

2.12.2020.

## Uloga medija i novinarstva u demokratskom razvoju društva

Lamija Silajdžić, MA

**Opis:** Radionica o društvenom kontekstu i odgovornosti novinarstva i važnosti medijski posredovane društvene interakcije u savremenom dobu, te, posljedično o važnosti medijske i informacijske za građansku participaciju.

| <b>RADIONICA</b> | <b>Uloga medija i novinarstva u demokratskom razvoju društva</b>   | <b>Moduli 1 i 2</b>   |                                       |
|------------------|--|---|---------------------------------------|
|                  |  | Građanstvo, sloboda izražavanja i slobodan pristup informacijama, demokratski diskurs i cjeloživotno učenje | Mediji, informativni programi i etika |
| Tematske cjeline | <ul style="list-style-type: none"><li>• Razumijevanje pojma medijske i informacijske pismenosti u društvenom kontekstu;</li><li>• Medijska i informacijska pismenost i aktivna građanska participacija;</li><li>• Novinarstvo i društvo;</li><li>• Sloboda, etika i odgovornost;</li><li>• Šta čini vijest? Propitivanje kriterija za sadržaj koji razumijevamo kao vijest u informativnom programu (proizvod novinarstva);</li><li>• Razumijevanje procesa kreiranja vijesti, pored ključnih 5W</li></ul>               |   |                                       |
| Ishodi učenja    | Nakon radionice, polaznici mogu: <ul style="list-style-type: none"><li>• Razumjeti medijsku i informacijsku pismenost i njen značaj i važnost u životu učenika i nastavnika;</li><li>• Analizirati ulogu medija i drugih dobavljača informacija;</li><li>• Analizirati te uloge u različitim medijskim i informativnim tekstovima;</li><li>• Razumjeti osnovne koncepte slobode izražavanja, te slobodnog pristupa informacijama;</li><li>• Razumjeti svrhu novinarstva i njegovu ulogu u jačanju demokratije.</li></ul> |   |                                       |

**Vježba “Medijska dijeta” (napomena: učesnici radionice trebaju uraditi vježbu prije online susreta)**

Odredite jedan dan u sedmici kada ćete apstinirati od svih medija i tehnologija (internet, televizija, radio, štampa, mobilni telefon). Obavijestite porodicu, prijatelje i radne kolege da ste taj dan na „medijskoj dijeti“ i da Vas ne mogu kontaktirati putem navedenih tehnologija. Bilježite svoje aktivnosti tokom dana, od ustajanja, odlaska na posao/u školu, povratka kući, slobodnog vremena.

Nakon toga, analizirajte šta bi se desilo građanima jedne zemlje danas, da se jednog dana probude i vide da ne postoje više mediji, internet i mobilni telefoni.

Odgovorite na slijedeća pitanja:

- Kako bi se građani informisali?
- Kako bi prenosili vijesti, činjenice i događaje?
- Šta bi se desilo sa odlukama koje uobičajeno donosite?
- Šta bi – lično Vama – nedostajalo u novoj situaciji?
- Šta bi izgubilo društvo zbog toga?

*Da li ste uspjeli izdržati medijsku dijetu jedan cijeli dan? Diskutujte međusobno o tome šta ste radili u toku tog dana i kako ste se osjećali.*

---

**Čemu medijska i informacijska pismenost?**

| <b>NE</b>  | <b>DA</b>   |
|--|---|
| skepticizam prema medijima i drugim dobavljačima informacija | valoriziranje sadržaja  |
| medijska apstinencija  | korištenje kredibilnih izvora i kvalitetnih sadržaja              |
| apatija  | građanski aktivizam   |
| analiza isključivo negativnih primjera                       | predstavljanje kontrarnarativa i prosocijalnih medijskih sadržaja |

## Društveni kontekst medija i novinarstva

U skladu sa latinskim korijenom riječi (*lat. medium*) i iz njega izvedene definicije, mediji su posrednici ili oni koji se nalaze u sredini. Preciznije, mediji su sredstva pomoću kojih se distribuiraju informacije između pojedinaca ili grupa/zajednica. Mediji su i institucije, to jeste preduzeća koja imaju svoje ustrojstvo, hijerarhiju i principe djelovanja. Izumom štamparske prese i štampanjem prvih novina u više primjeraka, mediji su postali dostupni velikom broju ljudi odnosno masovnoj publici, te je postepeno rastao i njihov značaj i utjecaj u društvu. Primarna funkcija medija u društvu je bila omogućavanje komuniciranja i sporazumijevanja među ljudima. Vremenom se povećavao broj funkcija koje mediji imaju, pa se u literaturi spominje 10-ak ključnih medijskih uloga i funkcija u društvu, kao što su: informacija, edukacija, zabava, agenda-setting, socijalizacija, vođstvo, kritika, kontrola, integracija, itd.

Prema tradicionalnim komunikološkim teorijama, mediji su oni koji nas informiraju o svijetu koji nas okružuje, educiraju nas i zabavljaju. Mediji stavljaju „na dnevni red“ teme o kojima promišljamo, te nas tako vode kroz društvenu zbilju i socijaliziraju. Pomoću medija saznajemo informacije o drugim društvenim sistemima – političkom, ekonomskom, zdravstvenom, i sl., te u skladu sa dobivenim informacijama iz medija, donosimo odluke. Mediji su i čuvari kapija, odnosno oni koji od velikog broja informacija selektuju one koje su najznačajnije javnosti, odnosno koje su u javnom interesu. Mediji, dakle, imaju značajnu ulogu u prenošenju informacija i znanja koja su izvan našeg neposrednog iskustva.

Šta su sve mediji?

- kanali za prenos informacija i znanja kroz koje građani međusobno komuniciraju i donose odluke na osnovu informacija,
- prostor za debate zasnovane na činjenicama, između različitih društvenih aktera,
- oni koji nas snabdijevaju dobrim dijelom onog što učimo o svijetu izvan našeg neposrednog iskustva,
- sredstva pomoću kojih društva uče o sebi samima i grade osjećanje društvenog zajedništva,
- oni koji motre vlade (donosioce odluka), promovišući transparentnost u javnom životu i javni nadzor nad nosiocima društvene moći, tako što razotkrivaju korupciju i loše upravljanje,
- središnji katalizatori demokratskih procesa i jedan od jemaca slobodnih i poštenih izbora,
- sredstvo kulturne ekspresije i kulturne kohezije unutar i među narodima,

- samostalni zagovornici i društveni činioci.

### **Sloboda, etika i odgovornost**

Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950) temelj je za razumijevanje osnovnih prava čovjeka, među kojima značajno mjesto zauzima pravo na slobodu izražavanja. Osim što je sloboda izražavanja značajna za ostvarivanje ljudskih potencijala, ovo pravo smatra se značajnim i kao ključni temelj demokratije, jer osigurava preduslove za napredak demokratskih društava.

Podsjetimo, član 10. Evropske konvencije za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda garantuje pravo na slobodu izražavanja na slijedeći način:

*Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja i slobodu primanja i prenošenja informacija i ideja, bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice. Ovaj čin ne sprječava države da zahtijevaju dozvole za rad od radio, televizijskih i filmskih kompanija.*

Da bi sloboda izražavanja bila djelotvorna, trebaju joj javne platforme koje dozvoljavaju razmjenu informacija i ideja. Tu je ključna uloga medija kao onih koji obezbjeđuju takve platforme, to jeste, štite pravo svakog građanina da slobodno prima i prenosi informacije. Ova medijska uloga obavezuje novinare i medije da postupaju etično, da uvažavaju i štite prava građana kojima prenose informacije. Ukratko, da rade u javnom interesu.

Medijsko djelovanje i rad novinara uređen je zakonima i profesionalnim etičkim kodeksima, čija je suština da novinari u svome radu štite javni interes, brane načela slobode izražavanja i informisanja, štite ljudska prava i raznolikost, plasiraju javnosti istinite, korisne, relevantne i blagovremene informacije, itd.

Ključni dokumenti koji uređuju oblast medija u Bosni i Hercegovini:

- Zakon o komunikacijama BiH
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u BiH
- Zakoni o zaštiti od klevete (FBiH i RS)
- Zakon o javnom RTV sistemu
- Zakon o javnim RTV servisima (FBiH i RS)
- Kodeks časti BH novinara
- Kodeks za štampu i online medije u BiH
- Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija

Svi navedeni dokumenti, kao i ostali međunarodni i domaći dokumenti, preporuke, rezolucije i kodeksi, osnova su za profesionalan rad novinara. Da bi se za neki medijski sadržaj reklo da je profesionalan, nužno je analizirati zadovoljava li taj sadržaj osnovne kriterije i postulate profesije, donosi li nove, istinite i provjerene informacije, te da li su te informacije bitne za javnost. Selekcijom informacija i vijesti koje će plasirati javnosti, mediji nameću određeni sistem vrijednosti, pogled na svijet, pa i praktični odnos spram stvarnosti (Kurtić, 2009).

Osnovni novinarski žanr jeste vijest, koja se smatra temeljem novinarstva i svakog drugog, jednostavnog ili složenog novinarskog žanra. Vijest je, pojednostavljeno rečeno, skup činjenica izraženih simbolima pomoću kojih se saopštava neka novost. Ta novost mora biti istinita i provjerena iz najmanje dva izvora, da bi bila kredibilna i vrijedna saopštavanja.

Vijest odgovara na 5 ključnih pitanja, koja se u komunikologiji nazivaju „pravilo 5W“:

1. KO (WHO)? – Ko je akter/subjekt priče?
2. ŠTA (WHAT)? – Šta se desilo?
3. GDJE (WHERE)? – Gdje se desilo?
4. KADA (WHEN)? – Kada se desilo?
5. ZAŠTO (WHY)? – Zašto se desilo?

Dakle, da bismo procijenili da li je medij ispunio svoju osnovnu informativnu funkciju saopštivši nam nešto novo i istinito, nužno je analizirati da li je odgovorio na upravo ovih pet pitanja.

A da bismo procijenili vrijednost vijesti, odnosno novosti u nekoj novinarskoj priči, to možemo učiniti na osnovu nekoliko kriterija:

- značaj – mjeri se interesom širokom auditorijuma, a ponekad i historijskom važnošću
- utjecaj – odnosi se na već ostvareni ili mogući efekat odnosno posljedice događaja na publiku
- blagovremenost - publika želi biti u toku događaja, što od medija traži imedijatnu aktuelnost
- blizina – generička, geografska i tematska blizina vijesti
- neuobičajenost – maštu ljudi okupiraju neuobičajeni ljudi, mjesta, stvari
- istaknutost – događaji u koje su uključene poznate ili istaknute ličnosti, privlače pažnju publike
- konflikt – izaziva interesovanje publike naročito kada se neizvjesnosti njegovog ishoda povežu sa interesima publike

- humor – zabavna funkcija medija

Neizostavan segment u našoj interakciji sa medijima jeste kritičko promišljanje, koje podrazumijeva „intelektualno upravljani proces aktivnog i vještog konceptualizovanja, primjenivanja, analiziranja, sintetizovanja i/ili vrednovanja informacija prikupljenih ili generisanih posmatranjem, iskustvom, refleksijom, rezonovanjem ili komuniciranjem koji vodi ka vjerovanju ili djelovanju. U svom egzemplarnom obliku zasnovano je na univerzalnim intelektualnim vrijednostima koje prevazilaze predmetne kategorije: jasnost, tačnost, preciznost, konzistentnost, relevantnost, zvučne dokaze, dobre razloge, dubinu, širinu i korektnost.“<sup>1</sup> Kritičko promišljanje i vrednovanje medijskih sadržaja nužna je pretpostavka za donošenje odluka o sebi i zajednici u kojoj živimo, te posljedično, za kvalitetno učestvovanje u demokratskim procesima.

Kako se navodi u UNESCO-ovom kurikulumu medijske i informacijske pismenosti za nastavno osoblje, mediji i drugi dobavljači informacija su od suštinskog značaja za demokratiju i dobro upravljanje, podjednako kao prostori za demokratski diskurs i kao snabdjevači informacijama i znanjem. Medijska i informacijska pismenost stoga nije samo sposobnost korištenja medija i drugih izvora informacija, već je sposobnost kvalitetnog učestvovanja u društvenom životu i životu zajednice, na način da se odluke o toj zajednici i sebi u njoj donose takozvanim informisanim izborom.

Pojavom interneta i sveopštom digitalizacijom, jasno je, uzdrmao se i medijski svijet i pozicija publike u njemu. U odnosu na raniji period kada su mediji s publikom komunicirali *one to one* ili *one to many*, XXI stoljeće je doba u kojem je pojedinac, odnosno recipijent medijskih sadržaja, dobio mo(gu)ć(nost) da i sam traži, kreira i razmjenjuje informacije sa drugima. Od pasivnog posmatrača i recipijenta, postao je aktivni učesnik u društvenom komuniciranju putem medija. Međutim, ta uloga za pojedinca predstavlja i blagoslov i izazov – pred njim je okean informacija, ali bez preciznih uputstava kako u njemu plivati. Plivati učimo sami. Posrednici (mediji) postepeno gube navedene uloge u društvu i čuvari kapija postaju sami građani.

Uspon i sve snažniji utjecaj medijskih korporacija i digitalnih platformi dodatno je usložnio medijski svijet, jer iako mediji i dalje kreiraju sadržaje i stavljaju ih „na dnevni red“, nemaju više ekskluzivno pravo da odlučuju da li će i putem kojih kanala taj sadržaj doći do recipijenata.

---

<sup>1</sup> Izjava Michaela Scrivena i Richarda Paula predstavljena na 8. Međunarodnoj naučnoj konferenciji o kritičkom mišljenju i reformi obrazovanja, 1987.

Kanala je mnogo, medijska publika je fragmentovana i migrira na digitalne platforme, te je borba za pažnju publike postala jedna od ključnih koje mediji vode u digitalnom dobu. Osim borbe za pažnju publike, mediji se bore i sa mašinom – algoritmom, koji u sve većem procentu odlučuje o tome koje će informacije stići do nas putem digitalnih platformi i pretraživača koje sve dominantnije koristimo da bismo se informirali o svijetu koji nas okružuje (Facebook, Google, i sl.).

Ipak, demokratski sistem pretpostavlja da je građanin dovoljno *obrazovan* (opšte, ustavno, politički) i *informisan* (programi stranaka, dosadašnji angažman političkih kandidata i njihove kompetencije) da može donijeti *slobodnu kritički promišljenu odluku o izboru* najboljeg predstavnika koji će zastupati njegove interese, kao i mehanizme korektiva procesa i izabranih zvaničnika između izbornih perioda.

Da bi to postigao, građanin treba biti *dovoljno medijski i informacijski pismen* da može adekvatno prevazići izazove digitalne transformacije društva i biti njen konstruktivni proaktivni član.

### **Pitanja za diskusiju:**

- Vakcinacija djece: na osnovu čega roditelj donosi odluku da li vakcinisati dijete ili ne?
- Izbori: na koji način saznajemo informacije o strankama i kandidatima na izborima, kako pratimo izbornu kampanju, na koji način odlučujemo koga odabrati?

### **Ideje za aktivnosti u učionici:**

- Napravite spisak medija koji su prisutni u svakodnevnom životu učenika i nastavnika. Koje su glavne uloge i zadaci koje svaki od njih ostvaruje? Šta mislite da znači biti 'pismen' kad je riječ o korištenju medija i drugih dobavljača informacija? Koja su znanja, vještine i stavovi neophodni za to?
- Tokom jednog dana vodite dnevnik i bilježite svoje dnevne upotrebe i interakciju sa medijima i drugim dobavljačima informacija. Kakve pravilnosti u korištenju uočavate? Koliko sati provedete baveći se medijima - internet, televizija, radio, štampa? Kakvu ulogu ti mediji i dobavljači informacija imaju u vašem životu?
- Zapišite sve svoje aktivnosti tokom jednog dana, od trenutka kad se probudite, dok uveče ne odete na spavanje. Analizirajte ih u malim grupama: da li su vam za obavljanje tih aktivnosti potrebne informacije? Pored svake aktivnosti zapišite informacije koje su

vam za nju potrebne. Na primjer, potrebno vam je da znate spoljnu temperaturu da biste se odgovarajuće obukli; treba vam da znate kakva je situacija sa saobraćajem da biste odabrali autobus/prevoz; treba vam da znate nešto o ekonomiji ako želite da tražite zajam. Razgovarajte: koliko su važne informacije u svakodnevnom životu? Koliko odluka biste teško donijeli bez informacija?

- Učenici dobijaju dva različita medijska sadržaja-rada o istoj temi i treba da objasne koji sadržaj je informativniji i kako se drugi može poboljšati.

### Gdje pronaći još ideja?

- UNESCO Medijska i informaciona pismenost – Program obuke nastavnika : <https://bit.ly/3nxtNzk>
- Priručnik za trenere iz oblasti medijske i informacijske pismenosti: [https://media.ba/sites/default/files/mip\\_prirucnik.pdf](https://media.ba/sites/default/files/mip_prirucnik.pdf)
- Igre medija, igre informacija: <https://www.humanityinaction.org/igre-medija-igre-informacija/?lang=bs>

### Izvori:

- Curran, J. (2011). *Media and democracy*. London/New York: Routledge.
- Fridrichsen M., Kamalipour J., ed. (2017). *Digital Transformation in Journalism and News Media*. Springer International Publishing.
- Gilmor, D. (2006), *We, the Media – Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly Media Inc., New York
- Halilović M., Džihana A., ur. (2012). *Medijsko pravo u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Internews.
- Kurtić, N. (2009). *Osnovi pisanja za medije*. Sarajevo/Tuzla: Media plan institut/Colosseum.
- Macovei, M. (2004). *Sloboda izražavanja: Vodič za primjenu Člana 10 Evropske Konvencije o ljudskim pravima*. Generalni direktorat za ljudska prava i pravne poslove Vijeća Evrope.
- Malović S., Ricchiardi S., Vilović G. (1998). *Etika novinarstva*. Zagreb: Izvori.
- Nuhanović, A. (2010). *Demokratija, mediji i javnost*. Sarajevo: Promocult.
- Peruško-Čulek, Z. (1999). *Demokracija i mediji*. Zagreb: Barbat.



- Street, J. (2003), *Masovni mediji, politika i demokracija*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb
- Tomić, Z. (2003). *Komunikologija*. Beograd. Čigoja štampa.
- Turčilo, L. (2017.). *(P)ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja*. Sarajevo: Vlastita naklada.