anketa

Anketiranje je vršeno online, pomoću anketnog upitnika uključujući 100 ispitanika, od toga 72% ženskih osoba, a 28% muškaraca. Anketiranje je bilo anonimno. Životna dob ispitanika je bila od 17 do 58 godina, od kojih je 45 ispitanika u radnom odnosu, a 55 se izjasnilo kao nezaposlene osobe. Anketa se sastojala od deset kratkih pitanja:

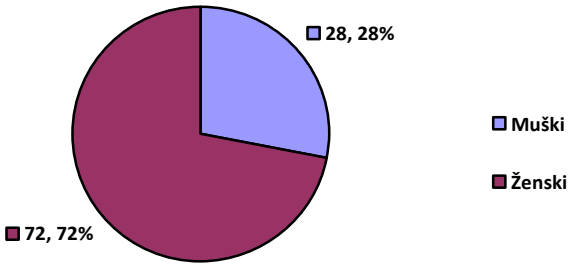
1. Spol?
2. Godište?
3. Da li ste zaposleni?
4. Koliko vremena dnevno pratite medije?
5. Kakav je utjecaj medija na društvo?
6. Kakav je utjecaj politike na društvo?
7. Koliko politika utječe na medije?
8. Ko drži monopol?
9. Je li društvo u Bosni i Hercegovini zadovoljno političkom i medijskom strukturom?
10. Koliko je društvo u Bosni i Hercegovini angažirano u svrhu donošenja promjena u društvu?

11. Koliko ste Vi zadovoljni politikom, medijima, i trenutnom situacijom u društvu u Bosni i Hercegovini?

Rezultati istraživanja

Analiza rezultata dobijenih na osnovu anketnog ispitivanja

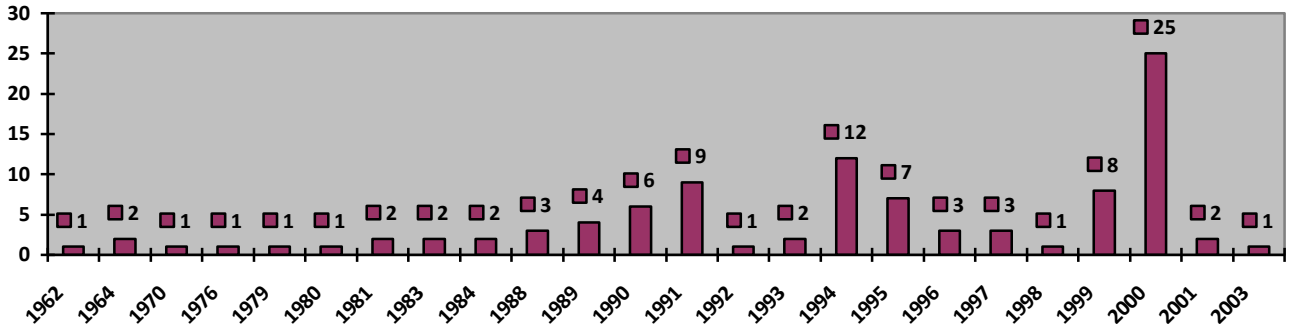
1. Spol?



Grafikon 1. *Grafički prikaz spola*

Prema datom grafikonu vidimo da su 72 ženske odobe ispunile ovu anketu, što predstavlja 72%, te 28 muškaraca, odnosno 28% ispitanika.

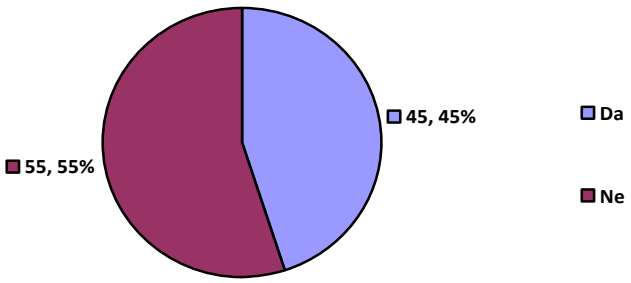
2. Godište?



Grafikon 2. *Starosna dob ispitanika*

Prema rezultatima ankete možemo vidjeti da je starosna dob ispitanika bila od 17 do 58 godina, te da su najviše odgovora dali ispitanici od 20 do 25 godina.

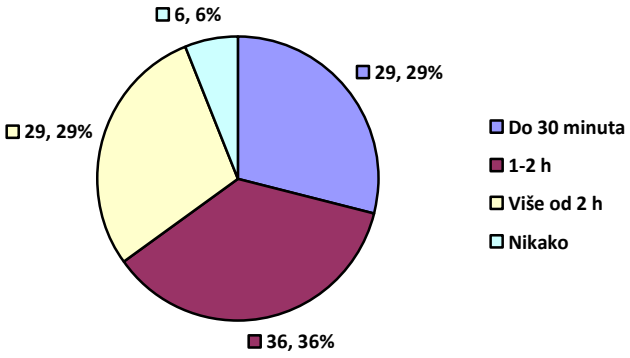
3. Da li ste zaposleni?



Grafikon 3. *Prikaz zaposlenosti ispitanika*

Uvidom u rezultate ankete prema datom grafikonu, vidimo da je 45% ispitanika zaposleno, dok je 55% ispitanika nezaposleno.

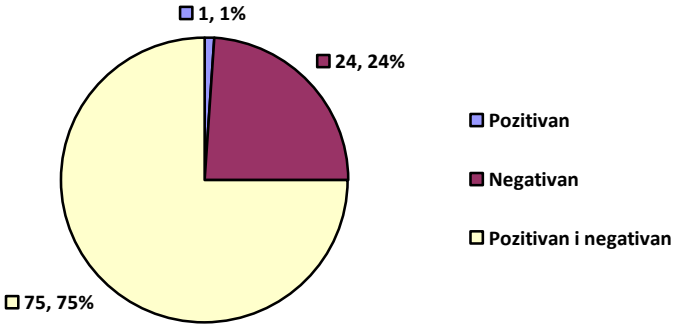
4. Koliko vremena dnevno pratite medije?



Grafikon 4. *Dnevno korištenje interneta*

Do 30 minuta dnevno medije prati 29% ispitanika, 36% njih prati medije od 1 do 2 h dnevno, zatim 29% ispitanika prati medije u nešto većem vremenskom periodu i to preko 2 h, dok ih 6% ne prate medije nikako.

5. Kakav je utjecaj medija na društvo?

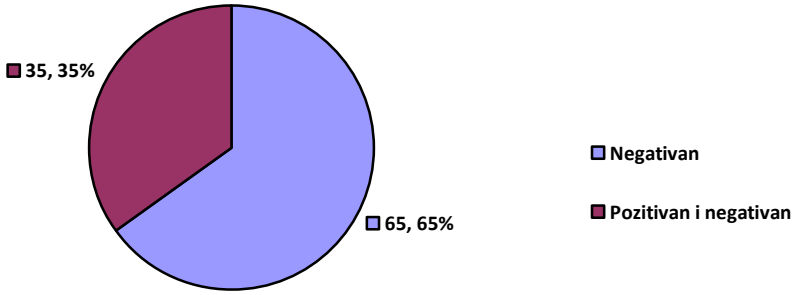


Grafikon 5. *Utjecaj medija na društvo*

Rezultati ankete su pokazali da samo 1% ispitanika, odnosno samo jedna osoba smatra da je utjecaj medija na društvo pozitivnog karaktera. 24% ispitanika smatra ovaj utjecaj negativnim, a 75% odnosno 75 osoba smatraju da je utjecaj medija na društvo i pozitivan i negativan, što nas dovodi do naše glavne hipoteze. Dakle samo jedna osoba ga smatra

pozitivnim, što je pokazatelj da je ovaj utjecaj nemoguće okarakterisati kao potpuno pozitivan, također nešto veći broj ispitanika ga je definisalo kao negativan, što je također nemoguće zaključiti jer nam je svima veoma jasno koliko u većini situacija imamo pomoći od medija, tako da s tim u vezi smtram da ovih 75% ispitanika što predstavlja 75 osoba koji su utjecaj medija na društvo označili kao i pozitivan i negativan, su iznijeli zapravo tačne činjenice, jer zaista je nemoguće precizirati i definisati ovaj utjecaj kao dobar ili loš, kada je on ustvari i jedno i drugo i to je neosporno.

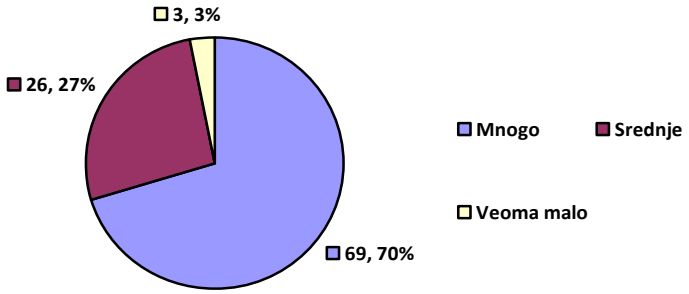
6. Kakav je utjecaj politike na društvo?



Grafikon 6. *Utjecaj politike na društvo*

Uvidom u rezultate ankete na pitanje kakav je utjecaj politike na društvo možemo vidjeti da ni jedan ispitanik nije odgovorio da je pozitivan, 65% odnosno 65 ispitanika je odgovorilo da je negativan, dok je njih 35, odnosno 35% odgovorilo da je i pozitivan i negativan. Za razliku od pitanja kakav je utjecaj medija na društvo, građani su ovdje bili dosta opredjeljeniji. Većina ih smatra da politika ima svoje i pozitivne i negativne utjecaje, što im je vjerovatno teško razlučiti, ali onaj stav koji svi oni zasigurno dijele je da taj utjecaj nije samo i isključivo pozitivnog karaktera, što nas opet dovodi do naše glavne hipoteze, kojom i tvrdimo da je uvijek bilo i bit će i jednog i drugog. Dakle, uvijek će biti i pozitivnog i negativnog utjecaja, jer je politika jednostavno takav segment da je gotovo nemoguće pribjegavati samo jednom, uvijek ćemo imati i one dobre a i loše strane ovog aspekta.

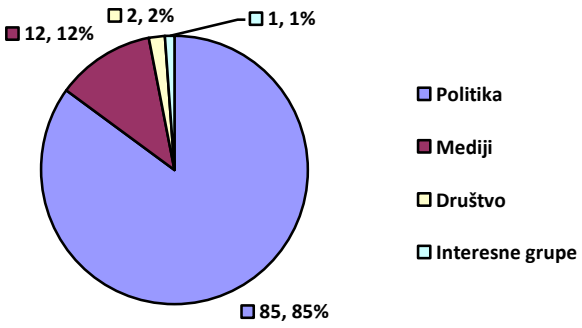
7. Koliko politika utječe na medije?



Grafikon 7. *Utjecaj politike na medije*

Shodno priloženim rezultatima ankete, 69% građana smatra da politika ima veliki utjecaj na medije, 26% njih smatra da politika u nekoj srednjoj mjeri utječe na medije, dok je samo 3% ispitanika odgovorilo da je taj utjecaj veoma mali, što je i očigledno. Između ostalog građani su napisali i sljedeće: "Mediji su često u vlasništvu politika i/ili interesnih grupa", zatim: "Zavisi kako koji medij i pod čijom je palicom. Politika itekako utječe na medije, a mediji su vrlo svjesni toga, poltronski, uvlakački, slugeranski odnos." U skladu sa ovim rezultatima ispitivanja evidentno je da su građani Bosne i Hercegovine stava da politika itekako utječe na medije, te da su mediji istovremeno svjesni tog utjecaja. To su neke činjenice koje su svima itekako jasne, vidljive, i općepoznate, te ih je nemoguće osporiti.

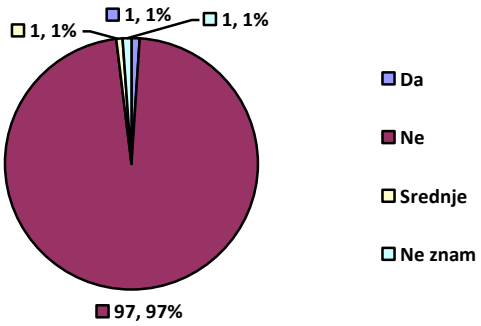
8. Ko drži monopol?



Grafikon 8. *Ko drži monopol*

Prema datom grafikonu možemo vidjeti razultate na još jedno pitanje gdje je većinski broj ispitanika odgovorio jednako, a to je da je politika ta koja danas drži monopol. Svega 12% odnosno 12 ispitanika je odgovorilo da su to mediji, a 2% njih da je društvo. Međutim, općepoznato je kakva je situacija u Bosni i Hercegovini te da kod nas mediji, a pogotovo društvo nisu nikada bili oni koji su mogli držati monopol. Jedna osoba je odgovorila da interesne grupe smatra onima koji drže monopol, ali i njih možemo svrstati u ovaj segment politika, jer su uglavnom oni jedno te isto, i politika, i moćnici i interesne grupe. Stoga, neosporno je da je monopol nad svime uvijek bio, te da je i dalje u rukama politike, i slobodno možemo reći da je vrlo vjerovatno to ona konstanta koja se nikada neće promijeniti.

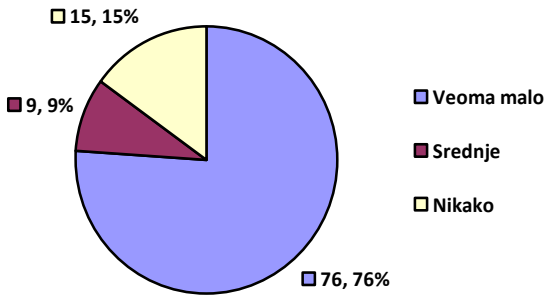
9. Je li društvo u Bosni i Hercegovini zadovoljno političkom i medijskom strukturom?



Grafikon 9. *Prikaz zadovoljstva građana Bosne i Hercegovine političkom i medijskom strukturom*

Prema datim rezultatima ankete možemo vidjeti da je čak 97% ispitanika stava da društvo u Bosni i Hercegovini nije zadovoljno političkom i medijskom strukturom, što je također još jedan od pokazatelja i potvrda hipoteza ovog istraživanja. Primarni odgovor 97 osoba je da nisu zadovoljni, pri čemu se skoro pa uopšte ova tvrdnja i ne dovodi u pitanje. Samo jedna osoba se izjasnila da je u srednjoj mjeri zadovoljna, također jedna osoba da je zadovoljna, i jedna osoba se izjasnila sa "ne znam", što se može protumačiti kao izbjegavanje odgovora umjesto drugih, zbog nepoznavanja tuđeg viđenja vezanog za ovu temu, a svakako da i ta osoba vjerovatno pribjegava nekom od ovih stavova u nešto većoj mjeri nego ostalim.

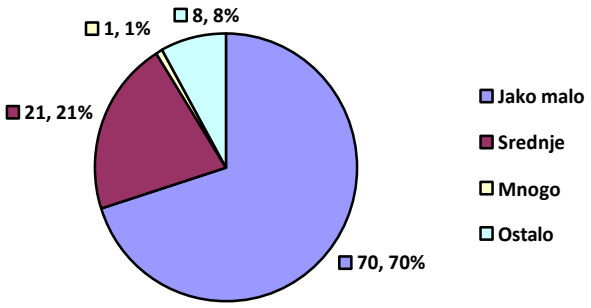
10. Koliko je društvo u Bosni i Hercegovini angažirano u svrhu donošenja promjena u društvu?



Grafikon 10. *Angažiranost građana Bosne i Hercegovine u svrhu donošenja promjena u društvu*

Iz priloženog rezultata ankete, na pitanje koliko je društvo u Bosni i Hercegovini angažirano u svrhu donošenja promjena u društvu, ponovo možemo primjetiti da je znatno velik broj ispitanika dao isti odgovor, tačnije 76 osoba. Dakle, 76% ispitanika smatra da je društvo veoma malo angažirano, zatim 15% njih smatra da nije nikako. Samo 9% ispitanika, odnosno 9 osoba, smatra da je društvo angažirano u nekoj srednjoj mjeri, što nas ni približno ne dovodi do zaključka, odnosno afirmacije da je društvo u Bosni i Hercegovini angažirano u svrhu donošenja promjena u društvu, čime je ovaj rezultat u skladu sa još jednom od navedenih hipoteza istraživanja.

11. Koliko ste vi zadovoljni politikom, medijima, i trenutnom situacijom u društvu u Bosni i Hercegovini?



Grafikon 11. *Prikaz zadovoljstva građana Bosne i Hercegovine trenutnom situacijom u društvu*

Posljednje anketno pitanje koje se odnosilo na to koliko su ispitanici zadovoljni politikom, medijima, i trenutnom situacijom u društvu u Bosni i Hercegovini, također sadrži većinski broj isith odgovora. Ukupno 70% građana se izjasnilo da su jako malo zadovoljni, 21% njih da su zadovoljni u nekoj srednjoj mjeri, te samo 1 osoba, odnosno 1% ispitanika se izjasnilo kao zadovoljan. Osim toga na ovo pitanje 8% građana je dalo sljedeće odgovore:

- "Smeće"
- "Ne bih povezivala medije i politiku, medijima zadovoljna a politikom ne."
- "Nimalo"
- "Nikako"
- "Katastrofa"
- "Politikom sam srednje zadovoljan dok sa medijima nisam uopšte."
- "Jako malo, suština je da u Bosni i Hercegovini ne postoje slobodni mediji, svaki od njih odgovara vlasniku, određenoj politici ili interesnoj grupi. Ne postoji medij kojima slobodu da izvještava o bilo čemu."
- "Naše društvo još ne shvata da je u demokratiji društvo izvor svih reformi kroz biranje adekvatnih predstavnika na izborima, a sama letargija birača ("svi su oni isti") ide u korist vladajućim političkim grupama."

Ako sagledamo sve odgovore priložene ankete, možemo uvidjeti koliko pesimizma ima u građanima Bosne i Hercegovine što se tiče cjelokupne političke, medijske i društvene slike. Više od 70% građana se izjasnilo kao nezadovoljno, što nije ni blizu nekog napretka kojem bismo trebali težiti kako bismo popravili sve prisutne nedostatke, svakog aspekta. Nezavisno od toga koja dobna skupina je dala navedene odgovore poput toga da nam je sistem "katastrofa" ili "smeće" to su riječi koje su jako daleko od onih koje bismo trebali koristiti. Ako pogledamo posljednji odgovor posljednjeg pitanja, možemo zaključiti da se sva suština svodi na upravo to što je ovaj građanin napisao. Društvo jeste izvor svih reformi, biranjem adekvatnih predstavnika na izborima samo mi kao masa možemo donijeti promjenu, međutim mi smo postali društvo koje se godinama vrti u istom mjestu, puni straha od goreg, trpimo nezadovoljstvo i vodimo se principom "Dobro je, samo da nam ne bude gore". Nije dobro, može nam biti bolje, možemo biti zadovoljni, možemo na anketna pitanja odgovarati sa optimizmom, zadovoljstvom, možemo biti sretni, u svom društvu, u svojoj državi. Bez bježanja, bez davanja svog truda i napora drugim prostorima, možemo ovdje ostvariti nešto, a jedini uslov je da to svi zaista želimo i da tako i djelujemo.

Kao pojedinac je naravno teško djelovati, ali ako osoba po osoba započne bilo kakav korak, možemo probuditi dosta pojedinaca, te na kraju biti masa koja će napokon uraditi nešto, i dokaziti i sebi i drugima, da nije bilo razloga za strah, i da smo uspjeli ostvariti promjene i postići zadovoljstvo, u svojoj državi. U državi u kojoj sutra svojoj djeci nećemo dijeliti savjete da je napuste, nego ćemo im pokazati na vlastitom primjeru da se može boriti, ostati, i uspjeti.

6.*2. Intervju*

6.2.1. Intervju 1

Za potrebe ovog magistarskog rada na datu temu prvi intervju sam obavila sa Mirzom Husetićem, predsjednikom Bošnjačke zajednice kulture "Preporod" Zenica. Mirza Husetić rođen je 1991. godine u Zenici, gdje je stekao obrazovanje u oblasti medicine, a istovremeno je i dugogodišnji član BZK "Preporod" gdje je nakon dugotrajnog rada i aktivnosti u ovoj zajednici i stekao poziciju predsjednika. Učestvuje u raznim društvenim skupovima, obrazovnim i humanitarnim koncertima, aktivan je i kao javni govornik, čime eksponira razne javne aktivnosti na raznim segmentima. Razlog zbog kojeg sam se odlučila na razgovor sa Husetićem je između ostalog, zbog njegove godine rođenja. Jako je malo danas mladih ljudi koji su aktivni na raznim društvenim poljima, i koji imaju predstavu o tome kakvo je zaista stanje u našoj državi, te da li i šta trebamo mijenjati, jako je malo zainteresovanih mladih ljudi za bilo kakve aktivnosti u našoj zemlji, a Husetić je jedan od onih koji se itekako interesuju i javno istupaju. Stoga smatram da su mišljenja i stavovi ovako mladih osoba znatno interesantniji kada su u pitanju ovakva istraživanja, zbog čega sam se i odlučila da ovaj intervju kao veoma važnu metodu prikupljanja podataka, obavim sa jednim mladim članom našeg društva.

1. Neosporno je da je utjecaj politike na sve segmente života veoma dominantan, ali kakav je on konkretno na medije danas ? Kakav je bio nekad?

Mislim da je drastično velika razlika trenutno u odnosu na nekada, nekada su mediji bili nezavisni, nisu bili pod uticajem politike i tadašnjeg sistema, barem je to moj stav, mogli su izvještavati onako realno stanje kakvo je i bilo. Međutim, poslije rata je nastala sasvim

drugačija situacija, skoro svaka politička opcija ima svoj medij, kojim plasira stvari onakvim kakve oni žele da se vide, odnosno kako žele da ih kućanstvo vidi.

2. Kada govorimo o medijima, kakav je njihov utjecaj na društvo danas?

Mediji su veoma jaka i bitna karika cjelokupnog društva. Naprimjer, ako pogledamo trenutno stanje u kojem se Bosna i Hercegovina nalazi sa ovom pandemijom korona virusa, mediji su dali veliki doprinos strahu društva prema cjelokupnoj situaciji. Osim toga, i u svim ostalim situacijama mediji vode jednu izuzetno jaku kariku u društvu, oblikovanjem svijesti javnosti koja sve medije redovno prati i pod direktnim je uticajem onog što im se plasira. Njihov uticaj jeste velik, ali je isto tako dosta i neprikladan jer zakon Bosne i Hercegovine nije toliko jasan što se tiče medija, pa se u njima mogu pojaviti i razne informacije i dezinformacije koje možda i nisu adekvatne za široke narodne mase.

3. Kakva je politička i medijska povezanost danas? Evidentno je da se dosta toga drži pod kontrolom, ali kako to izgleda izvana, kakvu sliku nam predstavlja njihov odnos?

Što se tiče ovog pitanja, izjasnio bih se veoma kratko. Velika većina, uz dužno poštovanje određenog broja medija, su pod direktnim uticajem političkih stranaka, osim nezavisnih medija, za koje smatram da su najrelevantniji i najkompetentniji da izvjeste javnost o trenutnim situacijama a ne državni koji su na budžetu.

4. Da li su sloboda informisanja, i sloboda pristupa informacijama obezbijeđeni u potpunosti ili samo onoliko koliko se dozvoli?

Sloboda informisanja je trenutno možda i previše dozvoljena. Svaki medij može doći do bilo kojih informacija, zaštita podataka više ne postoji. Mislim da zakon nije dovoljno uređen što se tiče medija, tako da oni danas mogu svašta plasirati, čak i one informacije koje u svim drugim zemljama možda i nisu dozvoljene, od plasiranja imena i prezimena, do nekih drugih povjerljivijih stvari i ljudi koje bi možda trebali da zaštite, kod nas se to generalno može plasirati u kadar. Recimo može se desiti da se u javnost plasira snimak građanina koji direktno u kameru, bez cenzure, oštrim uvredama i nepristojnim riječima

proziva predsjednika Vlade, premijera ili nekog drugog člana vladajuće strukture. Što se tiče toga, sloboda je prevelika.

5. ***Kakva je trenutna situacija u društvu u Bosni i Hercegovini? Možemo li se okarakterisati kao zadovoljno društvo, ili ipak društvo koje tek korača ka napretku?***

Mi smo još uvijek društvo u jednom povoju, znači nismo još ni prohodali, a pogotovo da se svrstavamo u generaciju koja korača stopama ka naprijed, još mnogo mnogo dalje od tog. Još uvijek imamo dosta ustaljenih problema koje vučemo 20-25 godina unazad i borimo se sa stvarima koje su možda vlasti trebale riješiti prije tih nekih 20, 25 godina, a svakim danom što je neminovno, stižu nas novi problemi i nove nedaće, pa se onda koprcamo u svemu tome zajedno. Dokle, vidjet ćemo. Generalno, nismo još uvijek društvo koje ima taj afinitet da krene dalje.

6. U svemu tome generalno kakva je i kolika uloga novca?

Pa vrlo bitna, koliko para toliko i muzike. Generalno ljubav prema novcu je dosegla taj nivo da se sve vrti oko novca, znači ništa drugo nije ključno osim novca, količine novca, i to je osnovna gradivna i funkcionalna jedinica ovog našeg društva. Ona jedina i upravlja svime, jedina parola je „Koliko para toliko i muzike“ i sve se na tome završava.

7. Ko drži monopol? Svi pribjegavaju odgovoru da je to politika, ali da li je moguće da je ipak sva vlast u rukama moćnih pojedinaca, ili određenih interesnih grupa ili ipak nečeg većeg?

Stvari možemo sagledati ovako: Nije isključeno da su oni kao jedno, ako se zapitamo ko drži politiku, potencijalan odgovor jeste da politiku drže moćnici, gdje taj moćnik naprimjer ima svoju političku partiju koja kroji sudbinu cjelokupne države ili hajmo reći entiteta ili Federacije, znači imamo na čelu te vodeće stranke jedne jake lobi majstore, jake privrednike, izuzetno kvalitetne kriminalce i lopove koji vode jednu političku stranku, ili su u koaliciji sa više stranaka, gdje oni kroje politiku onako kako njima odgovara, te samim tim kroje i politiku cjelokupnog društva. A shodno tome nalazimo se u situaciji gdje smo kako sam već rekao, još uvijek u jednom povoju, te nismo u mogućnosti da kažemo da smo zemlja koja korača naprijed, upravo zbog tog lobija koji se zove i privrednici odnosno određena skupina bogatih ljudi koja vodi stranke, i sve dalje.

Naprimjer, dođe bogat čovjek i ne odgovara mu politika jedne stranke koja hoće da radi po nekom principu ili nekim idealima, normama, koje je možda određeni politički lider koji je omiljen u društvu odredio jedan period, i njemu to ne odgovara jer recimo, ne može da nametne sebi zemlju u centru Sarajeva, ne može sebi da kupi parcelu na Bjelašnici, ili ne može da dobije tender uvoza nekih stvari, i onda on osnuje sebi stranku svojih istomišljenika, i uživa princip samoličnog zadovoljstva, nakon čega onda oni stvore koaliciju koja dođe na sljedeće izbore i dobije vlast. I šta su oni? Oni su privrednici bogataši koji imaju svoju političku stranku, i odmah su na čelu jedne države. I politika i moćnici, oni su jedno.

8. Utjecaj na društvo, manipulacija, rukovođenje društvom generalno, kakvo je danas u odnosu na nekada, evo recimo u poređenju sa bivšom Socijalističkom Federativnom Republikom Jugoslavijom? Šta se promijenilo? Toliko spominjemo Josipa Broza Titu, toliko Jugoslaviju, šta je ključ promjene?

Prije je bilo puno lakše kontrolisati medije iz razloga što je tada bila jedna komunistička partija, jedan sistem, jedna vlast. Taj sistem je državljanima bivše Jugoslavije odgovarao jer su u jednoj četveročlanoj porodici svi bili zaposleni, ili su sa 40 i nešto godina išli u penziju, bili su sretni, zadovoljni, svake godine su išli na ljetovanje, na zimovanje, i slično. Taj princip države koji je tada bio možda sada nekome ne bi odgovarao, a opet dosta njih još uvijek žale za istim. U suštini ljudima je bilo lijepo iz razloga što su imali tu potpunu slobodu, a sloboda u tadašnjem 20. vijeku označavala je jednu konstantnu egzistenciju, konstantni priljev sredstava, znači tadašnji građanin je bio sretan, slobodan, mogao je putovati, mogao je živjeti uglavnom kako je htio, i on je bio zadovoljan. Međutim, šta se sada dešava, dešava se da se nalazimo u jednoj višepartijskoj državi u kojoj svaka partija ima svoj medij, i kontroliše samo svoj medij. Razvoj i širenje su doveli do problema. A ko se širi? Sve one fabrike koje su zapošljavale više stotina hiljada ljudi koje su bile u vlasništvu države, te fabrike ne rade, a rade fabrike moćnika, privrednika i fabrike koje su pod okriljem političara i njihovih lidera, znači to je osnovno kad se ovako laički gleda, jasno se može vidjeti ko je kad radio za državu i ko sad radi za politiku, dakle to je jasan odgovor.

9. Jesu li promjene koje su uslijedile kroz vrijeme pozitivnog ili negativnog karaktera, ili ih je nemoguće staviti na vagu uopšte?

Po mom nekom skromnom mišljenju, mislim da je to vrlo lahko okarakterisati. Smatram da je sve jako jako puno nazadovalo i da je sve pod uticajem. Negativno apsolutno. Nisam Jugoslavičar, ali generalno nije to to.

10. Kakva je reakcija društva na promjene? Možemo li krivicu pripisati društvu, karakterizirajući ga kao javno mnijenje koje zbog straha i nesigurnosti nije spremno na pobune i utjecaje, već godinama pribjegava istom, zatočeni u istoj problematici?

Mi kao društvo smo jako specifični, to je više pitanje za psihologa. Dakle, to je jedno kompleksno pitanje kojim bi se psiholozi trebali zabaviti iz razloga što, evo recimo 2014. godine dokazalo se da su pojedinci htjeli da pokažu da mogu nešto postići na jedan apsolutno pogrešan način, hajmo to okarakterisati kao državni udar. Mislim da je društvo krivo iz tog razloga jer je kod nas princip hljeba, igara i nek se ne puca. Mi živimo u strahu, bojimo se da ćemo izgubiti i ono malo što imamo. Oni koji su pametni i koji žele nešto puno više, a zbog tog monopola društva odnosno te kapsule u kojoj se bosanskohercegovačko društvo nalazi, su svi preko granice. Svi izuzetno pametni, ambiciozni ljudi koji su htjeli da u svojoj zemlji nešto naprave, a nisu mogli, jer nisu imali uslova, ili su imali po 300, 400 odbijenica, zato što nisu stranački opredijeljeni, svi su oni napustili državu i sada rade uglavnom u Njemačkoj, za neke pristojne pare. Ja poznajem lično ljude koji su pokušavali da naprave promjene u svojoj zemlji i koji su izuzetno inteligentni, ljude koji su imali evo konkretno u Zenici svoje firme, odnosno jednu porodičnu firmu koju su rasprodali, zatvorili i rasprodali sa određenim brojem financijskih sredstava i preselili se u Njemačku, gdje su napravili i razvili za 2 godine puno veću kompaniju nego što su ovdje porodično naslijedili, i što su oni radili nekoliko godina. Zbog čega, zato što nisu mogli doći na tržište, nisu mogli da se hajmo reći žargonski probiju u ovaj sistem koji se ovdje nalazi. Znači samo zato što nisu politički opredjeljeni. Ja generalno jesam apolitična osoba, ali isto tako na jedan drugi način sam velik domoljub, mislim da se može raditi ako se hoće, i ostati u ovoj državi, to je definitivno jedan stav, ali treba isto tako i šire gledati, moramo imati neku pozadinu, neki oslonac iza sebe. Mladi ljudi koji imaju hajmo reći jaku porodicu i prijatelje, i imaju neki financijski oslonac, mogu početi odnekud, ali šta je sa ostalima, da li ti ljudi imaju poleđinu/zaleđinu, treba

gledati na te stvari. Ljudi su završili državne fakultete, stekli obrazovanje i nekoliko godina su tu, kako će oni početi, odakle će pokrenuti nešto bez ikakvih prihoda, te ako im pri tome ni porodica ne može pomoći, ako nisu u mogućnosti. Dosta mladih, traži i očekuje i očekivat će od države određenu vrstu pomoći kako bi počeli vlastite biznise po završetku školovanja. I opet ta sredstva koja se daju određenom broju ljudi smatram da nisu realna, da su izuzetno mala za pokretanje nekih ličnih biznisa, te da su prije svega opet stranački raspodijeljena.

11. Kakav je sam odnos između ova tri faktora? Kako biste ga etiketirali?

To je jedna složna porodica. Jedna vrlo složna porodica, politika je otac, mediji su mama, a društvo su poslušna djeca.

12. Razgovarali smo o datoj problematici na lokalnom nivou, međutim kakva je situacija na globalnom, da li su stvari generalno iste ili slične, ili je ipak lakše utjecati na društvo u manjim državama a u velikim je sasvim drugo stanje i druga priča?

Ne, ovo što sam sad govorio, govorio sam samo za Bosnu i Hercegovinu. Što se tiče globalnog nivoa, to je na jednoj posebnoj razini, gdje je to sasvim drugačije. Znači imaju mediji koji se kontrolišu i mediji koji se ne kontrolišu, više je onih koji se kontrolišu, ali to je opet princip od zemlje do zemlje. Uzet ćemo primjer recimo jedne uređene zemlje kao što je Švicarska, ili Švedska, ili Finska, ne govoreći samo za Evropu. Zemlje koje nemaju tih problema sa medijima, politikom i narodom. Dakle, sama Kraljevina Švedska ima narod koji živi u jednoj jakoj harmoniji, a zbog čega, zato što su im privreda, ekonomija, socijalna i zdravstvena zaštita na jednom zavidnom nivou, i ljudi apsolutno nemaju problema. Pored toga oni se neće brinuti o tome šta je kraljica jela, je li premijer digao kredit ili nije, njima je bitno da je premijer obezbijedio sredstva za njihovo zdravstvo i školstvo, da uredno primaju sva svoja novčana sredstva, i penzije i školarine i sve je onako kako treba da bude u uređenom društvu. Sretno društvo, sretna država, apsolutno.

13.Šta biste vi promijenili, kao pojedinac? Kako biste utjecali ?

Kao pojedinac je jako teško uticati. Da bi bio pojedinac koji će biti primjer u Bosni i Hercegovini da je uradio nešto u našem društvu, potrebno je uložiti čitav svoj život, sav

trud, svo znanje, i tek kada umre ta će osoba biti priznata. Bez jake pozadine kao pojedinac je apsolutno teško uraditi bilo šta u ovoj državi. Bosanskohercegovačko društvo će priznati nekoga kao uspješnog, odnosno bit će dokaz da je uspješan u društvu samo ako ima nekakvu plaketu ili nagradu, i tek tada će on biti neki uzor za kojeg će se govoriti: "E hajmo raditi kao što je taj radio". Dakle, ili papir, ili čitav život ispunjen radom, ili sa jakom pozadinom koja će te "progurati" među uspješne. Dosta visoko edukovanih ljudi je napustilo prostore Bosne i Hercegovine jer su ostali u sjeni i nisu imali priliku da se pokažu, ili su je imali a nisu bili prihvaćeni. Osim toga, kako se može uticati, napravit ću ovdje jednu metaforu. Uzet ćemo recimo deset pojedinaca koji čine društvo, i svaki taj pojedinac će pjevati fantastično, recimo deset opernih pjevača koji će pjevati fantastično ali različite opere. I šta smo dobili kada oni počnu različito pjevati horske opere? Dobili smo jedno kreštanje, jednu viku, galamu. Znači isto tako pojedinac kao pojedinac, ili više njih koji ne dijele isto mišljenje, ne mogu ništa uraditi. Smatram da se društvo treba uključiti i pratiti jednog pojedinca koji će svojim trudom nešto postići, i onda su oni kao jedan hor koji skladno pjeva, oni su tada i jaki, i glasni, i sinhronizovani i tek tada mogu napraviti nešto. Mislim da svaka zemlja koja ima razvijenu politiku, zdravstvo, školstvo, i ostale segmente, ima izuzetno dobrog lidera, dakle ništa to ne bi moglo biti dobro da lider nije dobar.

6.2.2. Intervju 2

Za potrebe ovog magistarskog rada na spomenutu temu, odlučila sam se za drugi intervju sa nekim ko nije građanin Bosne i Hercegovine, ali ipak tu živi dovoljno dugo, da nam kaže kako u njegovim očima izgleda kompletna situacija u našoj državi. Gürkan Aktaş je rođen 1969. godine u Njemačkoj. Po zanimanju je profesor njemačkog jezika, a trenutno već četvrtu godinu živi i radi u Bosni i Hercegovini.

1. Kakav je utjecaj politike na medije u Bosni i Hercegovini?

Mislim da je isti kao i u dosta ostalih zemalja, nekoliko političara je na čelu, dugo vremena se ne mijenjaju, imaju određen utjecaj na medije, preko njih mogu plasirati sve informacije koje žele, i time imaju veliki utjecaj na populaciju, upravljajući time šta i kako treba da misle. Politika kontroliše medije, a preko medija i društvo.

2. Kakav je utjecaj medija na društvo?

Ne pratim svakodnevno bosanskohercegovačke medije, ali mislim da je isto kao i u ostalim zemljama,kao što sam već rekao, ali na osnovu onog što ponekad vidim, odnosno pročitam, mislim da se sve kontroliše.

3. Kakva je sloboda pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini?

Što se tiče toga mišljenja sam da možemo dobiti samo onoliko informacija koliko nam se dozvoli da dobijemo, odnosno onoliko informacija o temi koja nas zanima, koliko su ograničili da stanovništvo smije da zna.

4. Kako iz vaše perspektive izgleda bosanskohercegovačko društvo, djeluje li zadovoljno ili ipak kao da tek pravi prve korake ka napretku?

Bosanskohercegovačko društvo izgleda dosta sretnije i zadovoljnije od recimo turskog stanovništva, ja sam iz Turske, i evo ako uporedim ta dva naroda, bosanskohercegovačko

društvo je sretno ako sjedi i pije kafu, male stvari ih čine sretnim, kafa, razgovori sa prijateljima i sretni su, zaboravljaju na sve probleme na momente. Tako izgleda izvana, naravno da to nije u potpunosti takva slika. Mogu primjetiti da u ovoj zemlji ima dosta problema, ali ljudi ne brinu toliko o tome, jer misle da ne mogu promijeniti ništa.

5. Kakva je uloga novca u svemu tome?

Generalno, svi trče za novcem, iako bi trebali imati nešto drugo za čime bi trčali, recimo takav način života da novac trči za tobom, onda bi život bio dosta jednostavniji, dok ovako ljudi trče za novcem, rade puno i dosta toga zbog njega, i onda nakon dugotrajnog rada gube zdravlje, zatim, i ako dobiju novac za kojim su trčali potroše ga na liječenje. Smatram da novac ne bi trebao biti toliko važan da ga stavljamo na prvo mjesto, možda čak tamo negdje na četvrto ili peto.

6. Ko drži monopol u Bosni i Hercegovini, politika ili je u pitanju nešto više?

Što se tiče monopola, svugdje u svijetu je isto, tu su neke ruke, neki veći moćnici, iznad svega, ne vidjamo ih, ne znamo ko su, ali upravljaju apsolutno svime. I svugdje je tako. Politikom se samo koriste.

7. Jeste li upoznati sa bivšom Socijalističkom Federativnom Jugoslavijom, imate li informacije u vezi Josipa Broza Tita i njegove vladavine, u poređenju sa današnjom vladavinom?

Ono koliko sam ja uspio čuti od ljudi ovdje, za vrijeme svih ovih godina koliko boravim u ovoj državi, jeste da ljudi vole Tita, kažu da je bio dobar čovjek, i da je uradio dosta dobrih stvari, te da im nedostaje njegovo vrijeme. Ne znam šta je i kako je radio, ali po pričama koje sam čuo djeluje kao dobar čovjek. Mislim da nije bio osoba kojoj je stalo samo do novca, i zato i jeste takvim načinom razmišljanja i uradio nešto za svoju državu, zato su ljudi i bili sretni, jer je radio nešto za njih, za sve, muslimane, katolike, za sve zajedno, nebitno ko su i šta su, dok ljudi koji su trenutno na vlasti razmišljaju samo o vlastitom džepu.

8. Kroz sve ove godine koje boravite u ovoj državi jeste li vidjeli bilo kakve promjene, pozitivne ili negativne?

Sve je isto. Stabilno.

9. Kome biste pripisali krivicu jer nam nedostaje pozitivnih promjena?

Naravno da je to društvo, i mlađi i stariji, svi zajedno.

10. Kakva je situacija u vezi sa spomenutom temom na globalnom nivou?

Negdje je poprilično isto, ali naravno ima i dosta regija gdje je i dosta drugačije, sve zavisi, od zemlje do zemlje, njenog društva i načina vladavine.

11. Zašto mladi ljudi nisu spremni na to da donose promjene već odlaze iz Bosne i Hercegovine?

Mišljenja sam da su izgubili nadu da će se išta promijeniti u ovoj državi, i da im je jednostavnije ići u druge države nego ostati ovdje. Neko moćan, te neke ruke koje sam spominjao ne žele da se ova država promijeni, zato se i ne ulaže u mlade, ova država ne raste, jer to bi bilo opasno za njih, bilo bi opasno imati jednu jaku muslimansku državu u Evropi.

12. Kako biste vi utjecali? Šta biste promijenili?

Dejtonski sporazum. On je najveći problem u ovoj državi, njega bih promijenio.

6.2.3. Intervju 3

Za potrebe ovog rada odlučila sam se i na treći intervju, u kojem sam nasumično izabrala osobu, mlađeg uzrasta, kako bih dobila uvid u to kako ova problematika izgleda u očima jedne prosječne, mlade, zaposlene individue, našeg društva. Nermina Gegić je rođena 1990. godine u Sarajevu, gdje trenutno živi i radi, kao trgovac. Po zanimanju je učiteljica engleskog jezika, kojeg je predavala pet godina u Egiptu, dok se nije vratila u rodno Sarajevo, u kojem živi posljednje dvije godine. Ne bavi se javnim aktivnostima i problematikama, ali ih je itekako svjesna, a zašto sve zna, posmatra, i pri tome se drži po strani, obrazložit će će kroz svoje odgovore ovog intervjua.

1. Neosporno je da je utjecaj politike na sve segmente života veoma dominantan, ali kakav je on konkretno na medije danas ? Kakav je bio nekad?

Nekada je bilo cenzura, uvijek se znalo da se ne smije pričati protiv druga Tita i ostalih partijskih članova, a sada opet svako piše šta želi, kako želi, i cilj je samo da se plasira priča sa što više pregleda i lajkova, bila ona istinita ili ne. Što se tiče politike, naravno sve je pod kontrolom, „zamaži ljudima oči“ – je glavni princip. Sve se jasno planira i plasira, naprimjer desi se neki skandal, ali se ubrzo odmah objavi neki drugi manji kako bi se skrenula pažnja sa prvog, i to je upravo to „zamaži ljudima oči“ i idemo dalje. Nije klasična cenzura, već daj ljudima hljeba i igara.

2. Kada govorimo o medijima, kakav je njihov utjecaj na društvo danas?

S obzirom na to da je veliki dio našeg društva u principu hajmo reći „stočarsko“, da smo svi ovce i da blejimo onako kako nam kažu, politika, mediji, ili bilo ko, kada odluči da nam nešto nametne, mi se toga držimo, to pratimo, i svi blejimo u to. Upravo takav je i utjecaj medija na društvo. Oni nam nešto plasiraju, a mi se slijepo vodimo time. Ko može da kontroliše medije, taj kontroliše i narod, jer društvo se ponaša onako kako im mediji to nametnu.

3. Kakva je politička i medijska povezanost danas? Evidentno je da se dosta toga drži pod kontrolom, ali kako to izgleda izvana, kakvu sliku nam predstavlja njihov odnos?

U principu, gledano s vana teško je reći, s obzirom na to da smo svi tu u tom „loncu“ kako ga zovu. Poenta je, ako si političar postavi ljude koji tebi odgovaraju da budu u medijima, i samim time regulišeš šta će se reći, kako, kada, i na koji način će se plasirati, i to je taj utjecaj, ta povezanost, taj odnos danas, jer većina novinara (čast izuzecima) su „podobni“ upravo zato jer će napisati ono što im se kaže.

4. Da li su sloboda informisanja, i sloboda pristupa informacijama obezbijeđeni u potpunosti ili samo onoliko koliko se dozvoli?

Sloboda pristupa informacijama je trka sa preprekama, jer se mora preći preko 1001 prepreka da bi se došlo do tih informacija. Sistem nam je takav da se moraš truditi sve dok ti ne dosadi i ne odustaneš, jer u principu takvo nam je sve, ne samo za informacije, nego i za sve ostalo, ako bilo šta trebate u ovoj državi, napravili su tako da jednostavno čovjek odustane na kraju, odustane od onoga što traži i želi, jer je umoran, ponestane mu volje, želje i snage, ne želi više ni da dobije tražene informacije niti bilo šta drugo. Što im je i bio cilj da postignu. Da stvore masu koja odustaje, i nema volje ni za čim. Tada nećemo mijenjati ništa.

5. Kakva je trenutna situacija u društvu u Bosni i Hercegovini? Možemo li se okarakterisati kao zadovoljno društvo, ili ipak društvo koje tek korača ka napretku?

Zadovoljnim se ne možemo nazvati, a da koračamo ka nekom napretku također ne, mislim da se vraćamo u nazadak i to ogroman.

6. U svemu tome generalno kakva je i kolika uloga novca?

„Para vrti gdje burgija neće“ – tako je kod nas, samo bih to rekla.

7. Ko drži monopol? Svi pribjegavaju odgovoru da je to politika, ali da li je moguće da je ipak sva vlast u rukama moćnih pojedinaca, ili određenih interesnih grupa ili ipak nečeg većeg?

Što se tiče Bosne i Hercegovine čisto sumnjam da je u pitanju neki monopol, mislim da je to više nadmetanje određenih osoba ko će više, ko će jače, ko će na lukaviji način zamazati ljudima oči. Nema jedne snage koja kontroliše sve. Dok god je narod u Bosni i Hercegovini podijeljen, bit će podijeljen i monopol, znači u principu imaš monopol za jednu, drugu i treću grupu ljudi, nije jedan uniformisan monopol, ali monopol po nacionalnosti da, dakle nacionalni monopol.

8. Utjecaj na društvo, manipulacija, rukovođenje društvom generalno, kakvo je danas u odnosu na nekada, evo recimo u poređenju sa bivšom Socijalističkom Federativnom Republikom Jugoslavijom? Šta se promijenilo? Toliko spominjemo Josipa Broza Titu, toliko Jugoslaviju, šta je ključ promjene?

Promijenila se samo jedna stvar a to je psihički sklop, mentalni sklop jednog prosječnog Bošnjaka koji je nakon agresije koja se desila počeo da razmišlja „nek je moj pa neka me i oguli“, i dok god je taj mentalitet „moj, tvoj, njegov, njihov, naš“ nikada neće biti drugačije ni bolje. Samim tim što ljudi koji su trenutno na vlasti iskorištavaju upravo to „moj, tvoj“, dok god budu na vlasti dvojica, trojica, četvorica, nebitno, nikad neće biti dobro za narod u Bosni i Hercegovini. Dakle, ono što treba da se promijeni jeste da treba da postoji jedan kandidat, koji je demokratski izabran, ako je to još uvijek moguće u ovoj državi, ali da bude jedan, i onda možeš okriviti jednog, a ne ovako kriv je njihov, ili kriv je naš i obrnuto, već imaš jednog čovjeka i jednog čovjeka kriviš za sve, jedno čovjeka hvališ za sve. Stoga, to je ono što ja smatram da se promijenilo i da je imalo najveći utjecaj, prije je bio jedan čovjek koji je držao tolike nacije u jednoj grupi, odnosno jednoj državi, i on je to uspijevao time što je bilo to bratstvo i jedinstvo, što se nije gledalo ko je ovaj, ko je onaj, nego ako si u partiji, u partiji si, ako nisi onda si ostali i nije bilo dalje rasprave. Podjelom se stvorilo prije svega neprijateljstvo, pa onda i sve ostalo, i dokle god se tako dijelimo i posjedujemo mržnju jedni prema drugima ne može nam biti bolje.

9. Jesu li promjene koje su uslijedile kroz vrijeme pozitivnog ili negativnog karaktera, ili ih je nemoguće staviti na vagu uopšte?

Sve ove do sad promjene i neki pokušaji promjena nisu dovoljni, čak se ne mogu ni reći da su pokušaji nego je to jedno slovo na papiru koje će se svojatati i prebacivati sa jedne na

drugu instituciju pa će se sve tako vrtiti u krug. Čisto sumnjam da ovakvim sistemom možemo ostvariti pozitivne promjene jer već smo sada počeli da budemo društvo penzionera, sa velikim odljevom mozgova, i ne smiješi nam se bolje dok se ne ostvare neke veće promjene, dok se ne pokrenemo i ne postignemo nešto konkretno, ako treba hajmo sada sve ispočetka, pišemo Ustav ispočetka, rezolucije, sve mijenjamo, sve do onog momenta dok to ne uradimo, ne konkretno navedene primjere koji su samo metafora, već dok ne donesemo neke jake odluke, do tog momenta neće postići progres. Ja jednostavno ne vidim da se konkretno išta pozitivno promijenilo u nekoj velikoj mjeri u Bosni i Hercegovini u posljednih deset godina.

10. Kakva je reakcija društva na promjene? Možemo li krivicu pripisati društvu, karakterizirajući ga kao javno mnijenje koje zbog straha i nesigurnosti nije spremno na pobune i utjecaje, već godinama pribjegava istom, zatočeni u istoj problematici?

Krivica jeste u društvu, i uvijek će i biti, jer dok god smo mi latentni i pokušavamo opravdati to „Samo nek se ne puca“, „Nek je živa glava“, „Šuti i trpi“, sve dok je takav mentalitet Bosanaca i Hercegovaca ništa se promijeniti neće i ne može. Ja lično, krivim društvo, a posebno sve one ljude starije od 50 godina koji uporno glasaju za iste koje u isto vrijeme uporno kritikuju. Što se tiče mladih ljudi, nemoguće je dokazati jednom prosječnom dvadesetogodišnjaku da se on mora pokrenuti i nešto poduzeti, kada ga čitav život svi lupaju u glavu bukvalno riječima „Nikad nam neće biti bolje, bolje ti je da bježiš odavdje, nemaš od Bosne ništa“. I to nije strah, to je nesvjesnost koliko smo zapravo u mogućnosti da promijenimo situaciju, jer i dalje se ljudi pitaju: kako ću ja jedan nešto postići. Kada pogledate društvene mreže, svi smo mi facebook ratnici koji pričamo kako bismo svašta nešto promijenili, a kada dođe do toga da se to i uradi nigdje nikoga. Zbog toga što smo ubijeni u pojam, digneš jednostavno ruke od svega, neka izgori sve- bukvalno kažeš, i samo čekaš prvu priliku da pobjegneš, ili da nešto uradiš od svog života, što nije u Bosni i Hercegovini. Svaka čast onima koji su otišli, odškolovali se, zaradili, vratili se i uložili u Bosnu i Hercegovinu, takve ljude treba dići na pedastal i reći „To je to, hajmo ljudi ovako“, ali je poenta što se o takvim ljudima ne govori, takve se priče ne plasiraju u medije, jer očigledno nekima ne odgovara. Jedan od najvećih strahova naših političara jeste probuditi mase, jer ako se masa ljudi probudi onda oni gube i posao i sve, jer mi smo trenutno kao u pretis loncu koji ako prošišti, odnosno, ako dođe do toga da ljudi otvore oči,

da sagledaju stvari onako kako jeste, i koliko su zapravo snažni oni sami, onda će biti totalno druga priča. Ali opet to je sve jedno veliko „AKO“.

11. Razgovarali smo o datoj problematici na lokalnom nivou, međutim kakva je situacija na globalnom, da li su stvari generalno iste ili slične, ili je ipak lakše utjecati na društvo u manjim državama a u velikim je sasvim drugo stanje i druga priča?

Sve zavisi od države do države, od režima kojeg ta država ima, i od naroda koji živi u njoj. Ako imaš državu u kojoj žive obrazovani ljudi, ljudi koji imaju svoje „ja“, svoj način razmišljanja, takvim ljudima ne možeš plasirati određene stvari, jednostavno ne prolazi. S druge strane ako imaš neku neću reći ne naprednu zemlju, ali zemlju koja je pod vodstvom nekog recimo diktatora, ili nekoga ko sebe predstavlja takvim, ide automatski cenzura, znači totalna cenzura, i priča se samo ono što on kaže i odobri, a to je opet druga stvar. Ima i boljeg i goreg od Bosne i Hercegovine. Bosna i Hercegovina je uvijek nekako na toj sredini, između dvije vatre što bi rekli, da li da idemo u anarhiju ili da idemo u demokratiju. Ono što bih istakla ovdje, što mnogi ljudi ne shvataju nažalost, jeste da društvo znači ugovor između vladajućih ljudi i stanovništva, znači to je bukvalno jedan nevidljivi ugovor. Ako vladajuće društvo održava svoj dio ugovora, samim tim i stanovništvo će se držati svog dijela ugovora koji je u principu: neću krasti, paliti, ubijati, kršiti zakone, i slično, dok god državni vrh ne radi to isto. Onog momenta kada državni vrh prekrši pravila tog ugovora, zašto se onda očekuje od naroda da i dalje šuti i trpi i poštuje svoj dio ugovora. Kao što je slučaj kod nas.

12. Šta biste vi promijenili, kao pojedinac? Kako biste utjecali ?

Prva stvar, zabraniti svima iznad 50 godina da glasaju, to je idealno rješenje za ovu državu, jer svi iznad 50 godina glasaju za iste ljude, bez obzira na to što će nakon glasanja da o njima govore najpogrdnije riječi, ali će opet glasati upravo zbog onog „Samo nek je naš“. Druga stvar je, umjesto što „izvozimo“ tu našu radnu snagu, daj da podstaknemo te mlade ljude da ostanu, dajmo im neki razlog, motiv, bilo šta, da ne odlaze. Oformiti budžet za samofinansiranje mladih ljudi koji imaju ideje, dobre ideje, koje bi se mogle uspješno realizirati. Bilo je neke priče oko toga, ali se sve brzo utišalo, i opet su ti mladi ljudi koji su aplicirali za pomoć morali preći onu 1001 prepreku koju sam spomenula na samom

početku razgovoram 1001 papir, pečate, ovjere, dokaze, i šta sve već nisu tražili od njih, od ljudi koji počinju od ničega bukvalno, znači nemaju ništa osim te ideje, i onda im dođu i kažu: e treba ti to, to, to i to, a oni jadni na tom samom startu nemaju da toliko ulažu u tu svu papirologiju, i ako imaju, ili nađu izmanipulišu nešto, posude od familije, opet je to sve što oni imaju, i više od 50% toga moraju dati na papirologiju. Znači, olakšajte ljudima koji imaju dobre ideje, ne kažem sad bukvalno svakom pojedincu koji se sjeti nečega, dati mu sredstva i izvoli radi, već ljudima koji imaju ideje koje nakon određenog razmatranja i izlaganja prođu, koje su znak da će donijeti dodatne poslove. Neko želi recimo da otvori nešto što će za godinu dana napraviti 100 novih radnih mjesta, zašto da ne!? Jedan momak ne sjećam se imena, imao je fenomenalne ideje što se tiče autoindustrije, ovdje mu to nije prolazilo i otišao je u Ameriku, radi za Teslu, i sada je njegov dizajn najnoviji i najpopularniji dizajn Teslinog auta, a mogao je biti neko ko je postigao nešto u svojoj državi. Međutim država ga nije zadržala, i tako sva nam radna snaga odlazi, a ako nemaš radne snage u državi, nemaš ni napretka, dakle država propada, umire. U Bosni i Hercegovini nije život, ovdje je preživljavanje.

Nakon obavljena tri intervjua na datu temu, možemo zaključiti da su svi ispitanici dali skoro iste odgovore. Dosta različitih viđenja su iznijeli, ali generalno suština u njiima je ista, a to je da nas odlikuje negativnost u skoro svim aspektima života. Svi oni se slažu da se politička struktura i odnos između politike, medija i društva znatno promijenio u odnosu na nekada. Također svi krivicu pripisuju društvu kao glavnom uzroku negativnih promjena ili stanja mirovanja u kojem se nalazimo i ne poduzimamo ništa da izađemo iz njega. Osim toga, svi se slažu da politika upravlja medijima, i putem medija kontrolira društvo. Generalno svi su nezadovoljni kompletnom političkom, medijskom i društvenom situacijom u Bosni i Hercegovini. Kažu da smo društvo za psihologa, društvo kojem je za sreću dovoljno samo da pije kafu da prijateljima, društvo koje je u jednom loncu koji svakog momenta može da prokuha. To nisu rečenice koje bi nas trebale karakterisati ali opet nažalost većina bosanskohercegovačkih građana smatra isto, i u isto vrijeme za takvo stanje krivi sebe, krivi društvo. Društvo jeste izvor svih reformi, i kao što su ispitanici kazali, nećemo moći donijeti neke veće promijene na bilo kojem aspektu života sve do onog momenta dok ne shvatimo koliku moć imamo. Mi kao pojedinci činimo masu, koja je moćna više nego bilo šta drugo, svjesno biramo ko će nas voditi, ko će nam biti na čelu države, ko će nam postavljati strukturu, i kao takvi, sa takvim pravima, sami sebi pravimo kako će nam biti. Trenutno iskazano nezadovoljstvo je prema rezultatima koje su ispitanici dali svojim odgovorima, proizvod pogrešnih odabira na izborima kroz zadnjih nekoliko godina, a zašto se ti odabiri uporno ponavljaju, je kako su kazali, veoma kompleksa priča.

VII ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Politika je umijeće vođenja državom i njena svrha je održati balans i uređenje te države zajedno sa njenim stanovništvom, odnosno društvom. U sredini tog procesa rukovođenja mediji imaju ulogu posrednika i njihova glavna funkcija je održavanje komunikacije između politike i društva. Ni jedna država ne može funkcionisati bez političkog uređenja, bez društva kao njenog glavnog faktora, i bez medija kao izvora informacija bez kojeg društvo ne bi opstalo. Time se potvrđuje prva pomoćna hipoteza - *Odvojeno postojanje politike, medija i društva je nezamislivo.*

Novac je postao osnovni faktor za kojim, i sa kojim, se vode sve borbe. Nema segmenta čiji je cilj zasnovan na nekoj drugoj težnji osim profita. Politički interesi skoro pa u potpunosti svedeni su na postizanje što većih novčanih sredstava. Medijski sektor, također, je zaboravio na srž i osnovu svoje profesije, čije komponente su se prodale za novac i moć. Sve više medija (čast izuzecima) svrhu svoje profesije ne gledaju kao službu javnosti, već se sve svelo na ostvarivanje što većeg profita, koji se ostvaruje plasiranjem svega, samo ne pravovremenih i vjerodostojnih informacija. Zatim, društvo, kao najjača komponenta države, je svu svoju snagu također usmjerilo na težnju ka ostvarenju profita. Zanemaruju se prave vrijednosti, karakter, osobnost, glasovi na izborima, sve se prodaje za malu sumu novca. Ono što nikakav novac na svijetu ne bi trebao kupiti jeste ljudski obraz i karakter, a mi smo društvo koje je na koraku da to u potpunosti izgubi. Želja za novcem i moći je razorila i ove i mnoge druge odnose, bez novčane požude ni politička ni medijska slika ne bi bile toliko iskrivljene, što potvrđuje drugu pomoćnu hipotezu – *Novac i moć su postali glavni faktori kojima teže politika, mediji i društvo, čime je sukobom interesa njihov odnos narušen.*

Mediji koji su olakšali pristup informisanju i učinili nam sve lahko dostupnim, poput interneta, te naročite rasprostranjenosti društvenih mreža, i reklama putem istih, kreirali su od javnosti društvo koje sve više gubi individualnost oponašajući jedni druge, koristeći se plagijatima, i ne čineći ništa na unapređenju vlastitog znanja. Društvo je odustalo od rada na sebi, od izgradnje individualnosti na psihičkom i intelektualnom nivou. Sve lahkoće koje su novi mediji donijeli, javnost je prigrlila širom otvorenih ruku, prepuštajući se njihovim slabostima, i u isto vrijeme takvoj moći, da više doslovno, skoro pa i ne moramo razmišljati. Takav način života, gdje dopuštamo da se nama upravlja, da nam se nameću

sve moguće stvari, od toga kako i šta ćemo da jedemo, pa do raznih drugih apsurdnosti, nas ne vodi ka razvijenom društvu. Biti razvijeno društvo ne označava samo materijalne stvari, pojedinci moraju raditi na sebi, kako bi svi dali svoj doprinos, i na polju vlastitog života, a i na prostorima svoje države. Nasuprot tome, mi smo društvo kako su kazali ispitanici priloženih intervjua koje je „društvo za psihologa“, „društvo kojem je potrebna šoljica kafe za sreću i zaboravlja na sve probleme u državi“, „društvo koje je je u jednom loncu kojeg se samo čeka da proključa“. To nisu izjave kojima želimo da se odlikujemo, i na osnovu njih i ostalih priloženih rezultata istraživanja potvrđuje se i treća pomoćna hipoteza – *Javnost je sve manje zainteresirana za promjene, zalaganja, korištenje prava na slobodu informisanja, slobodu govora, a samim time i učešća u promjenama, u cilju poboljšanja situacije u društvu.*

Razvoj savremenih medija je u potpunosti promijenio socijalni život društva, a samim time i način razmišljanja. Ljudi su sve usamljeniji, zatvaraju se u sebe, podložniji su depresiji, više komuniciraju *online* nego licem u lice, i u isto vrijeme u toj usamljenosti, prepuštaju se kopiranju tuđih mišljenja, dozvoli nametanja tuđeg mišljenja, čime se znatno smanjuje intelektualni razvoj pojedinaca, i u isto vrijeme socijalni život. Osim toga, postoji još mnogo negativnih utjecaja novih medija koji ostavljaju znatno velike posljedice, koje nekada znaju završiti i samoubistvom, a najčešće se dešava u tinejdžerskim godinama usljed prevelikog pritiska društva, ismijavanja, i javnog prozivanja. Postoji dosta negativnih afekcija koje bismo mogli nabrojati, ali ono što je očigledno jeste da one preovladavaju nad pozitivnim. Čemu svrha dostupnosti svega, ukoliko nam to narušava naš socijalni život, psihičko zdravlje, intelektualni razvoj, i još mnogo toga!? Ovim se potvrđuje i četvrta pomoćna hipoteza – *Savremeni mediji su znatno utjecali na društvo, a posljedice na polju intelektualnog, socijalnog i zdravstvenog aspekta su uglavnom negativne.*

Zadnjih nekoliko godina bosanskohercegovačko društvo izražava veliko nezadovoljstvo vladajućom strukturom. To nezadovoljstvo nije neopravdano. Vladajuća struktura nakon svakih izbora obećava promjene, koje se nakon završetka kampanje ne vide skoro pa nigdje, uz dužno poštovanje izuzecima. Rezultati ispitivanja, metodom intervjua i ankete su potvrdili ove činjenice, čak šta više, ogorčenim izjavama, skoro pa 100% ispitanika ankete je izrazilo nezadovoljstvo trenutnom političkom slikom Bosne i Hercegovine, tačnije njih 97%. Metodom inervjua ispitanici su kazali, kako se vladajuća struktura neće

promijeniti sve dok je društvo stava „Svi su oni isti“, „Nek me krade samo nek je moj“ i slično. Time ništa mi kao narod nećemo promijeniti i nastavit ćemo birati iste ljude na koje se nakon izbora žalimo. Ispitanici su također kazali da ne znaju do kad će narod trpiti ovakvo stanje, i da je samo pitanje vremena kada ćemo „pući“, jer kako kažu, nalazimo se u loncu koji već dugo vremena ključa, i svakog momenta može da eksplodira. Ukoliko se državni organi ne počnu ozbiljno baviti postojećim problemima, brzim tempom, vrlo je vjerovatno da će nam se to i desiti, jer mi smo impulsivno društvo. Sjetimo se samo izbora kada je javnost bahato palila i krala državne institucije. Ko nam garantuje da se to neće ponoviti!? Sve što nam je potrebno za to jeste jedan veliki okidač. Navedenim stavkama se potvrđuje i peta pomoćna hipoteza – *Političari već dugi niz godina ne donose velike promjene, kako bi nivo zadovoljstva javnog mnijenja podigli na veći level, obzirom na to da je trenutno veoma nezadovoljavajući.*

Zbog kompletne nezadovoljavajuće situacije u državi mladi ljudi sve više napuštaju njene prostore, svjesno i planski, upravo zbog toga što su izgubili vjeru da se bilo šta može promijeniti. Prema podacima posljednjih par godina taj broj se posebno povećao, i nema naznaka da bi se mogao smanjivati, jer kako je već rečeno, veliki broj odlazaka se ne dešava ishitreno i onda kada „kap prelije čašu“ već su se počeli planirati unaprijed nekoliko godina, prilikom čega mladi ljudi usmjeravaju svoje obrazovanje u skladu s tim u kojoj će državi raditi, i čime će se baviti. Samim time što pojedinci napuštaju državu, i svi ostali njima bliski ljudi, a i oni koji nisu, koji ih gledaju kao primjer, vode se za istim. Jer mi smo narod koji konstantno i na svakom polju slijedi onu poznatu izreku „Kud svi Turci, tu i mali Mujo“. Ovim se potvrđuje i šesta pomoćna hipoteza – *Sve više mladih ljudi napušta prostore Bosne i Hercegovine, zbog loših uvjeta, kompletne nezadovoljavajuće situacije u državi, i slike kojom je rezultirao upravo negativan odnos između politike i samog društva.*

Razvoj novih medija je znatno olakšao proces informiranja, komuniciranja, propagiranja, a samim time je olakšao i obavljanje određenih političkih inicijativa. Društvo se toj savremenosti toliko prilagodilo, da ponekad djeluje kao da je uvijek i postojala, posebno mlađe generacije, koje ne znaju i nisu upućene u to kakav je proces informiranja bio nekada, kakav način vladavine, i kakav sistem. Promjene u medijima i politici, donijele su dosta pozitivnih posljedica na društvo, uzimajući u obzir da je danas sve lako dostupno, a mi živimo toliko ubrzanim tempom da nam je svaka minuta ponekad važna. Stoga nam je

itekako od velike koristi što je dovoljno da samo upalimo telefon i već imamo sve što nam je potrebno. Ali opet ako sagledamo negativne karakteristike, i njih je mnogo. Promjene su sa sobom donijele i dosta nepovoljnih odlika po društvo, naročito na socijalnom i intelektualnom nivou, pa onda i zdravstvenom. Živimo u vremenu u kojem je sve tako jednostavno, lako dostupno, ostvarivo, vidljivo, na dohvat ruke, a opet u isto vrijeme, odnos između politike, medija i društva nikada nije bio zamršeniji. I to je jedan paradoks u kojem se nalazimo i u kojem ćemo kako se čini i ostati, zaglavljeni na toj nekoj sredini, ni tamo, ni ovamo. Upravo ovim se potvrđuje glavna hipoteza koja kaže – *Odnos između politike, medija i društva se znatno promijenio u odnosu na nekada, a posljedice koje su proizašle su i pozitivnog i negativnog karaktera, bilo je i još uvijek ima i jednog i drugog.*

Krivica ne pripada samo politici, krivica je i društvu. Mi smo društvo koje provodi vrijeme kritikujući državu i lošu situaciju, umjesto da tu energiju uložimo u to da je pokušamo popraviti na sve načine. A svaki trud bi se kad tad trebao isplatiti. Moramo prestati da se žalimo, i da dozvoljavamo da se nama upravlja, i da nam se nameće sve što stignu i kada stignu. Prepustili smo se do te mjere, da nam oblikuju svijest, i rukovode nama. I to je dio naše krivice, nas kao društva.

Krivica države je što se u javnost ne plasiraju toliko uspjesi mladih ljudi ove države. Pozitivne priče, ideje, postignuća, bi trebali biti emitovani konstantno i iznova, umjesto svih onih *show biz* objava koje nas salijeću svakodnevno. Primjerima uspjeha, nadahnuli bi se ostali mladi ljudi, u kojima ima potencijala, i samo im treba malo motiva, malo pomoći. Pružanje financijske potpore i eksponiranje uspjeha mladih, bi moglo veoma utjecati na to da se zadrže mladi ljudi u Bosni i Hercegovini, oni koji vole svoju državu, koji žele ostati, kojima samo malo fali, da ostanu, neki mali motiv, podsticaj, nešto, za šta će se uhvatiti. To jako malo, je za njih itekako mnogo, i ukoliko bi im se to obezbijedilo, ne bismo izgubili ovoliko mladih ljudi, koji nizaju uspjehe, u drugim državama, a ne u svojoj, daleko od najmilijih, koji ih ne mogu gledati, ni biti uz njih na njihovom putu napretka. A sve za to, jer su bili primorani da odu, jer im država nije mogla pružiti ono malo što im je trebalo. Bez obzira na to da li je u pitanju obrazovanje, ili posao. Naravno uvijek i u svemu ima i izuzetaka, tako i ovdje, imamo mladih ljudi koji su otišli, odškolovali se vani i vratili se, kako bi ostvarili nešto u svojoj zemlji. Takve ljude treba promovisati, kako bi bili primjer svima, da nam je cilj otići i vratiti se, a ne i ostati.

Zaključak ovog istraživanja svela bih na sljedeće riječi autora Galeano Eduarda koji je sa samo nekoliko rečenica na izuzetan način objasnio političku, medijsku i društvenu sliku današnjice.

„Sredstva komunikacije monopolizovalo je nekoliko onih koji mogu dopreti do svakoga. Nikada manji broj ljudi nije držao u izolaciji toliko mnoštvo drugih. Sve je više i više onih koji imaju pravo da čuju i vide, ali i sve manje i manje onih koji imaju privilegiju da informišu, izražavaju mišljenje i da ga stvaraju. Diktatura jedne jedine reči i jedne jedine slike, razara mnogo više od diktature jedne partije: nameće život u kojem je uzorni građanin poslušni potrošač i pasivni posmatrač, izgrađen na proizvodnoj traci severnoameričkog modela komercijalne televizije.“[41]

Eduardo Galeano

[41] S. Herman Edvard, V. Mekčensi Robert, Globalni mediji, Novi misionari korporativnog kapitalizma, CLIO 2004, str. 4.

LITERATURA

Knjige:

1. Beridan Izet, M.Tomić Ivo, Krešo Muhamed, Leksikon sigurnosti - Drugo izmjenjeno i dopunjeno izdanje, 2001.
2. Beridan Izet, Politika i sigurnost, Sarajevo 2008.
3. Bakšić-Muftić Jasna, Sistem ljudskih prava, Sarajevo, 2001.
4. Chomsky Noam, Mediji, propaganda i sistem
5. Duraković Jasna, Poslovno komuniciranje, Sarajevo 2014.
6. Fejzić-Čengić Fahira, Medijska globalizacija svijeta, Sarajevo 2004.
7. Fejzić-Čengić Fahira, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2007.
8. Fejzić Čengić Fahira, Medijska kultura u BiH, Sarajevo 2009.
9. Fejzić-Čengić Fahira, Faruk Borić, Fahrudin Smailović, Najil Kurtić, Mustafa Sefo, Stjepan Šimić, Lejla Turčilo, Hrestomatija tekstova za predmet „Printano novinarstvo“
10. Fejzić-Čengić Fahira, Stvarnost i mediji vrijeme istrošenih ideologija, Sarajevo 2014.
11. Filipović Muhamed, Metodologija znanosti i znanstvenog rada, Svjetlost, Sarajevo, 2004.
12. Halilović Senahid, Pravopis bosanskoga jezika
13. Herman Edvard S., Mekčensi Robert V., Globalni mediji, Novi misionari korporativnog kapitalizma, CLIO 2004.
14. Habermas Jurgen, Javno mnijenje, Beograd, 1969.
15. Kellner, D. Medijska kultura, Studije kulture, identiteta i politika između modernizma i postmodernizma, Clio, Beograd, 2004.
16. Kečo-Isaković Emina, Izazovi mas-medija, Sarajevo, 2006.
17. Korni Danijel; Etika informisanja, 1999.
18. Kur'an
19. Kurtćehajić Suad, Ibrahimagić Omer, Politički sistem Bosne i Hercegovine 2, Sarajevo, 2002.
20. Lavić Senadin, Metodološke rasprave, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2014.
21. Lamza – Posavec Vesna, Javno mnijenje (I dio), Zagreb, 1995.
22. Lippmann Walter, Javno mnijenje, Zagreb 1995.
23. Nuhanović Asad; Fenomen javnosti, Sarajevo 1998.

24. Nuhić Muhamed, Komuniciranje od pećinskog crteža do interneta, Sarajevo, 2000.
25. Peruško Zrinjka, Demokracija i mediji (III i IV), Zagreb, 1999.
26. Peruško Zrinjka, Uvod u medije, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2011.
27. Repovac Hidajet, Sociologija simboličke kulture, Magistrat, Sarajevo, 2003.
28. Sefo Mustafa, Pregled, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, br. 3, 2016.
29. Sefo Mustafa, Pregled, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, br. 3, 2019.
30. Sefo Mustafa, Pregled, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja, br. 2, 2019.
31. Šljivo-Grbo Amila, Etika, pravo i mediji, Sarajevo, 2017.
32. Šljivo-Grbo Amila, Mediji i demokratizacija društva, Sarajevo, 2009.
33. Termiz Dževad, Milosavljević Mladen, Praktikum iz metodologije politikologije, Sarajevo, 1999, DAX trade
34. Termiz Dževad, Metodologija društvenih nauka – Drugo dopunjeno i prošireno izdanje, Sarajevo, 2009, NIK Grafit
35. Tucaković Šemso, Propagandno komuniciranje, Sarajevo, 1999.
36. Tucaković Šemso, Historija komuniciranja, Sarajevo, 2000.
37. Zoran Tomić, Politički odnosi s javnošću, Zagreb-Sarajevo, 2017.
38. Vreg France, Demokratsko komuniciranje (V), Sarajevo, 1991.
39. Vesna Alaburić, Sloboda izražavanja u praksi Europskog suda za ljudska prava, Zagreb, 2002.
40. Žaket Dejl, Novinarska etika moralna odgovornost u medijima, 2007.

Časopisi:

1. MEDIJSKI DIJALOZI; časopis za istraživanje medija i društva; Godina X Broj 26 Podgorica Februar 2017.
2. Preporod
3. Pregled, Univerzitet u Sarajevu, časopis za društvena pitanja

INTERNET

http://saff.ba/citaj-prva-rijec-kuranske-objave-i-zastitni-znak-islamske-civilizacije/

https://www.reference.com/business-finance/technology-affect-communication-55fc96e46c01a9bf

https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/01/DJ_BOS.pdf

https://www.moj-bankar.hr/Kazalo/N/Novac

file:///C:/Users/KORISNIK/Downloads/E_Nadzakovic_i_B_Hromic_Manipulacija_kljuc_pobjede_kvazigospodara_svijeta.pdf

https://www.dw.com/hr/odljev-mozgova-u-bih-izmi%C4%8De-kontroli/a-16985103

https://www.slobodnaevropa.org/a/bih-otislo-gotovo-polovica-ljudi/30244167.html

https://www.mediadefence.org/sites/default/files/resources/files/MLDI.IPI%20defamation%20manual.Croatian.pdf

http://balkans.aljazeera.net/vijesti/i-djeca-na-balkanu-su-potencijalne-zrtve-nasilja-na-internetu

https://bib.irb.hr/datoteka/870072.md-26-za-c5a1tampu.pdf

https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/eti%C4%8Dki-kodeks

https://www.vzs.ba/

https://www.preporod.ba/

https://akos.ba/ž

VIII PRILOZI

Prilog 1

Kodeks Za Štampu I Online Medije BiH

VIJEĆE ZA ŠTAMPU U BOSNI i HERCEGOVINI

samoregulativno tijelo za štampane i online medije

KODEKS ZA ŠTAMPU I ONLINE MEDIJE BIH

UVOD

Ovaj Kodeks je izveden iz postojećih evropskih standarda novinarske prakse. Kodeks ima za cilj da postavi osnove sistema samouređivanja u štampi i online medijima, koji će biti smatran moralno obavezujućim za novinare, urednike, vlasnike i izdavače printanih i online medija.

Novinari i urednici štampe i online medija će poštivati opšteprihvaćene principe etike i štititi profesionalni integritet novinarstva. Pored ovoga Kodeksa, Zakoni i druga zakonom određena pravila u BiH, čine okvir za rad štampanih i online medija u BiH.

Ovaj Kodeks sadrži osnovne principe Memoranduma o razumijevanju potpisanog od

Nezavisne unije profesionalnih novinara BiH, Saveza novinara BiH, Nezavisnog udruženja novinara Republike Srpske, Udruženja novinara Republike Srpske i Sindikata profesionalnih novinara Federacije BiH, a kojeg je prihvatila i Udruga hrvatskih novinara u BiH.

Urednici i izdavači štampe i online medija će osigurati da sve relevantno osoblje njihovog medija

bude informisano o ovom Kodeksu.

Urednici i izdavači štampe i online medija će osigurati da se odredbe ovog Kodeksa u potpunosti poštuju.

Ovaj Kodeks je usvojen od svih Udruženja/Udruga novinara u BiH na sjednici održanoj 29. aprila 1999.

Kodeks je dopunjen: februara 2005., augusta 2006., decembra 2006. i juna 2011. od

Vijeća za štampu u Bosni i Hercegovini, u konsultaciji sa Udruženjima/udrugama novinaru BiH.

Opšte odredbe

Novinari štampe i online medija u Bosni i Hercegovini (u daljem tekstu „novinari“) imaju obavezu da prema javnosti održavaju visoke etičke standarde u bilo kojem trenutku i pod bilo kakvim okolnostima.

Dužnost novinara i izdavača štampe i online medija je poštivati potrebe građana za korisnim, blagovremenim i relevantnim informacijama, kao i braniti načela slobode informisanja i pravo na pravedan komentar i kritičko novinarstvo.

Novinari će se pridržavati opšteprihvaćenih društvenih standarda pristojnosti i poštivanja etničke, kulturne i religijske raznolikosti Bosne i Hercegovine.

Novinari će se pridržavati standarda ljudskih prava definisanih u međunarodnim i bosansko-hercegovačkim aktima o ljudskim pravima.

Novinari će razvijati svijest o ravnopravnosti polova i poštivanju osobenosti kao integralnog dijela ljudskih prava.

Novinari će štititi prava pojedinca, dok će u isto vrijeme podržavati pravo na informaciju koja služi javnom interesu.

Ovaj Kodeks treba posmatrati u svjetlu oba pomenuta značenja.

Član 1 - Interes javnosti

Interes javnosti, u značenju ovog Kodeksa, definisan je kao postupak i/ili informacija kojima je namjera pomoći javnosti u donošenju ličnog mišljenja i odluka o pitanjima i događajima, uključujući i napore otkrivanja krivičnog djela i/ili prekršaja, te spriječiti zavođenje javnosti nekom izjavom ili postupkom pojedinca ili organizacije.

Član 2 - Urednička odgovornost

Najvažnija odgovornost novinara i urednika je osigurati da njihov rad bude usmjeren ka poštivanju istine, kao i prava javnosti da sazna istinu.

Novinari će u svakom trenutku obavljati svoj posao u duhu pravednosti, istinitosti i pristojnosti pri sakupljanju informacija, izvještavanju i predstavljanju mišljenja.

Plagijati, falsifikovanje, namjerno prikrivanje važnih činjenica, primanje mita ili usluga, koji bi uticali na rad novinara ili urednika, najteži su moralni prekršaji ove profesije.

Član 3 - Huškanje

Novinari će u svakom trenutku biti svjesni opasnosti koja se javlja kada mediji govorom mržnje podstiču diskriminaciju i netoleranciju.

Imajući u vidu takvu opasnost, novinari će dati sve od sebe kako ne bi huškali i/ili podsticali mržnju i/ili nejednakost na osnovu etničke pripadnosti, nacionalnosti, rase, religije, pola, seksualne orijentacije, fizičke onesposobljenosti ili mentalnog stanja.

Novinari neće ni pod kakvim okolnostima podsticati krivična djela ili nasilje.

Član 4 - Diskriminacija

Novinari moraju izbjeći prejudicirane i uvredljive aluzije na nečiju etničku grupu, nacionalnost, rasu, religiju, pol, seksualnu opredijeljenost, fizičku onesposobljenost ili mentalno stanje.

Aluzije na nečiju etničku grupu, nacionalnost, rasu, religiju, pol, seksualnu opredijeljenost, fizičku onesposobljenost ili mentalno stanje će biti napravljene samo onda kada su u direktnoj vezi sa slučajem o kojemu se izvještava.

Član 4a - Ravnopravnost polova i poštivanje osobenosti

Novinari će izbjegavati direktne ili indirektne komentare kojima ličnosti stavljaju u neravnopravan položaj ili ih diskriminišu po osnovi njihovog pola, roda, polnog identiteta, rodnoga identiteta, rodnoga izražavanja i/ili seksualne orijentacije.

Član 5 - Tačnost i fer izvještavanje

Novinari neće objavljivati netačne ili krivonavodeće materijale u vidu fotografija, tekstova ili drugih materijala.

Fotografije i dokumenti ne smiju biti falsifikovani i/ili korišteni na krivonavodeći način.

Novinari ne smiju prikrivati i/ili zadržavati važne informacije čije bi obznanjivanje moglo materijalno uticati na tumačenje objavljenog izvještaja i razumijevanje kod čitalačke publike.

Novinari imaju profesionalnu obavezu blagovremeno ispraviti bilo koju objavljenu informaciju za koju se utvrdi da je netačna.

Izvinjenje i/ili ispravka će biti objavljeni s dužnim isticanjem.
Novinari će uvijek izvještavati istinito i tačno o ishodu radnje poduzete u vezi s klevetom u koju su bili uključeni.

Novinari će izvještavati samo na osnovu činjenica čije je porijeklo novinaru poznato.
Kod izvještavanja i komentara kontroverze, novinari će se potruditi da saslušaju i predstave sve strane u sporu. Ukoliko jedna strana u kontroverzi odbije da se stavi na raspolaganje novinaru, publikacija može opravdano navesti ovo odbijanje u svom izvještaju.

Član 6 - Komentar, pretpostavka i činjenica

Novinari, iako su slobodni da izraze svoja gledišta, moraju napraviti jasnu razliku između komentara, pretpostavke i činjenice.

Član 7 - Mogućnost odgovora

Pravo na odgovor će biti prošireno na relevantne osobe ukoliko urednik procijeni da takav korak doprinosi tačnosti i nepristranosti izvještavanja.

Ukoliko je ikako moguće, na raspolaganje će biti stavljena mogućnost neposrednog odgovora u izdanju u kojem je objavljena optužba i/ili netačno navedene informacije, u dužini ne većoj od integralno objavljenog teksta.

Član 8 - Pogrešno predstavljanje

Novinari će koristiti samo pravedna sredstva da dođu do vijesti, dokumenata i/ili fotografija.

Novinari i fotografi neće dolaziti do informacija i/ili fotografija putem zastrašivanja ili maltretiranja.

Neetički je pogrešno predstavljati nečiji identitet ili namjeru i koristiti se mahinacijama da bi se došlo do informacije za objavljivanje, osim u ekstremnim okolnostima i u zakonitoj formi, kada bi objavljivanje informacije dobijene na takav način jasno služilo javnom interesu.

Član 9 - Privatnost

Novinari će izbjegavati uplitanje u nečiji privatni život, osim ako takva uplitanja nisu potrebna u interesu javnosti.

Teme koje uključuju lične tragedije će biti obzirno tretirane, a pogođenim ličnostima će se prići diskretno i sa saosjećanjem.

Član 10 - Osobe optužene za krivična djela

Novinari neće nikoga tretirati kao kriminalca prije donošenja sudske presude koja to potvrđuje.

Novinari imaju obavezu ne donositi preuranjene sudove o krivici optužene ličnosti.

Novinari imaju obavezu da objave informaciju o odbacivanju optužbe ili oslobađanju ličnosti za koju su ranije objavili da je optužena ili da je suđenje počelo.

Član 10a - Zaštita svjedoka

Novinari će pokazati poseban oprez i osjetljivost kod izvještavanja o svjedocima u sudskim procesima za ratne zločine, poštujući pravila i odredbe za neimenovanje zaštićenih svjedoka.

Novinari će općenito izbjegavati imenovanje svjedoka u sudskim procesima za ratne zločine, kao i imenovanje njihove rodbine i prijatelja, osim ako pozivanje na njih nije neophodno za potpuno, pravično i tačno izvještavanje o sudskom postupku, i ako to neće uticati na pogrešno tumačenje istine ili tok sudskog procesa.

Član 11 - Zaštita djece i maloljetnika

U tretiranju djece i maloljetnika novinari su dužni krajnje obazrivo postupati, poštujući dobre običaje i Konvenciju o pravima djeteta, polazeći od interesa djeteta.

Novinari su dužni zaštititi identitet djeteta u postupcima u kojima je inače isključena javnost.

Novinari ne smiju intervjuisati niti fotografisati djecu mlađu od 18 godina, s pitanjima koja se odnose na porodicu djeteta, bez prisustva roditelja ili bez dozvole roditelja ili staratelja.

Novinari ne smiju identifikovati djecu mlađu od 18 godina u slučajevima kada su žrtve krivičnih djela.

Novinari ne smiju ni pod kakvim okolnostima identifikovati djecu mlađu od 18 godina koja su umiješana u kriminalne slučajeve kao svjedoci, žrtve ili optuženi.

Član 12 - Reklamiranje i sponzorisanje

Reklame, političke reklame i sponzorisani članci i dodaci moraju biti razdvojeni od uredničkog sadržaja i jasno označeni kao ono što jesu.

Sponzorisani materijali moraju jasno ukazivati na izvor sponzorisanja.

Član 13 - Povjerljivost izvora informacija

Kad god je to moguće, novinari se trebaju oslanjati na otvorene, identifikovane izvore informacija. Ovakvi izvori treba da budu pretpostavljeni anonimnim izvorima, čije poštenje i tačnost javnost ne može da ocijeni.

Novinari imaju obavezu da štite identitet onih koji daju informacije u povjerenju, bez obzira na to da li su ili ne te ličnosti izričito zahtijevale povjerljivost.

Član 14 - Autorska prava

Novinari mogu koristiti razumne sažetke originala s ograničenim citatima, materijale iz drugih publikacija ili nosilaca autorskih prava, bez izričite dozvole za to, sve dok je izvor naznačen na odgovarajući način.

Značajna upotreba ili reprodukcija cijelog materijala zaštićenog autorskim pravima, zahtijeva izričitu dozvolu nositelja autorskog prava, osim ako takva dozvola nije navedena u samome materijalu.

Član 15 - Žalbe

Štampa i online mediji će na prigodnom mjestu sadržavati: ime, adresu, broj telefona, broj faksa i internet/e-mail adresu i kontakte odgovornog izdavača i urednika, kojima mogu biti upućivane žalbe i prigovori na pisanje štampe i online izdanja.

Podnosilac žalbe, koji tvrdi da je u izvještavanju došlo do kršenja ovog Kodeksa, obratit će se izdavaču ili uredniku odgovornom za štampu ili online izdanje o kojem se radi, demantijem ne dužim od izvorno objavljenog članka.

Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini, www.vzs.ba info@vzs.ba

Prilog 2; **Članak koji govori o nauci i traženju znanja sa vjerskog gledišta**

http://saff.ba/citaj-prva-rijec-kuranske-objave-i-zastitni-znak-islamske-civilizacije/

”Čitaj!” – prva riječ kur'anske objave i zaštitni znak islamske civilizacije

Piše: Dr. Ragib el-Serdžani
Preveo: Abdusamed Nasuf Bušatlić

Dok je Muhammed, s.a.v.s., boravio u pećini Hira, ušao je melek Džibril u pećinu i rekao Muhammedu, s.a.v.s.: ”Čitaj! (Uči!)” Muhammed, s.a.v.s., odgovorio je: ”Ja ne znam čitati.” ”Onda me je” – veli Poslanik, s.a.v.s., – ”melek Džibril uhvatio i toliko snažno stisnuo da sam njegov stisak jedva izdržao. Zatim me pustio i ponovo rekao: ”Čitaj!” Odgovorio sam: ”Ja ne znam čitati.” Džibril me je ponovo uhvatio i stisnuo, a onda me pustio i rekao: *”Čitaj, u ime Gospodara tvoga Koji stvara, stvara čovjeka od ugruška! Čitaj, Plemenit je Gospodar tvoj, Koji poučava peru, Koji čovjeka poučava onome što ne zna.”* (El-Alek, 1.-5.)

Pouke prve Objave

Neophodno je da se ovdje pozabavimo sa pet prvih ajeta koji su objavljeni Muhammedu, s.a.v.s., uz poseban osvrt na prvu riječ koju je Poslanik, s.a.v.s., čuo od meleka Džibrila. Naime, prvih pet ajeta Kur'ana koji su objavljeni Muhammedu, s.a.v.s., dok je boravio u pećini Hira, odnose se na jednu temu, a to je nauka i u njima se naglasak stavlja na jedno sredstvo i način stjecanja znanja, a to je čitanje. Tako je čitanje postalo početak i osnov ovog veličanstvenog Božanskog programa i upute.

Kur'an sadrži više od 77 hiljada riječi, a između svih njih, riječ ”uči” izabrana je da bude prva riječ kur'anske objave. Također, Kur'an sadrži hiljade imperativa poput: ”Klanjaj namaz!”, ”Dajite zekat!”, ”Borite se na Allahovom putu!”, ”Naređuj dobro, a zabranjuj zlo i budi strpljiv nad onim što te zadesi!”, ali je između svih tih imperativa i naredbi, naredba ”Uči!”, bila prva naredba kur'anske Objave.

Zatim, imajući u vidu činjenicu da Allahov Poslanik, s.a.v.s., nije znao čitati ni pisati, a da ga je krasilo hiljade vrlina i osobina lijepog ahlaka, postojala je realna mogućnost da Kur'an u prvim ajetima govori i istakne jednu od njegovih postojećih vrlina. Međutim, to se nije desilo i u prvoj riječi Objave otkriva se jasna aluzija da je ključ izgradnje islamskog ummeta i prvi ispravni put te izgradnje – nauka, a da je najvažniji način stjecanja znanja – čitanje. Stoga se naredba čitanja u prvih pet ajeta Objave spominje dvaput.

Riječ nauka (*el-ilm*) sa svojim izvedenicama, spomenuta je tri puta, kao što je spomenuto i pero kao sredstvo za pisanje, i sve to u prvih pet ajeta Objave, što ukazuje na važnost znanja i čitanja u životu islamskog ummeta.

Osim toga, u prvim ajetima kur'anske objave, skreće se pažnja da je čitanje koje islam želi – čitanje u ime Allaha Svemogućeg.

To znači da je to čitanje kojim se stječe Allahovo zadovoljstvo, a ne čitanje koje izaziva Njegovu srdžbu. To nije izopačeno i pogrešno čitanje, niti čitanje koje odvodi u zabludu, već čitanje kako je Allah zapovijedio, u Njegovo ime i na način kako je On podučio muslimane.

Zatim, u prvih pet ajeta kur'anske objave govori se o jednom Allahovom svojstvu koje idolopoklonici nikako nisu mogli pripisati nekom svom lažnom božanstvu koje su obožavali, a to je svojstvo stvaranja. U spomenutom ajetu dolazi: *"Čitaj, u ime Gospodara tvoga Koji stvara."* Cilj toga bio je da se od Poslanika, s.a.v.s., otkloni bilo kakav oblik dvojbe i sumnje u pogledu onoga što je vidio u pećini Hira.

Allahov Poslanik, s.a.v.s., je prije toga dugo vremena tragao za Tvorcem ovoga svemira, za Stvoriteljem ljudi, te kako Ga obožavati, pa mu je Allah, dž.š., objavio prvih pet ajeta preko meleka Džibrila, koji govore o Bogu Koji ga je stvorio, Koji je stvorio nebesa i Zemlju i sve što postoji. Na taj način je Poslanik, s.a.v.s., shvatio da se radi o stvarnom stanju i poslaničkom iskustvu, a ne o iluziji i fantaziji.

Prilog 3

Kur'anski ajeti i hadisi koji govore o znanju i istini

Nigdje u Kur'anu nećemo naći da Uzvišeni Allah Svome Poslaniku naređuje da traži povećanje neke druge blagodati osim znanja. Rekao je Uzvišeni Allah: "I reci: - Gospodaru, povećaj mi znanje!" (Ta-ha, 114)

Znanje je uzrok povećanja bogobojaznosti, da čovjek sa znanjem postaje osoba koja se najviše boji Uzvišenog Allaha. Kaže Uzvišeni Allah. "A Allaha se boje od robova Njegovih učeni." (Fatir, 28)

Znanje je najbolji vid borbe. Kaže Uzvišeni Allah: "I Kur'anom se svim silama protiv njih bori." (Furkan, 52) (misli se protiv nevjernika)

Dovoljno je i to da nakon smrti čovjeku se prekidaju djela, osim troje, a jedno od tih djela jeste „...znanje kojim se drugi koriste." (Muslim, 1631)

Prvi ajeti koji su objavljeni Muhammedu, s.a.v.s., bili su prvih pet ajeta sure „Alek", u kojima Allah dž.š., veli: „Čitaj (uči. Studiraj, edukuj se, istražuj, opameti se) u ime Gospodara tvog...". (Alak, 1). Božanska naredba „Čitaj" ne odnosi se samo na Muhameda s.a.v.s., nego se odnosi na čitav muslimanski ummet.

...Reci: „Da li su isti, oni koji znaju i oni koji ne znaju?" Samo oni koji pameti imaju pouku primaju!". (Zumer, 9)

„Nego istinom suzbijamo laž, a istina je uguši i laž nestane; a teško vama zbog onoga što o Njemu iznosite!" (El-Enbija, 18)

Božiji Poslanik s.a.v.s. je rekao: „Najbogobojazniji čovjek je onaj koji kaže istinu, bilo da je ona u njegovu korist ili protiv njega." (Emali-s-Saduk, 27/4)

Božiji Poslanik s.a.v.s. je rekao: „Neka strah od ljudi ne bude čovjeku prepreka da govori istinu kada mu je poznata. Zaista, najvrijedniji džihad je istinita riječ u prisustvu vladara tiranina.“ (Kenzu-l-'ummal, 43588)

„O vjernici, bojte se Allaha i budite s onima koji su iskreni!“ (Et-Tevbe, 119)

BIOGRAFIJA

Delva Husanović rođena je 3. Septembra 1994. godine u Tešnju. Osnovno obrazovanje završila je u školi "Džemal Bijedić" Miljanovci, Tešanj, a srednjoškolsko obrazovanje stječe u "Građevinsko-geodetskoj školi Sarajevo" sa zvanjem arhitektonskog tehničara. 2013. godine upisuje Fakultet političkih nauka u Sarajevu na odsjeku za Komunikologiju. Diplomirala je 2016. godine, nakon čega iste godine u oktobru upisuje master studij također na odsjeku Komunikologije. Obavljala je praksu na Federalnoj televiziji, gdje je uređivala i objavljivala vijesti na portalu, prilikom čega je stekla iskustva o televizijskom novinarstvu, te usavršila komunikacijske i novinarske vještine radom na portalu spomenute televizije. Osim toga, obavljala je praksu i na televiziji Hema, gdje je uređivala i vodila emisiju "Desetka". Emisija je obuhvatala razne priče o mladim ljudima Bosne i Hercegovine, njihovim inspirativnim pričama i uspjesima. Tokom rada na ovoj televiziji unaprijedila je govorne vještine, vještine prikupljanja podataka, te obrade i montaže istih, te praćenje javnih događanja u ulozi novinara, obavljanjem terenskog dijela posla. Pored maternjeg jezika, tečno govori engleski, i osnove turskog. Jako voli pisati, čitati, i uređivati sadržaje raznog karaktera, trenutno piše svoju prvu knjigu, i voljela bi postati pisac koji će svojim djelima ostaviti pozitivne tragove na mnogobrojnim čitateljima, te donijeti određeni doprinos prostorima svoje države.

"A uspjeh moj zavisi samo od Allaha" (Hud, 88)

UNIVERZITET U SARAJEVU – FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

IZJAVA o autentičnosti radova

Nazivodsjekai/ilikatedre: Komunikologija

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime:	Delva Husanović
Naslov rada:	Odnos između politike, medija i društva
Vrsta rada:	Završni magistarski rad
Broj stranica:	104

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto i datum: **Potpis**

Sarajevo