



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

**UTJECAJ ONLINE MEDIJA NA FORMIRANJE JAVNOG MNIJENJA U BOSNI
I HERCEGOVINI**

- magistarski rad-

Kandidat:

Arnela Lončar

Broj indeksa: 1028

Mentor:

Doc. dr. Mustafa Sefo

Sarajevo, april 2021.

SADRŽAJ

1.UVOD	3
2.METODOLOŠKI OKVIR RADA	6
Problemi i predmet istraživanja.....	6
Naučni i društveni ciljevi istraživanja.....	8
Hipoteze i indikatori.....	10
Naučni pristup i društvena opravdanost.....	11
Bitni kategorijalni pojmovi.....	13
Definicija i kvalifikacija.....	13
3.SAZNANJE O PREDMETU ISTRAŽIVANJA	14
Polazna saznanja o predmetu istraživanja.....	14
Fundamentalna pitanja.....	14
Koncept mogućih odgovora.....	15
4.ONLINE MEDIJI	19
“Novinari” novog vremena.....	21
Webportali u BiH.....	23
5.JAVNO MNIJENJE	37
Javno mnijenje ključni faktor demokratskog društva.....	40
Utjecaj online medija na javno mnijenje.....	43
6. DRUŠTVENE MREŽE KAO NOVE MEDIJSKE PLATFORME	46
Influenseri i jutjuberi.....	46
Utjecaj na društvo.....	49
Medijska (ne)objektivnost.....	51
Medijsko izvještavanje o genocidu u Srebrenici.....	60
7.ZAKLJUČAK	66
8.PRILOG	68
Intervju sa novinarkom webportala NAP Amrom Vrabac.....	68
Intervju sa urednikom BHT1 Anelom Nurkovićem.....	71
Anketa	75
9.LITERATURA	79

1. UVOD

Uočljiv je porast utjecaja online medija na javno mnijenje. Posljednu deceniju utjecaj online medija na javno mnijenje postao je ogroman. Jedan od razloga je ubrzan razvoj tehnologije (široka dostupnost - internet) koje su i omogućile da online mediji imaju veliki utjecaj na formiranje javnog mnijenja u Bosni i Hercegovini. Analiza medijskog sadržaja koji se danas distribuira jedna je od glavnih tema koje ćemo analizirati u ovom radu. Prije dvije ili tri decenije bilo je nepojmljivo da jedan medij svjesno objavi lažnu vijest (fake news). Danas u novoj eri (virtualnoj) pojedinim portalima jedini je zadatak da objavljuju lažne vijesti. Razvoj tehnologije i njena široka rasprostranjenost i dostupnost olakšali su brzinu i protok informacija ali s druge strane postali su i opasnost odnosno prostor u kojem se vrlo lahko i jednostavno može dezavuisati javnost. Ako bi stavili na "vagu" prednosti i mane novih tehnologija (online mediji i društvene mreže) sa sigurnošću možemo reći da su prednosti veće od nedostataka. Početkom 21 vijeka gotovo je bilo nemoguće zamisliti da jedan događaj koji se u tom trenutku dešava na nekom dijelu zemaljske kugle može vidjeti čitav svijet zahvaljujući samo jednom uređaju (mobilni telefon) i jednom čovjeku. Zbog toga tradicionalni mediji (tv, radio, novine) gube tržišnu utakmicu sa webportalima i društvenim mrežama. Novine odnosno printana izdanja kako trenutno stvari stoje za nekoliko godina bit će prošlost zbog čega se sve više velikih svjetskih korporacija odlučuje da pređu u digitalnu formu. Sličan model pogotovo u Zapadnoj Evropi, Sjedinjenim američkim državama ali i drugim razvijenim državama u svijetu preuzimaju radio i televizija. Danas gotovo sve veće televizije imaju svoje webportale ali i zvanične profile na društvenim mrežama na kojima se gotovo iz minute u minut plasiraju vijesti i sadržaji. Kada je u pitanju Bosna i Hercegovine možda je najbolji primjer Javni servis BHRT u kojem već nekoliko godina egzistira Multimedijalni desk. Ovaj koncept podrazumjeva da se na jednom mjestu u jednom prostoru nalazi televizija, radio i portal. Novinari koji prate dnevne događaje ili obrađuju tematske priče nakon završenog posla svoje priče plasiraju na sve tri platforme. Koliko god prednosti i dobrih stvari imale nove tehnologije tu su i mane kojih ima manje ali nisu zanemarive. Kao što smo ranije rekli i spomenuli a to ćemo posebno analizirati u samom radu jedan od ključnih problema je ne postojanje zakonske regulative koja će urediti ovu oblast. Za veliki broj webportala ali i profila na društvenim mrežama se ne zna ko stoji iza njih, ko su vlasnici, novinari ili bilo šta drugo što bi moglo povući pitanje eventualne krivične ili neke druge odgovornosti za

sadržaje koji se objavljuju na tim platformama. Kada je u pitanju Bosna i Hercegovina prava i obaveze registrovanih medija su jasno definisane i njihovo provođenje je u nadležnosti Regulatorne agencija za komunikacije. Međutim RAK nema ovlasti ili mogućnosti da sankcioniše neki portal koji svoj sadržaj iz neke druge zemlje plasira u Bosnu i Hercegovinu.

Centralno pitanje u ovom master radu je: Koliko online mediji imaju utjecaj na formiranje javnog mnijenja u BiH? S obzirom na istraživanje (teorija, empirija) koje smo proveli možemo slobodno reći da je utjecaj koji imaju mediji a pogotovo online mediji jako veliki. Taj utjecaj vidljiv je u skoro svim sferama života. U slučaju neke nesreće (primjer poplave iz 2014 godine) ljudi su se organizovali na društvenim mrežama prikupljali pomoć, dostavljali hranu i lijekove ugroženima dok su neki i kao volonteri učestvovali i u akcijama spašavanja. Snimke spašavanja ili snimke prirodne nesreće koje su zabilježili građani mobilnim telefonima prenio je veliki broj medija kako u BiH tako u i svijetu. U vremenu pandemije koronavirusa pojedine društvene mreže su ograničile informacije koje se odnose na pandemiju a čija istinitost nije potvrđena kako bi se spriječilo širenje panike među stanovništvom. Ovo ograničavanja uslijedilo je nakon što su u prvim mjesecima pandemije po portalima i društvenim mrežama počeli širiti snimci ljudi koji su padali po ulicama navodno zbog Kovida 19. Širenje straha od nepoznatog i nevidljivog neprijatelja u prvim mjesecima pandemije doveo je i do nestašice npr. brašna ili toalet papira. S obzirom da je u svijetu u toku vakcinacija protiv kornavirusa sve je više onih koji pišu ili objavljuju sadržaje protiv vakcina a da za to nemaju niti jedna relevantan naučni dokaz. Ovakva praksa pristuna je i u Bosni i Hercegovini zbog čega je sve više ljudi u nedoumici da li se vakcinisati ili ne.

U radu ćemo analizirati i kako i na koji način pojedini mediji obrađuju vijesti i događaje. Fokus je na uređivačkoj politici odnosno pristupima i dvostrukim aršinima u obilježavanju događaja iz rata. Najeklatantniji primjer takvog izvještavanja je odnos medija (kako tradicionalnih tako i online medija) iz Federacije i Republike Srpske o genocidu u Srebrenici. Dok je u medijima iz Federacije obilježavanje 11. Jula centralna i udrana vijest kojoj se daje velika minutaža često i više od 15 minuta centralne informativne emisije ili veliki broj tekstova i objava na portalima i društvenim mrežama, u medijima iz Republike Srpske ovo je vijest obično za kraj Dnevnika u kojoj se ne koristi termin genocid nego termin zločin.

Kada se govori o utjecaju online medija ne treba zaboraviti ni činjenicu odnosno problem koliko građana ima pristup internetu tj. koliko građana zna koristiti nove tehnologije. Internet kao izvor

informacije često koriste osobe mlađe i srednje životne dobi. Također postoje razlike i u mjestu stanovanja.

Pa je na osnovu te podjele korištenje internet tehnologije mnogo više zastupljeno u urbanijim nego u ruralnim sredinama. Porazno zvuči podatak Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine da je gotovo 40 posto stanovništva, ili više od 1,2 miliona bh. građana starijih od deset godina informatički nepismeno, odnosno ne zna da koristi kompjuter niti internet. Kakav bi bio odnos društva prema nekim pojavama, događajima da je procenat informatički pismenih u našoj zemlji veći?

Medijska kultura oblikuje društvo u kojem živimo i upravo zbog toga mediji imaju značajnu ulogu u formiranju javnog mnijenja.

I PROBLEMI I PREDMET ISTRAŽIVANJA

1.1 Problem istraživanja

Problem istraživanja su različite online medijske platforme kao i sadržaji koji se objavljuju na tim platformama, za koje ne postoji zakonska regulativa u Bosni i Hercegovini.

1.2 Predmet istraživanja

Predmet istraživanja su vijesti koje se objavljuju na online platformama te kako te iste vijesti utječu na formiranje javnog mnijenja. Živimo u dvadeset i prvom vijeku gdje su portali i društvene mreže sastavni dio života. U moru različitih, brzih informacija sa različitih strana svijeta postali smo lijeno društvo. Kultura čitanja sve je manje zastupljena. Video ili audio snimak postaju osnovni izvori informisanja.

Uslovi koji doprinose postojanju ovog problema su svako nedostatak znanja, ograničeno društvo, depresija u kojoj se nalazi društvo u Bosni i Hercegovini. Razloge treba tražiti u nepovoljnom privrednom rastu, stagnaciji ekonomije, ne postojanju sistema obrazovanja u skladu sa potrebama tržišta rada, uticaja koji politika ima na svakodnevni život kako građana tako i medija. Dodatni problem za online medije i njihovu regulativu leži u činjenici da njih zakonska rješenja gotovo da i ne prepoznaju.

Subjekt je društvena zajednica u našoj državi jer svaki pojedinac predstavlja sistem informisanja nove generacije odnosno novih medija koji distribuiraju vijesti na različitim platformama.

Motivi, interesi i ciljevi za istraživanje ove teme je utjecaj online medija na formiranje javnog mnijenja.

Aktivnosti koje se stavljaju kao problem jeste distribuiranje vijesti i informacija, njihova tačnost, provjerenost i objektivnost. Da li je bitnija brzina objave vijesti ili sadržaj iste, odnosno postavlja se pitanje ko su ljudi koji danas kreiraju online sadržaje, koje je njihovo zvanje i šta je to što mogu ponuditi društvu.

Metode istraživanja koje će se koristiti jesu praćenje online medija, u kojima podrazumijevam pored webportala i društvene mreže, koje se sve više koriste kao izvor vijesti. Proteklih godina smo mogli vidjeti da predsjednik SAD Donald Trump je koristio svoj Twitter nalog kao sredstvo informisanja ne samo za svoje Twitter pratiocice već i za medije, i na osnovu informacija koje je objavljivao na ovoj društvenoj mreži mediji su koristili kao relevantan izvor informisanja i od tih informacija su pravili vijesti.

Efekti: Brzina informisanja i mogućnost “utjecaja” pojedinca, odnosno svakog ko želi da nešto objavi, napiše, komentariše, sadržaj vrlo često je manje bitan.

Skup rezultata: Na osnovu praćenja različitih online platformi, intervju-a sa novinarom koji radi za tradicionalne medije upitanju je TV stanica, kao i intervju-a sa novinarkom koja radi za webportal. Online anketa koja je sprovedena dala je širu sliku koliko online mediji utječu na formiranje javnog mnijenja kao i na činjenicu koliko društvo danas koristi online medije.

Vremensko određenje predmeta istraživanja: Za istraživanje ove teme obuhvaćen je period od oktobra 2020.god do aprila 2021.god.

Prostorno određenje predmeta istraživanja: Odnosi se na istraživanje online medija na području Bosne i Hercegovine te kako ono utječe na formiranje javnog mnijenja.

Disciplinarno određenje predmeta istraživanja interdisciplinarnog¹ karaktera. Putem komunikologije doći ćemo do ključnih spoznaja za istraživanje teme odnosno spoznaje koliko online mediji utječu na formiranje javnog mnijenja.

¹Interdisciplinarnost je vrsta akademske saradnje u kojem stručnjaci različitih akademskih disciplina rade prema zajedničkim ciljevima.

2. NAUČNI I DRUŠTVENI CILJEVI

Brojni su primjeri (protestna okupljanja organizuju se i dogovaraju na društvenim mrežama) kako online sadržaji utječu na formiranje javnog mnijenja. Svjedoci smo da su vrlo često mediji kreatori važnih društvenih pokreta, jer upravo objava informacija ponekad pokrene javnost na promjene, istina u Bosni i Hercegovini manje ali u svijetu su to česti primjeri kada se društvo ujedinjuje. Navest ćemo primjer Georgea Floyd, afroamerikanca porijeklom iz Houstona, čija je smrt ujedinila američki narod. Protesti su trajali nekoliko sedmica, a ono što se dešavalo tokom protesta imalo je uticaj na izbore u SAD koji su održani u Novembru 2020 godine.

2.1. Naučni ciljevi

Naučna deskripcija obuhvata analizu sadržaja koji se plasira putem online medija te način na koji taj sadržaj utječe na formiranje javnog mnijenja. Kakvo nam je obrazovanje takvo nam je i društvo, sloboda govora u demokratskom sistemu je zagantovana, međutim vrlo često je ta sloboda zloupotrebljena. Svjedoci smo da su danas nove društvene platforme kanali za distribuciju neprovjerenih i netačnih informacija kao i govora mržnje.

Naučna klasifikacija i tipologizacija

Naučna klasifikacija i tipologizacija su sekundarni nivo naučnog istraživanja. Tipologizacija samog problema se odnosi na kvalitet medijskog sadržaja koji se plasira u Bosni i Hercegovini i njegov utjecaj na društvo u cjelini. Odnosno prikaz javnog mnijenja koje je pod utjecajem novih medija stvorilo određenu sliku/mišljenje o određenim temama ili događajima.

Naučna eksplikacija

Uzrok su raznovrsne online medijske platforme, koje su besplatne i dostupne svima. Ne postoji kontrola online sadržaja, ne znamo ko, kada, kako i zbog čega objavi određenu informaciju. Korisnici online platformi nisu dužni objaviti svoj identitet i vrlo često se skrivaju iza lažnih profila. Mogućnost da iz Sarajeva plasiramo informaciju u New York, govori o tome da granice više ne postoje bar kada su tehnološka dostignuća upitanju.

2.2. Društveni cilj

Društveni cilj istraživačkog rada je pokazati građanima da trebaju biti oprezni prilikom korištenja online medija. Informacije treba uzimati s rezervom posebno prilikom pristupanja različitim društvenim online pokretima/peticijama, ukoliko im identitet osoba koje organizuju određenu akciju nije poznat. S druge strane, cilj je stvoriti odgovornost za objavu sadržaja, fotografija ili video zapisa na društvenim mrežama jer su takve platforme jedan dio novih online medija koji ima veliku odgovornost i utjecaj kada je upitanju formiranje javnog mnijenja.

3. HIPOTEZE I INDIKATORI

Generalna hipoteza: Online mediji efektno i kontinuirano utječu na formiranje javnog mnijenja.

Posebna hipoteza 1: Utjecaj se realizira u širenju brzih informacija i dostupnosti istih svim građanima koji imaju omogućen pristup internetu.

Posebna hipoteza 2: Mogućnost objavljivanja informacija je jednako dostupna za sve, ne postoje pravila niti ograničenja.

Posebna hipoteza 3: Platforme novih medija, pojedinci kao i organizacije koriste za ostvarivanje ličnog profita.

Posebna hipoteza 4: Novi mediji služe kao kanali na kojima se postavljaju nova pravila kao i modeli ponašanja i života globalno.

Posebna hipoteza 5: Online medijske platforme su “izrodile” ljude novih zanimanja a to su influencersi², jutjuberi³ koji imaju veliki utjecaj na društvo.

Posebna hipoteza 6: Obrazovanje je stavljeno u drugi plan, bez akademske i stručne naobrazbe danas možete raditi kao novinar, nutricionista, psiholog itd., svjedoci smo da su tu ulogu preuzeli korisnici online platformi čija zanimanja su vrlo često nepoznata javnosti.

Indikatori: Knjige, webstranice, društvene mreže koje su u vezi s predmetom istraživanja.

²Engleski jezik influencersa definiše kao osobu koja ima moć utjecaja na druge ljude (influence) putem društvenih ili tradicionalnih medija.

³Jutjuber poznata je ličnost na internetu koji je popularnost stekao objavljivanjem video-snimaka na Jutjubu, webstranica za dijeljenje video-zapisa.

4. NAUČNI PRISTUP I METODE ISTRAŽIVANJA

4.1. Naučni pristup

Prema predmetu istraživanja mogu biti teorijska i empirijska. Teorijska istraživanja su bazirana na naučnoj teoriji dok se empirijska istraživanja odnose na društvenu stvarnost. Kada je upitanju istraživački rad sva istraživanja se odnose na teorijsko – empirijske teorije upravo zbog njene uloge u istraživanju. Analiza online sadržaja tačnije informacija koje se plasiraju putem novih medija se odnosi na teorijsko istraživanje dok utjecaj online medija na formiranje javnog mnijenja na empirijsku teoriju.

4.2. Metode istraživanja

Korištene metode su analiza sadržaja koje se objavljuju na online medijima, online anketa kao i intervju-i sa novinarima iz Bosne i Hercegovine.

Metoda analize (sadržaja) dokumenata

Objavljivanje različitih informacija različito utječe na društvo, pogotovo u eri novih medija. Nestabilnost koja se odražava ispoljavanjem javnog mnijenja odraz je individualnih mišljenja, koje se reflektuju neposredno utjecajem i interesima grupa i klasa, jer u početku individue polaze od svog stanovišta da bi ga kasnije uskladili s mišljenjima i stavovima grupe s kojom se najviše identifikuju.

“Historijski gledano, javno mnijenje kao fenomen socijalnog života, prevashodno pripada onom redu društvenih pojava koje shodno problematici koju razrješavaju, stimulišu ponašanje ljudi u različitim domenima njihovog aktiviteta. Posebno se to odnosi na politički angažman koji predvodi politička javnost, utječući na taj način na tok društvenih kretanja. U historijskim razdobljima, ta društvena kretanja su obilježena svojevrsnom političkom praksom, odnosno demokratizacijom institucija političkog sistema koje tu praksu oblikuju” (Nuhanović, 1998:13 – 19).

Metoda prikupljanja podataka (anketa)

U ovom istraživanju anketu sam koristila za ispitivanje pojedinaca o tome koliko vremena na dnevnoj bazi provedu na društvenim mrežama kao i drugim oblicima novih medija. Prilikom

anketiranja ispitano je stotinu građana, od toga 61 ženskog pola i 39 muškog pola. Srednje životne dobi od 25 do 55 godina. Anketa provedena online.

Metoda istraživanja sadržaja (intervju-i)

Za potrebe rada urađen intervju sa urednikom informativnog programa BHRT-a (tradicionalnog medija) i novinarkom webportala NAP (online medija). Cilj ove metode istraživanja je prikazati na koji način novinari posmatraju online medije, koje su prednosti a koje mane te šta je to što budućnost donosi medijima.

5. NAUČNA I DRUŠTVENA OPRAVDANOST

5.1. Naučna opravdanost

Istraživanje će pokazati koliko sadržaj online medija utječe na formiranje javnog mnijenja. Pokazat će da postoje informacije koje nisu bile tačne, provjerene a ipak su bile objavljene na online platformama. Ukazat će na nedostatak zakonske regulative o online medijima.

5.2 Društvena opravdanost

Istraživanje pokazuje jednu novu dimenziju kada su upitanju online informacije koje se objavljuju na novim medijima a to je koliko su određeni događaji utjecali na formiranje mišljenja društva kao i koje promjene su se desile upravo zbog toga.

6. BITNI KATEGORIJALNI POJMOVI

Javnost – (eng. „public“, franc. „publicue“) korijen ima u latinskoj izvedenici „publicus“ što znači (narod).

Javno mnijenje – predstavlja formu ispoljavanja stavova javnosti prema aktuelnoj stvarnosti. Pripada kategoriji pojava koje u sferi saznanja imaju drugačiju ulogu; ono nije fenomen svijesti čija je uloga na nivou spoznaje svijeta kojom otkriva činjenično stanje. (Nuhanović, 1998: 24).

Komunikacija – razmjena informacija;

Komunikologija – društvena nauka čiji je predmet istraživanja poruka, odnosno komunikacija;

Mediji – potiče od latinske riječi „medium“ što znači posrednik, nešto između. Medij je kanal za posredovanje informacija od komunikatora do recipijenta. (Tucaković, 2004:122)

Tradicionalni mediji – TV, štampa, radio, telegram.

Javni Servisi – nezavisni javni emiter na nivou jedne države, koji proizvodi domaći i međunarodni program.

Korporativni mediji – mediji čiji je prvobitni cilj ostvarivanje profita.

Internet – je mreža koja povezuje milione računara diljem svijeta⁴.

Online mediji-(eng. online journalism) je jedna od platformi novinarstva koja se ostvaruje putem interneta kao medija, a samim time ima određene prednosti u načinu prezentacije vijesti koje su praćene audio i vizuelnim sadržajem.

Novi mediji – webportali, društvene mreže.

Webportal – je internet platforma koja pruža korisnicima informacije.

Online komuniciranje – je interaktivni proces koji podrazumjeva direktno i simultano komuniciranje između dva ili više sistema za koje je neophodan komunikacijski kanal koji se uspostavlja posredstvom interneta. (Turčilo, 2006: 23)

Društvene mreže - Društvene ili socijalne mreže su online web servisi koji korisnicima omogućavaju raznovrsne vidove komunikacije i mogućnost lične prezentacije. Ovo su neke od trenutno najpopularnijih društvenih mreža koje su zanimljive za većinu korisnika sa naših prostora: Facebook, Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn...⁵

⁴<https://www.osce.org/files/f/documents/5/9/104555.pdf>

⁵<https://atec.rs/sta-su-drustvene-mreze/>

II SAZNANJE O PREDMETU ISTRAŽIVANJA

1. Polazna saznanja o predmetu istraživanja

1.1 Naučno verifikovano saznanje

Naučno verifikovanim saznanjem došli smo do spoznaje da u dvadeset i prvom vijeku pristup internetu, narodski rečeno, imaju svi korisnici od 7 do 77 godina. Količina informacija, brzina širenja istih putem različitih online platformi, imaju veliki utjecaj na formiranje javnog mnijenja u Bosni i Hercegovini. “Masovni mediji obraćaju se najličnijim dijelovima naših života. Oni nas ujedno i povezuju sa svijetom koji se nalazi izvan naše privatne sfere. Stoga, medijske industrije predstavljaju izuzetno važnu silu u društvu. Da bismo razumjeli šta to znači, moramo malo dublje zaći u način na koji ljudi koriste medije i šta od njih dobijaju” (Tjurou, 2013:51).

1.2 Fundamentalna pitanja koja proizilaze iz predmeta istraživanja

Šta su novi mediji? Koliko su tačne i provjerene informacije koje se objavljuju putem online medija? Ko su kreatori tih informacija? Da li postoji kontrola informacija koje se objavljuju putem online medija u Bosni i Hercegovni? Da li postoje sankcije za širenje govora mržnje putem online platformi? Koliko objava netačnih informacija utječe na formiranje javnog mnijenja u BiH? Da li će nekontrolisana moć online medija izroditi nezdravo društvo u budućnosti?

III KONCEPT MOGUĆIH ODGOVORA

Na koji način ljudi koriste medije

Obrazovanje ima značajnu funkciju za razvoj društva u Bosni i Hercegovini. Na neki način možemo kazati da mediji utječu na obrazovanje javnosti. Odnosno sve veća je odgovornost medija kada je upitanju informisanje građana jer živimo u vremenu gdje su mediji postali jedan od modela društvene zajednice. Imamo priliku vidjeti da ljudi sve manje čitaju knjige, istražuju, koriste enciklopedije a sve više vremena provode online, tako da sadržaj koji se plasira je od iznimne važnosti u kreiranju javnog mnijenja. Vrijeme koje ljudi provode čitajući webportale, društvene mreže ili pak gledajući TV stanice, slušajući radio treba imati za cilj informisati javnost istinito, tačno i objektivno. Uloga novinara je biti glas pojedinca, glas društva i upravo zbog toga vrlo često možemo čuti frazu da su novinari “psi čuvari” zapravo čuvari demokratije, istine i pravde.

“Mogli bismo reći da ljudi koriste medije na četiri načina, i to kao: uživanje, druženje, praćenje i tumačenje (Tjurou, 2013: 51-53).

UŽIVANJE Želja za uživanjem ili ličnim zadovoljstvom jedan je od osnovnih ljudskih poriva. Gledanje televizijskog programa, proučavanje Biblije, rješavanje ukrštenih riječi u novinama, pa čak i čitanje nekog oglasa može kod mnogih ljudi da izazove osjećaj zadovoljstva.

DRUŽENJE Na sasvim drugačiji način mediji donose zadovoljstvo onima koji su sami i usamljeni. Hronični bolnički pacijent ili starija osoba koja ne može da napusti svoj stan, osjeća se manje usamljeno ako gledaju prenos njihovih omiljenih sportskih timova ili slušaju muziku iz prošlih vremena na radiju.

PRAĆENJE Koristiti medije za praćenje znači koristiti ih da bismo saznali šta se događa u svijetu oko nas. Mi to radimo svakodnevno a da često toga nismo ni svjesni.

TUMAČENJE Iako praćenje preko masovnih medija zadovoljava mnoge ljude, ono nudi samo jedan dio onoga što bi oni željeli da znaju o svijetu. Oni bi, takođe, htjeli da znaju i zašto se neke stvari događaju – ko ili šta je tome uzrok – i šta da se radi sa tim. Kada ljudi traže da saznaju razlog, oni traže tumačenje” (Tjurou, 2013:51-53).

Mediji i komunikacije kroz historiju

Da bismo razumjeli zašto neki pisci smatraju da izraz masovne komunikacije nije više primjeren onome što se događa u današnjem svijetu, moramo pogledati kako je taj izraz bio korišten do sada. Prisjetimo se na komunikacijsku revoluciju koja je promijenila život ljudi na zemaljskoj kugli.

Početak razvijanja komunikacije veže se za znakove koje su ljudi urezivali na sve ono što im se nalazilo pri ruci kao što su glatke stijene, cjepanice, daščice, tkanine, koštane pločice ili odlomljene komade keramike. Upravo ovakvi zapisi su bili prvobitni mediji pisane riječi. Ono što je bila njihova prednost je svakako dostupnost materijala a nedostatak su im bile nepravilnost i veličina oblika, a i lako bi se izgubili, razbili ili oštetili.

“Bili su pogodni za naslove i etikete, možda kakvu kratku bilješku, ali ne puno više od toga. Nikome ne bi palo na pamet povjeriti duboku misao ili dug lanac zaključivanja nekakvom kamenju ili komadu lonca. Specijalizirani medij za pisanje prvi su upotrebljavali Sumerani. Svoja klinasta slova urezivali su u pločice, prethodno brižljivo pripremljene od gline koje je u Mezopotamiji bilo u izobilju. Šaku gline prvo bi oprali pa spljeskali u tanki četverokut, da bi ga ispisali naoštrenom trstikom i zatim osušili na suncu ili u peći. Na te trajne pločice zapisivali su državne spise, poslovnu korespondenciju, trgovačke potvrde i pravne ugovore, ali i dulja djela bliža književnosti, kao što su povijesne i religijske priče te opisi aktualnih događanja. Dulje zapise smještali su tako što su ih numerirali, čime bi od pločica stvorili slijed "stranica" koje nagovještaju oblike moderne knjige. Glinene pločice stoljećima su bile veoma popularan medij, ali njihova priprema, prenošenje i pohrana bili su naporni pa su obično bile rezervirane za formalne dokumente koje su ispisivali službeni pisari. Pisanje i čitanje još uvijek su bili rijetki talenti. Oko 2500. pr. n.e. Egipćani su od biljke papirusa, koja samoniklo raste po čitavoj delti Nila, počeli proizvoditi svitke. Prvo je od biljke trebalo odvojiti vlakna, zatim ih ukrižana položiti i posušiti tako da otpuste sokove. Njihova bi smola tako slijepila vlakna u listove, koje je zatim trebalo tući dok ne nastane glatka, bijela površina za pisanje, ne tako različita od papira kojim se danas služimo. Lijepeći krajeve listova izrađivali su se svici, dugi do čak dvadeset listova, a svici su, poput nekadašnjih glinenih pločica, ponekad činili numerirane nizove. Savitljivi, prenosivi i laki za pohranu i održavanje, svici su nudili znatne prednosti u odnosu na mnogo teže glinene pločice. Grci i Rimljani prihvatili su svitak kao primarni medij za pisanje, iako je pergamena, izrađena od kozje ili ovčje kože, s vremenom zamijenila papirus kao materijal za izradu svitaka. Svici su bili skupi. Papirus je trebalo dovesti iz Egipta a izrada pergamene od kože bila je dugotrajan posao koji je zahtijevao veliku vještinu. Kako je pisanje postajalo sve raširenije, rasla je potražnja za jeftinijim rješenjima, nečime što bi služilo školarcima za bilješke i sastavke. Tako

je nastala nova naprava za pisanje, voštana tablica. Ona se sastojala od jednostavnog drvenog okvira ispunjenog slojem voska. U vosak su se urezivala slova novom vrstom pisaljke, koja je osim naoštrenog vrha imala i tupi kraj, koji je služio za brisanje. Budući da su se tablice lako brisale, učenici i drugi pisci mogli su ih koristiti višekratno, što ih je činilo ekonomičnijima od svitaka. Iako tehnički primitivna, voštana je tablica imala veliku ulogu u pretvaranju čitanja i pisanja iz specijalizirane, formalne vještine u običnu, svakodnevnu aktivnost - bar kad je riječ o pismenim građanima. Voštana tablica bila je važna zbog još jednog razloga. Kad su u antici htjeli na jeftin način pohraniti ili distribuirati dulji tekst, povezali bi nekoliko pločica kožnom ili platnenom trakom. Te uvezane pločice, i same dosta popularne, poslužile su kao predložak jednom anonimnom rimskom obrtniku koji je, nedugo nakon Kristova vremena, ušio nekoliko listova pergamene između dva tvrda komada kože te tako izradio prvu pravu knjigu. Iako je trebalo proći nekoliko stoljeća prije nego što će uvezana knjiga, ili kodeks, zamijeniti svitak, prednosti te tehnologije mora da su bile očite čak i njenim prvim korisnicima. Budući da je pisar mogao pisati po objema stranicama kodeksa, za takvu knjigu je trebalo mnogo manje pergamene ili papirusa nego za (jednostrano ispisan) svitak, što je značajno smanjilo proizvodne troškove. Knjige su, nadalje, bile mnogo kompaktnije pa ih je bilo lakše prenositi i sakrivati. Ubrzo su postale omiljenom formom za objavljivanje biblija i drugih kontroverznih djela. Osim toga, u knjizi je lakše naći ono što tražite.

Mnogi su ljudi, dakako, uvježbavali sposobnost održavanja pažnje i puno prije pojave knjige, pa i pisma. Lovac, obrtnik, asket: svi su oni morali vježbati svoj mozak da im kontrolira i usredotočuje pažnju. Kod čitanja knjiga iznimno je to što se duboka koncentracija kombinira s veoma aktivnim i efikasnim dešifriranjem teksta i interpretacijom značenja. Čitanje niza ispisanih stranica bilo je vrijedno ne samo zbog znanja što ga je čitatelj stjecao iz autorovih riječi nego i zbog načina na koji su te riječi pokretale intelektualne rezonancije u čitateljevu umu” (Carr, 2011).

Kao što su ljudi na samom početku razvijali komunikaciju i oblikovali medije na različite načine na različitim mjestima, na različitim predmetima, tako i danas razvijamo nove medije na različite načine kroz različite platforme (online medije (webportale), društvene mreže⁶, reality show programe)⁷.

⁶Društvene ili socijalne mreže su online web servisi koji korisnicima omogućavaju raznovrsne vidove komunikacije i mogućnost lične prezentacije.

⁷Reality show (engleski, "predstava stvarnosti") je naziv za format, odnosno žanr televizijskih emisija čija je karakteristika prikazivanje stvarnih ljudi i događaja u svrhu zabave gledatelja.

Da li postoji budućnost bez medija? Da li će mediji postojati u budućnosti? Šta je to zapravo budućnost medija? Ako uzmemo u obzir veliko otkriće Johana Gutemberga⁸, koje datira još od 1436 godine a odnosi se na pronalazak pokretne štamparske prese koja je promijenila život ljudi na cijelome svijetu. Sva ta tehnološka dostignuća mijenjaju a i mijenjat će tok i sudbinu ljudi. Za razvoj medija ključan je razvoj tehnologije.

Upravo zbog toga treba kazati da štampani mediji predstavljaju jedan od najstarijih oblika masovne komunikacije koja je promijenila javno mnijenje. Svi mediji nastali nakon izuma štampe predstavljaju samo nadgradnju i proširenje mogućnosti štampe odnosno medija. Štampanje doprinjelo povećanju nivoa informisanosti javnog mnijenja, a još veći utjecaj primjetan je u obrazovanju stanovništva. Štampani medij, zbog svog glavnog agregata - teksta, još uvek predstavlja značajan oblik širenja informacija u svijetu.

“Tokom proteklih stotinjak godina oni koji su pisali o masovnim komunikacijama težili su da ih povežu sa veličinom auditorijuma. Tada je to imalo smisla. Od sredine devetnaestog vijeka nove tehnologije, kao, na primjer, brze novinske štamparske mašine, radio, filmovi i televizija, omogućavale su da medijima pristupe “ogromne” mase ljudi. Ne samo da su ti auditorijumi bili veoma veliki, već su bili rasprostranjeni po najrazličitijim geografskim prostorima (to jest, sastavljeni od najraznovrsnijih ljudi), te su, tipično, bili anonimni za kompanije koje su stvarale medijske materijale. Osnovni razlog za to što su novine, radio, televizija i slični mediji bili smatrani različitim od drugih sredstava komunikacija bile su razmjere i sastav njihovih auditorijuma.

Ovakav pristup masovnim komunikacijama, bio je veoma pogodan sve do prije nekoliko decenija, kada je ključno tradicionalno određenje masovnih komunikacija kao sistema koji stiže do ogromnih i različitih grupa postalo neodgovarajuće. Razlog je ležao u činjenici da je pojava novih medijskih kanala – uključujući porast broja radio i televizijskih stanica, pojavu kućnih magnetoskopa, umnožavanje kablovskih mreža i pojavu interneta – dovelo do usitnjavanja auditorijuma. To je značilo da su ljudi i dalje čitali i gledali sve te kanale, ali ih je bilo znatno manje na svakom od njih. Budući da ti novi medijski kanali nisu pojedinačno okupljali brojnu publiku – “mase” – neki pisci su smatrali da bi trebalo napustiti izraz masovne komunikacije “(Tjurov, 2013: 31,32).

Masovna komunikacija je rezultat masovnog društva odnosno masovne kulture a svemu tome je prethodila industrijska revolucija, koja je donijela preobražaj u proizvodnoj tehnici i primjeni

⁸ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=23878>

novih radnih mašina te na osnovu čega je omogućena organizacija proizvodnje u velikim razmjerima.

ONLINE MEDIJI

On-line je engleska riječ i ukoliko je bukvalno prevedimo znači “na vezi”, online upravo i pruža tu mogućnost da su svakom momentu budemo dostupni. Internet je postao bezvremenski i bezprostorni medij koji nema limita niti se znaju mogućnosti njegovog razvoja, odnosno šta sve može i šta će sve moći u budućnosti. Sve većim razvojem tehnoloških dostignuća će se zasigurno razvijati i internet. Online podrazumjeva stalnu vezu sa internetom odnosno pristup podacima i sadržajima koji se nalaze u virtualnom svijetu odnosno internetu.

Osamdesetih godina, slavne ličnosti bili su umjetnici, glumci, fudbaleri, teniseri itd, a danas najpopularnije i najslavnije ličnosti su političari, zatim ljudi novih zanimanja tzv. jutjuberi, influenseri itd. Upravo zbog toga što su im novi mediji omogućili i dali prostor u sklopu svojih sadržaja.

Nekada smo imali određeno vrijeme za gledanje animiranih filmova ili takozvanih crtanih filmova, koji su bili edukativnog karaktera a danas imamo posebne kanale gdje se emituju različiti sadržaji za djecu i to 24 sata, bez prestanka. Međutim upitno je koliko su ti sadržaji edukativnog karaktera te koliko dostupnost takvih sadržaja kao i prekomjerno gledanje, može utjecati na intelektualni razvoj kod djece?

Navest ću jedan tekst, koji je objavljen na portalu www.ordinacija.hr⁹, a koji upravo govori o tome koliko novi mediji, u sklopu različitih platformi za emitovanje, mogu negativno utjecati na psihičko stanje najmlađe populacije.

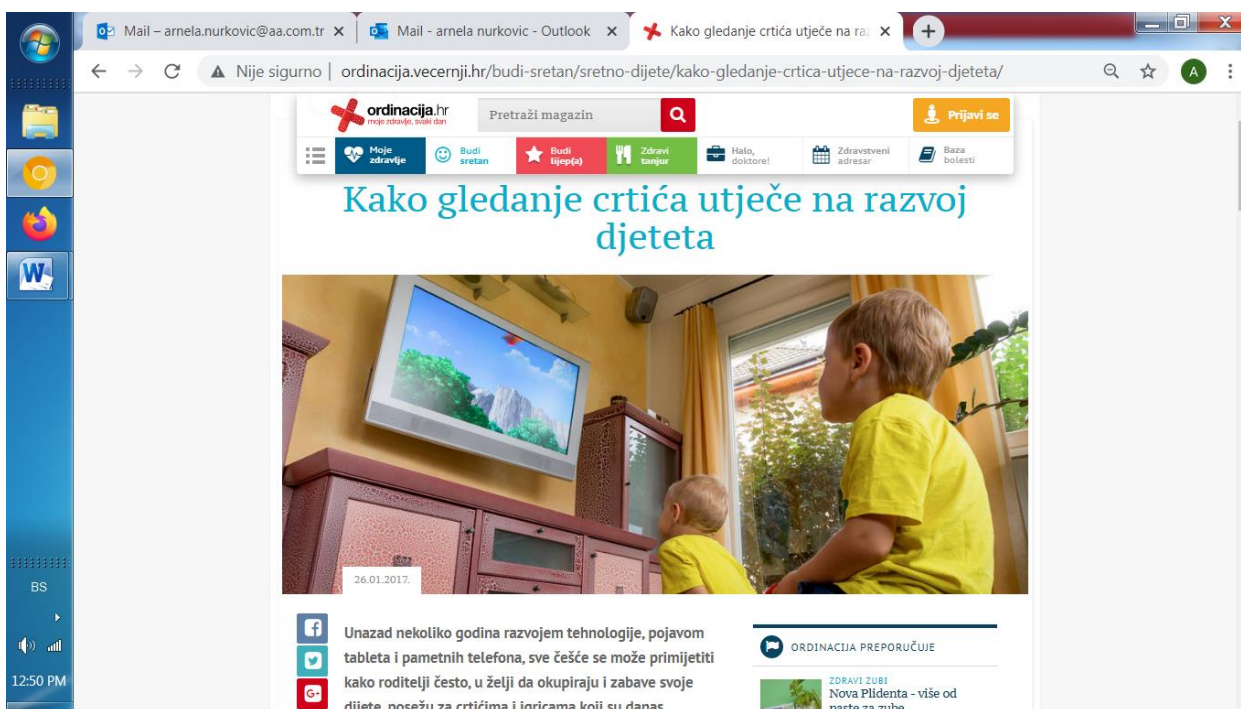
“Unazad nekoliko godina razvojem tehnologije, pojavom tableta i pametnih telefona, sve češće se može primijetiti kako roditelji često, u želji da okupiraju i zabave svoje dijete, posežu za crtićima i igricama koji su danas dostupni u svako vrijeme na svakom mjestu. Odmah se postavlja pitanje koliko je to dobro a koliko štetno utječe na djetetov razvoj?

Česta izloženost djeteta animiranom sadržaju manifestira se kao poteškoća u usmjeravanju pažnje na učitelja u školi. Povod toga je navika mozga na dobivanje brzih vizualnih stimulacija (tijekom gledanja crtića). Nadalje, djeca koja provode više vremena pred ekranom nego u razgovoru s

⁹<http://ordinacija.vecernji.hr/budi-sretan/sretno-dijete/kako-gledanje-crtica-utjece-na-razvoj-djeteta/>

roditeljima imaju veće šanse za razvijanjem poteškoća s prilagođavanjem na učenje auditivnim putem (slušanjem).

A. Bandura (1961.) navodi da djeca uče po modelu od roditelja, prijatelja, likova iz crtića, filmova i dr. Dijete opservira ponašanja koja manifestira okolina i potom ih imitira (i pozitivna i negativna). Veliki broj animiranih sadržaja ima negativan utjecaj, pokazuje nasilje, nerealna bića, stvari i pojave. Na taj način dijete rano stvara impresije onoga što vidi, a to u konačnici utječe na njegov pogled na svijet i ponašanja tijekom kasnijih razdoblja života. Djeca koja su u ranoj dobi bila izložena animiranom nasilju pokazivala su više agresivnih ponašanja u dječjoj i odrasloj dobi” (ordinacija.vecernji.hr, 13.11.2019 : 14.30h).

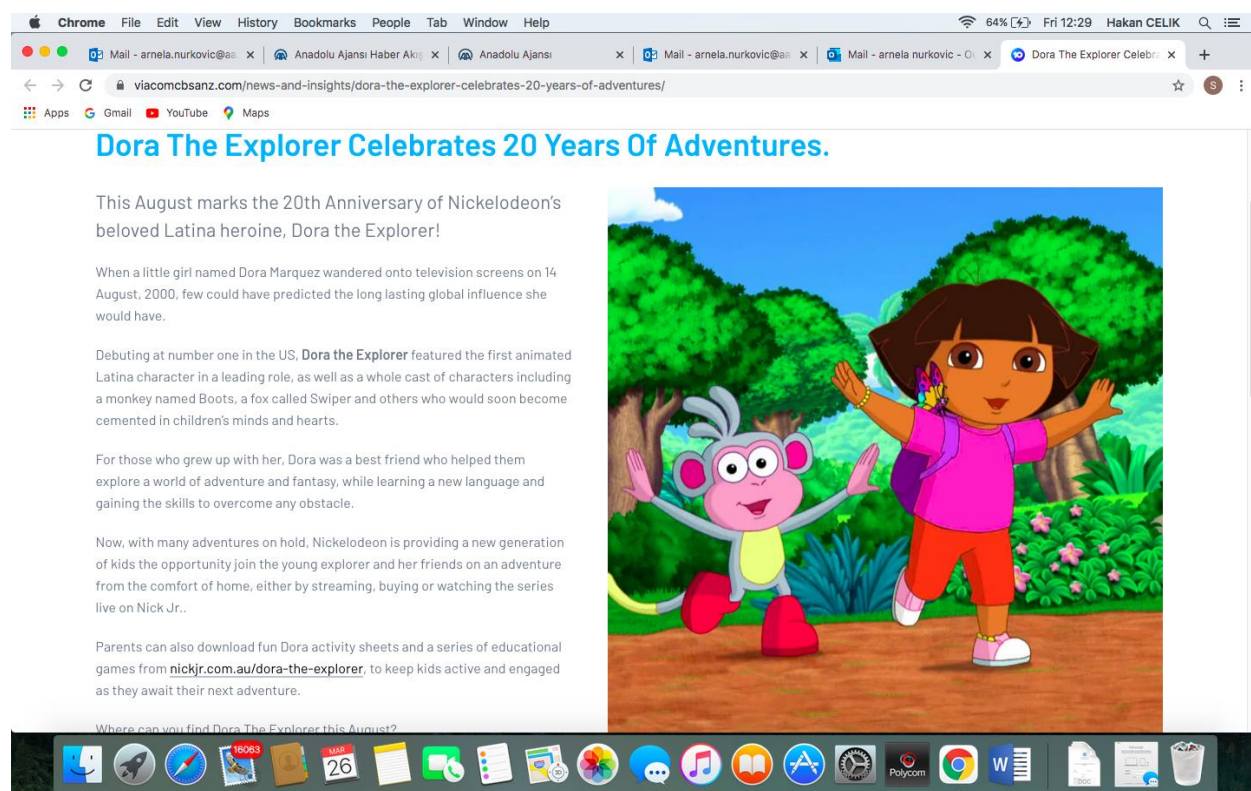


Screenshot stranice na kojoj je vijest objavljena www.ordinacija.vecernji.hr

Ovo je samo jedan od primjera koliko su mediji promjenili svoj programski sadržaj, kao i činjenica da neograničena dostupnost određenih sadržaja, zaista može dovesti do intelektualnog ograničavanja društva koje će sutra izroditi nezdravo društvo koje ne zna za red, pravila, rad i disciplinu, društvo koje neće imati kulturu poštovanja. Međutim ne znači da je dostupnost sadržaja loša već da je potrebno djeci ograničiti vrijeme provedeno ispred TV-a, tableta, mobitela ili laptopa.

Djeca gledanjem određenog sadržaja razvijaju sposobnost pamćenja a pamte ono što je njima interesantno. Prate pravila ponašanja određenih likova iz crtanih filmova i vrlo često ih oponašaju.

Kada govorimo o animiranim filmovima, postoje i edukativni crtani filmovi koji imaju za cilj da nauče djecu određene stvari. Navest ću jedan od primjera, a riječ je o crtanom Dora istražuje, edukativni animirani serijal u kojem djevojčica Dora je željna istraživanja baš kao i sva druga djeca. Koncept serijala je baziran na istraživanju avantura koje djevojčica prolazi zajedno sa svojim prijateljima i majmunčićem koji se zove Čizma. Ova animirana serija se emituje više od dvadeset godina u cijelom svijetu, što pokazuje uspješnost jednog crtano programa.



Screenshot teksta¹⁰ koji je objavljen o animiranoj seriji Dora istražuje

“Novinari” novog vremena

Posao novinara je da istražuje, prikuplja informacije i izvještava o događajima odnosno o svim bitnim temama za društvenu zajednicu. Svaki novinar se treba pridržavati osnovnih postulata u

¹⁰ <https://www.viacomcbsanz.com/news-and-insights/dora-the-explorer-celebrates-20-years-of-adventures/>

novinarstvu kao što su objektivnost, istinitost, tačnost, profesionalnost i pravovremeno izvještavanje. Etička i profesionalna odgovornost novinara je od iznimne važnosti za društvenu zajednicu. Na osnovu sadržaja koje plasiraju mediji vrlo često se kreira javno mnijenje.

Navest ćemo primjer javnih servisa koji bi trebali imati za cilj da informišu, edukuju odnosno omoguće publici kvalitetan medijski sadržaj uključujući različite informativne, kulturne, dječije, dokumentarne, sportske ali i mnoge druge sadržaje. Svi mediji u Bosni i Hercegovni bi trebali biti u službi javnosti ne samo javni servisi jer krajnji korisnici medija su građani. Jedna medijska kuća da bi obezbijedila kvalitetan sadržaj mora imati novinare koji znaju raditi svoj posao. Novinare koji su obrazovani, profesionalni i etični. Kao rezultat različitih društvenih promjena javljaju se i ljudi novih zanimanja. Individue koje kreiraju, prenose i javno objavljuju informacije.

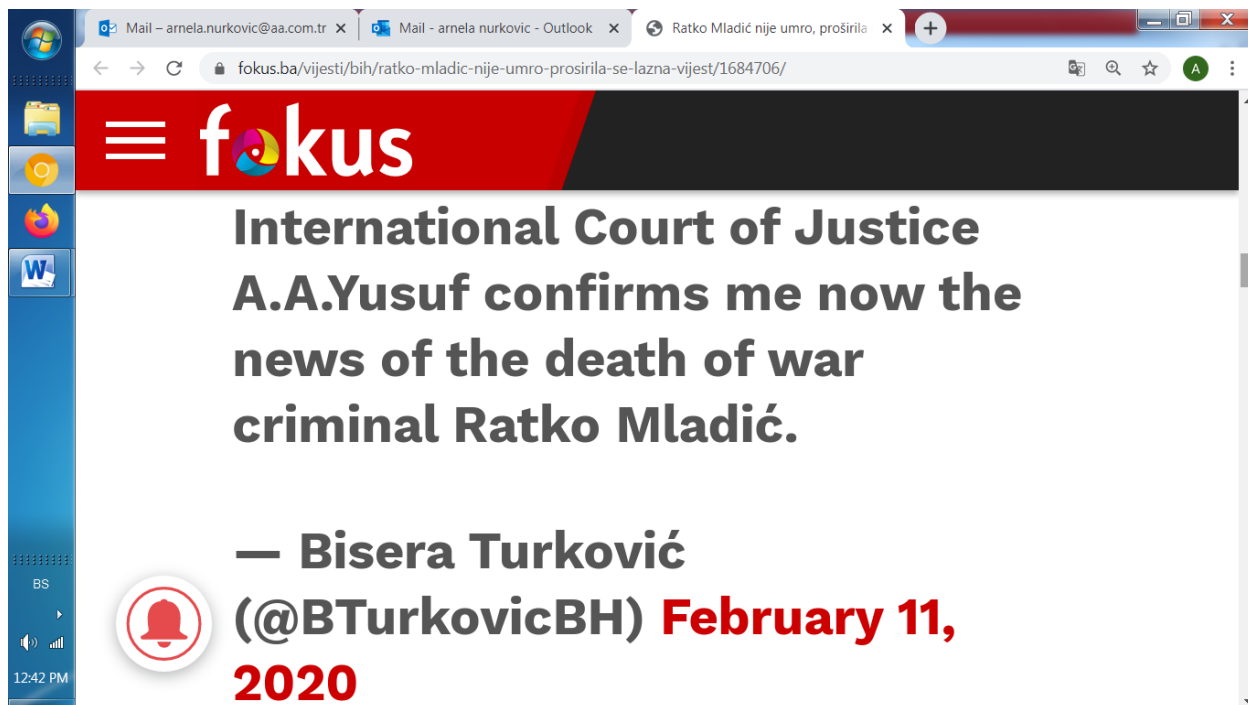
Komunikacija je prisutna u svim sferama ljudskog djelovanja, podrazumjeva razmjenu informacija i preobražaj različitih segmenata društva. Osnova komunikologije su procesi prenošenja signala. Svi mediji se dopunjavaju međusobno, upravo zbog toga jako je bitno spomenuti da novi mediji obuhvataju sve platforme koje jedan medij može imati a to je tekst, foto, audio kao i video sadržaj.

Ono što je jako važno spomenuti je da nažalost danas svako može objavljivati informacije. Bitno je da se samo nalaziš na pravom mjestu u pravo vrijeme. Uz pomoć “pametnih” telefona i objave fotografije sa mjesta događaja, postoji mogućnost da ta ista fotografija bude objavljena u svim medijima. Navest ćemo jedan banalan primjer, vidite veliki požar nekog objekta, slikate, napišete opis fotografije i postavite na društvene mreže, ta vaša fotografija će biti objavljena u skoro svim medijima. A razlog za to, je što online, odnosno novi mediji ne daju prostor, koji su novinari nekada imali. Tradicionalni pristup da novinska ekipa dođe na teren, snimi kadrove, fotografiše, snimi izjave, napravi prilog, detaljno istraži svaki detalj sve s ciljem objavljivanja tačnih, provjerenih informacija od strane nadležnih institucija, nažalost danas je vrijeme najveći luksuz, kojeg novi mediji ne mogu priuštiti. Danas nam je sve postalo brzina, slušamo pjesmu i ne možemo sačekati da se završi (iako traje samo 4 minute) već idemo next na sljedeću i sve tako. Suština ljudskog života zasnovana je na povezanosti sa drugim ljudima, a ta povezanost ovisi od komunikacije.

Webportali u Bosni i Hercegovini

Internet je donio jedan posve novi oblik komunikacije ali i nove oblike medija, webportali su zasigurno jedni od najutjecajnijih medija u Bosni i Hercegovini. Ono što je interesantno da svaka webstranica počinje sa 3W (www) što znači world, wide and web, a što bismo u prevodu sa engleskoj jezika mogli prevesti kao svjetska mreža. Što je pravi naziv za sve platforme jer su umrežene, neko ko koristi internet sa drugog kontinenta recimo Amerike ima mogućnost da čita vijesti sa webportala koji je registrovan u Bosni i Hercegovini. Webportali se koriste sa različitim ciljevima, postoje različite vrste portala koje objavljuju samo informativne vijesti ili samo sportske, ekonomske, kulturne ili druge vijesti, jer nisu svi weportali news portali. Ono što je jako bitno istaknuti jeste da postoji mnogo istinitih i tačnih informacija ali i dosta lažnih vijesti koje se objavljuju na webportalima.

Prednost portala jeste brzina širenja informacija, ali je ta brzina nekad i mač sa dvije oštrice. Ono što je također i u tim slučajevima kada dolazi do greške ili objave nepotpunog/netačnog ili lažnog sadržaja prednost portala je brza reakcija. Ispravljanje sadržaja ili njegovo brisanje u najgorem slučaju ako se zaista radi o vijesti koja je potpuno lažna, a bilo je takvih primjera u bh. medijima. Bio je primjer kada se brzinom svjetlosti prenijela lažna vijest o smrti optuženika za ratne zločine Ratka Mladića. Kao izvor te informacije mediji su naveli Twitter profil ministrice vanjskih poslova BiH Bisere Turković. S obzirom da su se informacije dobijale svake sekunde za nekoliko minuta je utvrđeno da je vijest lažna, a da ministrica Turković nema Twitter nalog. Većina medija obrisala je prvobitnu vijest.



Screenshot informacije koja se objavila a koja je preuzeta sa društvene platforme Twitter.

Ono što je zabrinjavajuće da mediji prvobitno nisu pozvali nadležne institucije da provjere informaciju već su kao izvor koristili društvenu mrežu, što se pokazalo kao velika greška.



Screenshot webstranice www.fokus.ba.

Ne smijemo zanemariti ni krivičnu odgovornost za sadržaje koje se objavljuju putem online medija. Jedan od primjera je govor mržnje. Iako je zakonski zabranjeno širiti govor mržnje sankcionisanje osoba i medija koji to rade putem interneta još uvijek nije na onom nivou kako je to u zemljama Evropske unije.

Jedna od mogućnosti reagovanja vlasnika portala je banovanje komentatora. Druga mogućnost je da se u saradnji sa policijom otkrije identitet korisnika i da se prekršajno kazni. No, za sada to ipak ide sporo i sve ostaje na brisanju komentara i banovanju.

Zakonska regulativa za online medije ne postoji i to je onaj prazan prostor koji pravi problem ozbiljnim i registrovanim medijskim kućama. Vijeće za štampu je regulatorni organ ali više ima savjetodavnu ulogu nego zakonskog regulatora.

Važno je ovdje spomenuti i "Preporuku Komiteta ministara o "govoru mržnje" (usvojen 30. oktobra 1997), s aneksima u kojima su posebno izražena načela koja se odnose na govor mržnje i naročito na govor mržnje koji se širi posredstvom medija. Izraz govor mržnje, kako se ističe, podrazumjeva sve oblike izražavanja koji šire, raspiruju, podstiču ili pravdaju rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam ili druge oblike mržnje zasnovane na netoleranciji, uključujući tu i netoleranciju izraženu u formi agresivnog nacionalizma i etnocentrizma, diskriminacije i neprijateljstva prema manjinama, migrantima i ljudima imigrantskog porijekla. Preporuka Komiteta ministara članicama je da trebaju uspostaviti i održavati cjelovit pravni okvir koji se sastoji od odredba, građanskog, krivičnog i upravnog prava o govoru mržnje koji omogućava državnim i sudskim vlastima da u slučajevima usklade poštovanja slobode s poštovanjem ljudskog dostojanstva i zaštite ugleda i prava drugih" (Halilović i Džihan, 2012:49).

Google je internetski pretraživač putem kojeg korisnici istražuju i pronalaze odgovore na pitanja odnosno teme za koje su zainteresovani. Generalni direktor "Googla" na najbolji način je objasnio šta je internet i kako ga čovjek razumije i doživljava: "Internet je prva stvar koju je čovječanstvo stvorilo a da je uopšte ne razumije, to je najveći pokušaj stvaranja anarhije koji je ikada preduzet" (Tjurou, Džozef (2013): 14). Budućnost medija, ne možemo predvidjeti jer svjedoci smo da se danas, mnoga tehnološka dostignuća koriste u pogrešnom kontekstu. Imamo mogućnost da iz Sarajeva ostvarimo online video poziv sa osobom sa drugog kontinenta bez ikakvih smetnji, pa čak i finansijskih troškova.

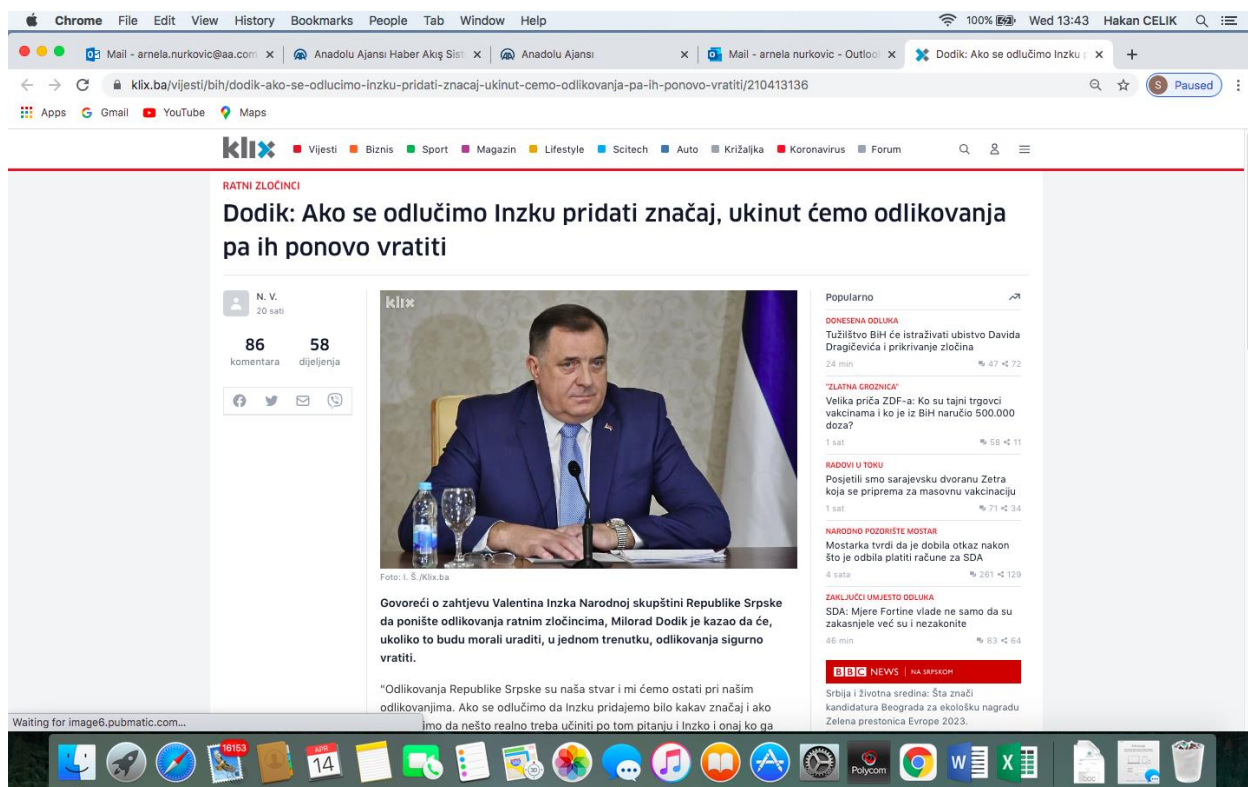
S druge strane, vrlo često smo svjedoci da mediji u pogrešnom kontekstu objavljuju određene informacije, pa se objavljuje identitet maloljetnih osoba te samim tim ugrožava njihovo pravo na

zaštitu ličnih podataka, imamo mnogo primjera gdje se zastrašuje javnost tako što se objavljuju informacije koje nisu provjerene koje možda čak i nisu tačne, jedan od primjera je i migrantska kriza u Bosni i Hercegovini. Svakodnevno imamo mnogo vijesti iz cijelog regiona na ovu temu međutim upitno je koliko su te informacije provjerene tačne i koliko vjerodostojno prikazuju šta se zaista dešava. Iz razgovora sa prijateljima, saznali smo da se boje migranata, iako nikada nisu napadnuti niti imali bilo kakav susret sa njima, već iz onog što čitaju iz medija, boje se da ostvare bilo kakav kontakt sa njima.

Komunikacijom prenosimo informacije, vijest uvijek mora odgovoriti na pitanja ko, šta, kada, gdje i zašto, prilikom istraživanja novinar treba imati izvor informacija. Jako je bitno kada se piše vijest da odgovara na sva gore spomenuta pitanja kako ne bi došlo do nerazumijevanja poruke ili pogrešnog shvatanja. Redundanca predstavlja višak nepotrebnih informacija u vijesti s ciljem da izazove reakciju javnosti. Jedan od primjera za to je i vijest koja je objavljena na webportalu www.klix.ba a odnosi se na komentar člana Predsjedništva BiH Milorada Dodika vezano za zahtjev koji je uputio Valentin Inzko, visoki predstavnik OHR-a u BiH, Narodnoj skupštini Republike Srpske da ponište odlikovanja ratnim zločincima. Opće je poznato da je Ured visokog predstavnika (OHR)¹¹ *ad hoc* međunarodna institucija odgovorna za nadgledanje provedbe civilnih aspekata Mirovnog sporazuma kojim je okončan rat u Bosni i Hercegovini. Funkcija visokog predstavnika je uspostavljena u skladnosti sa Općim okvirnim sporazumom za mir u Bosni i Hercegovini, koji se obično naziva Daytonski mirovni sporazum, dogovorenim u Daytonu, država Ohio, i potpisanim u Parizu 14. prosinca 1995. godine.

Visoki predstavnik u BiH ima mogućnost korištenja bonskih ovlasti što znači da ima ovlasti da smijeni sa dužnosti javne zvaničnike koji krše zakonski preuzete obaveze, odnosno Dejtonski mirovni sporazum. Isto tako visoki predstavnik u Bosni i Hercegovini ima mogućnost, kada to smatra neophodnim da nametne ključne zakone ukoliko ih ne usvoje zakonodavna tijela BiH. Tako da objavljivanjem ovakvih ili sličnih vijesti može se dovesti do zabune javnosti.

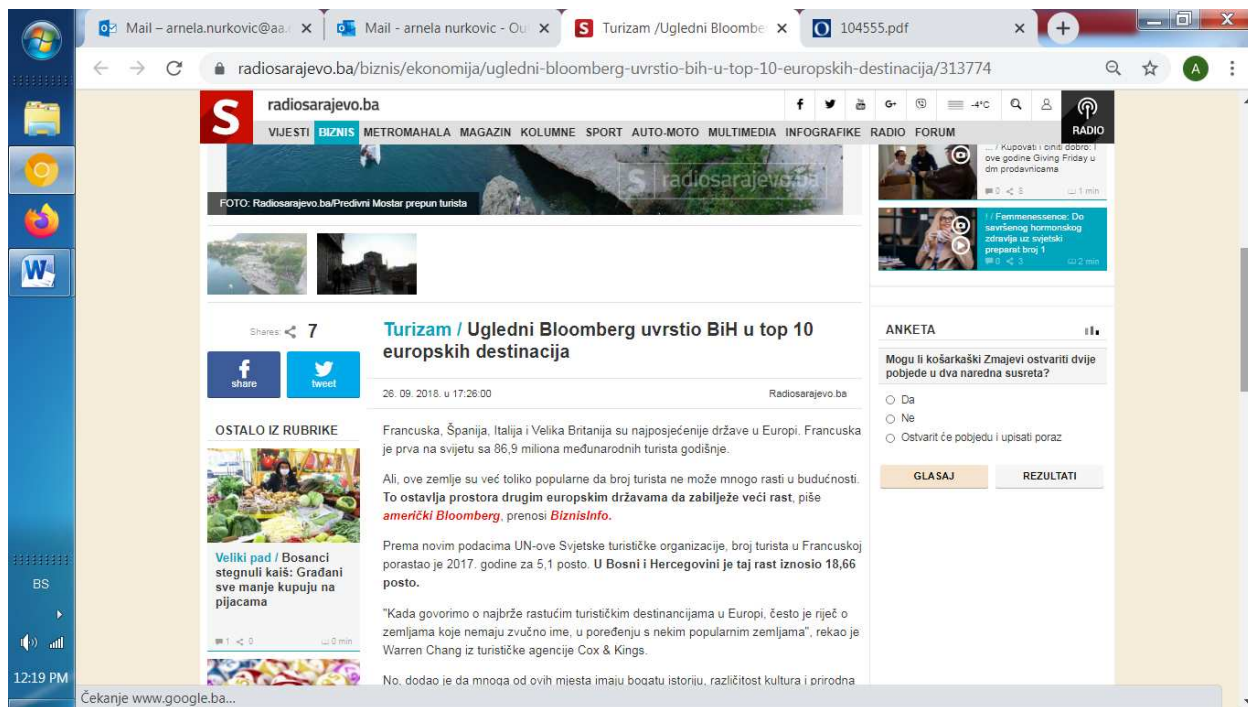
¹¹ <http://www.ohr.int/o-ohr-u-2/opce-informacije/>



Screenshot webportala www.klix.ba

Na webportalima u Bosni i Hercegovini možemo vidjeti da novinari sve više objavljuju informacije koje nisu jasno definisane ostavljajući prostor da se vijest interpretira kako ko hoće, jer ukoliko se ne napiše srž vijesti ona ne može imati svoj potpuni učinak.

Novi mediji imaju i veliki broj pozitivnih strana. Ne smijemo zaboraviti koliko je promocija turističkih potencijala naše države zapravo doprinjelo da Sarajevo bude svrstano u jedno od najposjećenijih turističkih destinacija u Evropi.



Screenshot webstranice gdje je vijest objavljena (www.radiosarajevo.ba)

Internet je od svog postanka mjesto razmjene a osnovna snaga u ovome je kontekstu snaga ideja. Tri su osnovna uvjeta za ostvarivanje istinskog uključivanja u mrežu i adekvatnog korištenja interneta.

1. Obrazovanje (sticanje preduvjeta: za korištenje tehnologije, za jezik korištenja, za razvoj software-a¹²);
2. Infrastruktura (tehničko-tehnološki preduvjeti + hardware¹³);
3. Institucije (preduvjet za kvalitetno korištenje, te nadzor i strategijsko odlučivanje o korištenju novih tehnologija u svim sferama društvenog života) (Shields (2001):9)

Osnovne karakteristike interneta kao novog medija su:

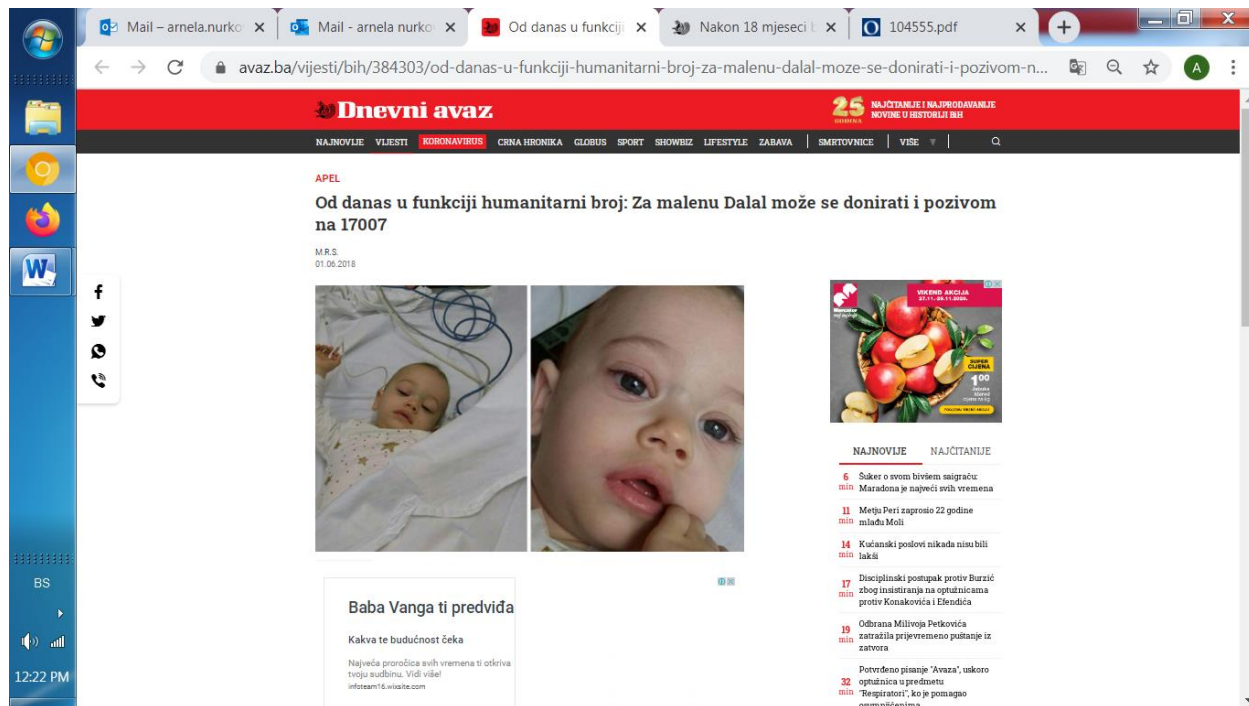
- Globalna dostupnost – internet je komunikacijska mreža koja je raširena po cijelom svijetu, čime se korisnici mreže najviše približavaju McLuhanovoj ideji globalnog sela;
- Multimedijalnost – internet nudi mogućnost kombinovanja, tekstualnih, audio i video sadržaja;

¹²Software – engl. Programi i podaci smješteni u memoriji kompjutera, kompijuterski programi koji podržavaju rad hardware-a

¹³Hardware – engl. Svi fizički dijelovi od kojih se sastoji kompijuterski sistem: „vidljivi dio“ kompjutera

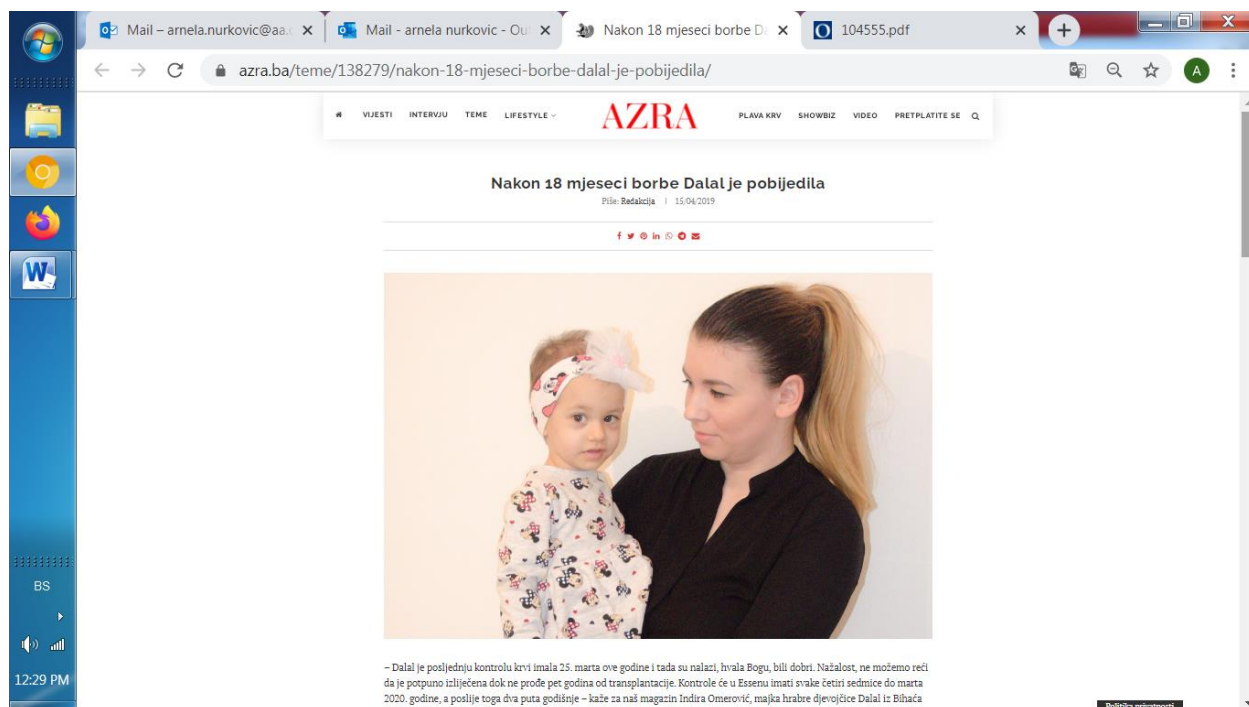
Hipertekstualnost – internet omogućava korisniku da prelazi sa dokumenta na dokument na način da su dokumenti povezani hiperlinkovima¹⁴; (Turčilo, 2006: 24).

Svjedoci smo da je putem online medija, realizovano mnogo humanitarnih akcija koje su spasile mnoge živote. Jedna od takvih akcija je bila organizovana za hrabru djevojčicu Dalal Omerović iz Bihaća, koja je bila oboljela od najtežeg oblika leukemije. Građani BiH su se udružili i pomogli da Dalal pobjedi ovu opaku bolest.



Screenshot website www.avaz.ba gdje je tekst objavljen.

¹⁴Hyperlink – engl. veza između dva elementa istog dokumenta ili između različitih dokumenata



Screenshot website www.azra.ba gdje je tekst objavljen.

“Internet je novi medij za koji važe nova “pravila igre” i nove zakonitosti. Specifičnosti interneta u odnosu na tradicionalne medije su još uvijek dovoljno neistražene, ali je sasvim jasno da internet ima nekoliko karakteristika koje ga odvajaju od tradicionalnih medija” (Turčilo, 2006: 25).

“Medijska kultura svodi se na uzak zajednički imenitelj tehničkih pomagala koja su svuda identična: od kompjutera, mobitela do satelitske antene ili digitalnog čipa. Medijska kultura je zasnovana na posve prepoznatljivom hardveru (sličnoj ili istovrsnoj tehnici) ali je vrlo prilagodljiva i u softveru (sadržaju jezičkih i drugih simboličkih kodova) i adaptibilna u svakom pismu i svakom drugačijem pisanom kodu, bilo da se ono ispisuje s desna na lijevo, s lijeva na desno, odozgo ka dolje ili odozdo ka gore“ (Fejzić – Čengić, 2009: 23,24).

Virtualni svijet će se nastaviti razvijati a samim tim će se razvijati i mijenjati mediji. Tradicionalni mediji će se morati prilagoditi online režimu odnosno novim medijima, još uvijek je neizvjesno kako će to u praksi izgledati. Isto kao što je prije tri decenije ljudska radna snaga bila nezamjenjiva a danas nažalost sve više se koriste mašine koje tri put brže rade i proizvode nego što to može uraditi živo biće.

Ono što je sigurno da su online mediji prisutni u svakoj sferi našeg života i da na možda nama nesvjestan način utječu na formiranje našeg mišljenja o određenim temama/pitanjima koje su

možda na prvi pogled nebitne nama lično ali zasigurno imaju ili će imati posljedice za društvo u kojem živimo.

Navest ću primjer jednog događaja koji je izazvao veliku pažnju javnosti i gdje su mišljenja društva bila podjeljena. Naime riječ je o Zakonu o slobodi vjeroispovijesti u Crnoj Gori, koji je izazvao podjeljenost među građanima, način na koji je prikazan od strane religijskih vođa samo je više izazvalo nemire kod građana Crne Gore, moramo istaknuti i da su mediji kako u Crnoj Gori tako i regionu uveliko tome doprinjeli.

Primjer kako su mediji u regionu izvještavali i objavljivali informacije.

NASLOV: Burno u Skupštini, centar Podgorice pod blokadom (26.12.2019. 12:20)

Izvor: Agencija Tanjug

“Sjednica crnogorskog parlamenta o Prijedlogu zakona o slobodi vjeroispovijesti počela je burno, najprije primjedbama na policijsku blokadu grada, a najviše nezadovoljstva izazvalo je uvodno izlaganje ministra pravde Zorana Pažina, pominjanjem velikosrpskog nacionalizma.

Dok traje sjednica, u Podgorici je opsadno stanje, a policija centar grada drži pod blokadom.

Sjednici prisustvuje i premijer Duško Marković.”

“Pažin je, nam je, rekao da smatra "jednako neprihvatljivim vrijeđenja i negiranje crnogorskog državnog identiteta i onda kad se slavi nestanak države u ime velikosrpskog nacionalizma, i onda kad se Njegoš proglašava genocidnim piscem, ali i onda kada neodgovorni državni službenici grubo uvrijede vjernike SPC".



Screenshot webstranice www.nezavisne.com na kojoj je vijest objavljena.

U ovom tekstu možemo vidjeti kako se religija koristi u političke svrhe. Sve ono što bi trebalo da bude sveto, političke stranke koriste kao glavno oružje za upravljanje javnim mijenjem, a mediji im služe kao sredstvo za distribuciju. Ako uzmemo nekoliko riječi iz ove vijesti kao što je: nezadovoljstvo, opsadno stanje, policija, blokada, vrijeđanje, nestanak, neodgovorni, genocidni, nacionalizam postavlja se pitanje kakvu poruku su svojim izjavama mogli poslati društvu, kako ovo nije pozivanje na rat, genocid, blokadu, vrijeđanje. Ovo je samo jedan primjer a ima ih mnogo. Nažalost svjedoci smo da već po samom saznanju koja, agencija, novine, TV. radio ili webportal, je objavila tekst već možemo pretpostaviti u kom kontekstu će se razvijati određena vijest/reportaža, izvještaj ili intervju.

Moć medija je ogromna, upravo zbog toga mora se paziti koje vijesti se objavljuju, kao i na koji način pristupiti određenim vijestima, odnosno kako ih napisati. Živimo u vremenu, gdje se profesionalnost, objektivnost, istinitost kao i svi drugi postulati novinarstva stavljaju u drugi plan.

Djelovanje medija

Sociologija je nauka koja izučava društvo, njegovu strukturu, odnose između pojedinaca i manjih skupina kao i društvo u cjelini. Društvo ne bi moglo funkcionisati u cjelosti bez medija. Moć komunikacije je iznimno velika i značajna za povezivanje pojedinaca, manjih ili većih skupina jer na taj način se kreira javno mnijenje. Uloga medija je da istinito i objektivno informiše javnost o svim bitnim promjenama koje su se desile, koje se dešavaju ili koje će se sve desiti ukoliko se ne rješavaju određeni problemi.

“Medije u 21. stoljeću karakterizira niz promjena: nova tehnološka infrastruktura, novi obrasci ponašanja korisnika, fragmentacija publika, proliferacija niza medijskih kanala, pad finansijske stabilnosti te polarizacija u vrijednosno-ideološkom smislu. Normativni ideal o medijima koji su predani informiranju javnosti po pitanjima od javnog interesa nestaje, prvenstveno kao rezultat komercijalnih pritisaka i promjenama na tržištu. U takvom se kontekstu postavlja temeljno pitanje: kako kreirati uvjete koji podržavaju odgovorno izvještavanje orijentirano na javni interes i finansijsku održivost?

Da bi se stvorili takvi uvjeti potrebno je razviti trajno održivi medijski informativni sustav u kontekstu umrežene komunikacije suvremenoga svijeta, koji uključuje promjenu javnih politika, kolaboraciju različitih društvenih aktera i razvoj profesionalnih vrijednosti koje njeguju tradiciju medija kao javnog dobra”¹⁵.

Kako bi se ova oblast mogla urediti, potrebno je urediti i promijeniti Zakon o medijima u BiH. Dok ne postoje jasno definisana pravila, dok ne budu postojale jasno definisane kazne, teško da će bolje vrijeme doći.

Mediji u Bosni i Hercegovni moraju biti objektivniji, profesionalniji u izvještavanju, te da u sklopu tekstova koje generalno objavljuju moraju pronaći prostor kako za istinite i objektivne vijesti tako i za pozitivne/afirmativne tekstove.

Nova tehnološka dostignuća su omogućila da mediji u svakom trenutku mogu vidjeti koliko ljudi prati njihov rad, koje vijesti se najviše čitaju kao i sa kojih IP adresa se ostavljaju komentari ispod vijesti. Postoje mnoge platforme koje sistemski prate rad i posjećenost svih internet

¹⁵<https://www.h-alter.org/vijesti/o-rastu-coj-drustvenoj-vaznosti-javnih-medija>

platformi u svijetu. Tako da skoro svaki online mediji ima informacije koliko ljudi na dnevnoj bazi posjeti njihov portal.

Vrlo često se pitam da li su mediji u službi određenih PR organizacija koje imaju za cilj izgradnje povjerenja u društvenoj zajednici u svrhu ostvarivanja ličnih interesa pojedinaca, organizacije ili institucije.

“Danas je ideja o ljudskoj prirodi ili biti čovjeka izgubila povjerenje, te moderni psiholozi i sociolozi su skloni tome da čovjeka smatraju praznim papirom na koji svaka kultura ispisuje svoj tekst, odbacujući svaki sadržaj i bit bilo kakvom pojmu čovječanstva” (Nuhanović, 1998: 130).

Svaka komunikacija ima za rezultat socijalno povezivanje čovjeka sa drugim ljudima je mnogo značajna za razvoj društvene zajednice.

Danas se mediji koriste u različite svrhe kao što je informisanje, zabava, edukacija zapravo postoji mnogo razloga zbog čega ljudi koriste medije. Ono što je bitno spomenuti jeste da se vrlo često prilikom izvještavanja mediji koriste različitim manipulacijama jedna od najzastupljenijih u Bosni i Hercegovini je medijska propaganda. Objavljivanjem takvih vijesti pokušava se promijeniti percepcija pojedinca odnosno njegovo mišljenje o određenoj temi ili problemu. Ovaj vid manipulacije se najčešće koristi kada je upitanju izvještavanje o političkim strankama i političkim dešavanjima u Bosni i Hercegovini.

Smisao propagande je u praktičnoj realizaciji, mediji postavljaju cilj i čine sve kako bi se uspješno realizovao.

Upravo zbog toga javnost treba biti pri oprezu prilikom čitanja tačnije vjerovanja u istinitost vijesti odnosno svih informacija koje se objavljuju kako putem online medija tako i putem tradicionalnih medija. Znati razlikovati tačne i objektivne informacije od propagandnih odnosno ciljanih vijesti koje imaju za cilj promijeniti mišljenja pojedinaca odnosno utjecati na formiranje javnog mnijenja.

Profesor Asad Nuhanović javno mnijenje opisuje kao posebni oblik društvene svijesti “moguće je da se tek ovaploti u međusobnoj povezanosti socijalne i psihološke komponente u njegovoj strukturi. Pomoću psihološke komponente ono je određeno kao fenomen psihičkog porijekla, a

svojom socijalnom komponentom određeni su mehanizmi čijim se utjecajem ono oblikuje kao kolektivna svijest (manifestacija svijesti socijalno uslovljena) procesom evolucije čovjek sve više postaje neovisan od prirode kojom ovlada, preoblikuje prirodu i transformira sebe” (Nuhanović, 1998: 131).

Razvoj komunikacijske sfere kao i njenog društvenog karaktera treba biti usmjereno na socijalnom, ekonomskom, državnom, političkom i ideološkom području. Komunikacija je znanje koje je uslovljeno spoznajnim mogućnostima onih kojima treba da služi.

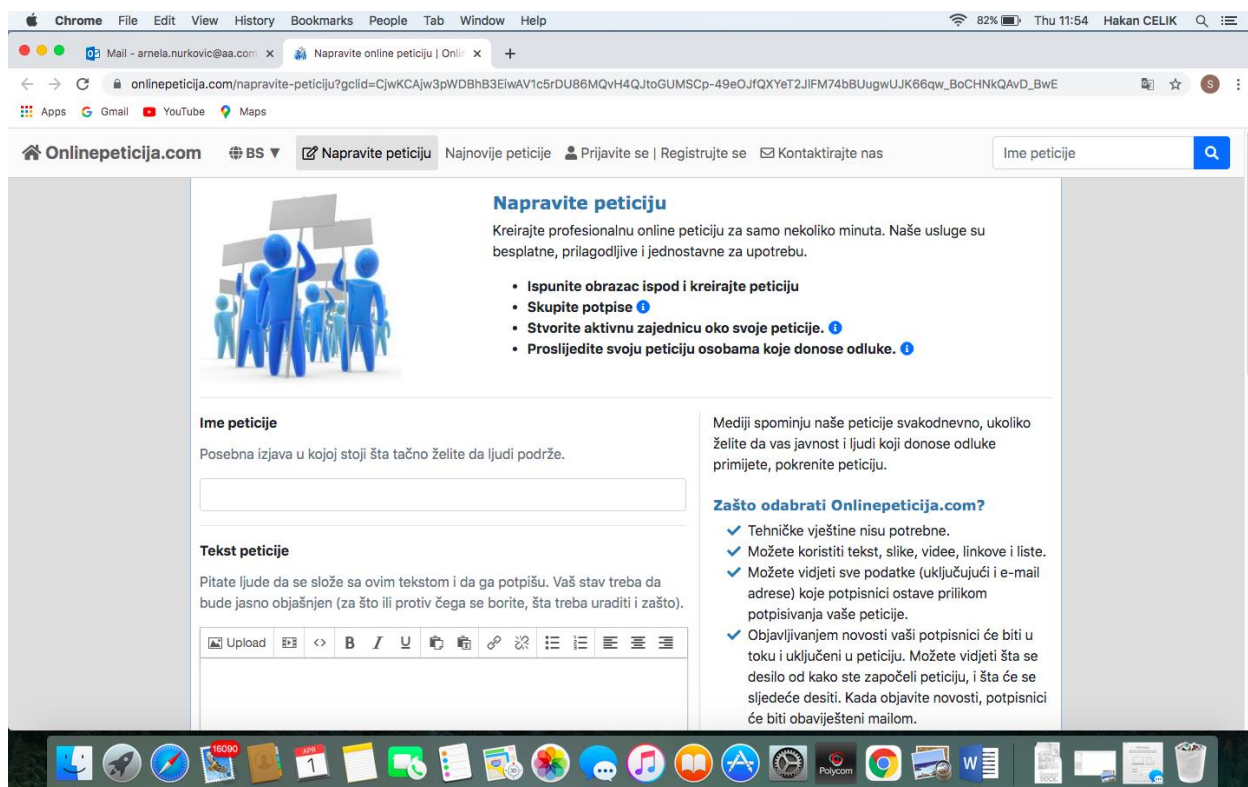
Čovjek je neovisno biće kojem je potrebna sloboda govora kako bi se mogao razvijati kako intelektualno tako i emocionalno.

Nedostatak znanja o određenim temama kod građana u Bosni i Hercegovini ograničava društvo za razvoj. Novi mediji odnosno digitalizacija doprinosi razvoju društvene kulture, te ljudima pruža jednu novu dimenziju života. Poznavanje rada na računaru i internetu je postala osnova za rad u skoro svim segmentima poslovanja. Digitalizacija nije samo promijenila poslovni svijet, promijenila je način komunikacije, što znači promijenila je život ljudi na planeti.

Svaka individua je posebna sama po sebi, svi smo mi različiti samim tim i način razmišljanja kao i potrebe životne se razlikuju od pojedinca do pojedinca. Upravo zbog toga se javno mnijenje ne može izjednačiti prema određenim nivoima ili pravilima.

Činjenica je da danas građani koriste online medije zbog dostupnosti, odnosno mogućnosti da u svakom momentu se informišu o svim aktuelnim događajima odnosno o svim temama za koje su lično zainteresovani.

U Bosni i Hercegovini, grupa građana je pokrenula website www.onlinepeticija.com, s cilje da se motiviše društvo u našoj državi da izraze javno nezadovoljstvo o određenim temama odnosno problemima koje postoje u BiH te da zajedničkim snagama se utječe na rješavanje istih. Naime, na webstranici www.onlinepeticija.com, pojedinac može kreirati objavu, odnosno pokrenuti peticiju, o određenoj temi, gdje javna objava postaje dostupna i drugim korisnicima interneta koji imaju mogućnost da istu podrže, ukoliko se naravno slažu.



Screenshot webportala www.onlinepeticija.com

Društvena uslovljenost individualnog mnijenja nije mehanički produkt, te se navedena determiniranost može izbjeći, i u nekim i u svojim ispoljavanjima mogu predstavljati plod nerealizovane mogućnosti (one “čisto logičke” koje čovjek posjeduje svojim rođenjem) (Nuhanović, 1998: 131).

Razlika u razmišljanju ljudi o različitim temama odnosno pogledima na svijet zapravo zavisi od toga na koji način kao individue posmatraju svijet oko sebe. Upravo zbog toga društvo vrlo često ima sukob mišljenja oko aktuelnih tema koje se odnose na socijalnu zajednicu u Bosni i Hercegovini.

O tome koliko su objektivne, istinite i pouzdane informacije koje se objavljuju na webportalima kao i drugim online platformama zavisi od medija koji plasira te iste informacije. Ovo nije slučaj samo u Bosni i Hercegovini već i u cijelom svijetu, internet je velika mreža koju je

gotovo nemoguće kontrolisati. Specifična situacija je u našoj državi jer ne postoji zakonska regulative koja se odnosi isključivo na rad online medija.

Prilikom objave vijesti postoji mogućnost da će pojedinac promijeniti svoj stav prema određenoj problematici i upravo zbog toga leži velika odgovornost medija prema svakoj objavljenj vijesti jer te iste vijesti mogu promijeniti stavove pojedinaca ili društva.

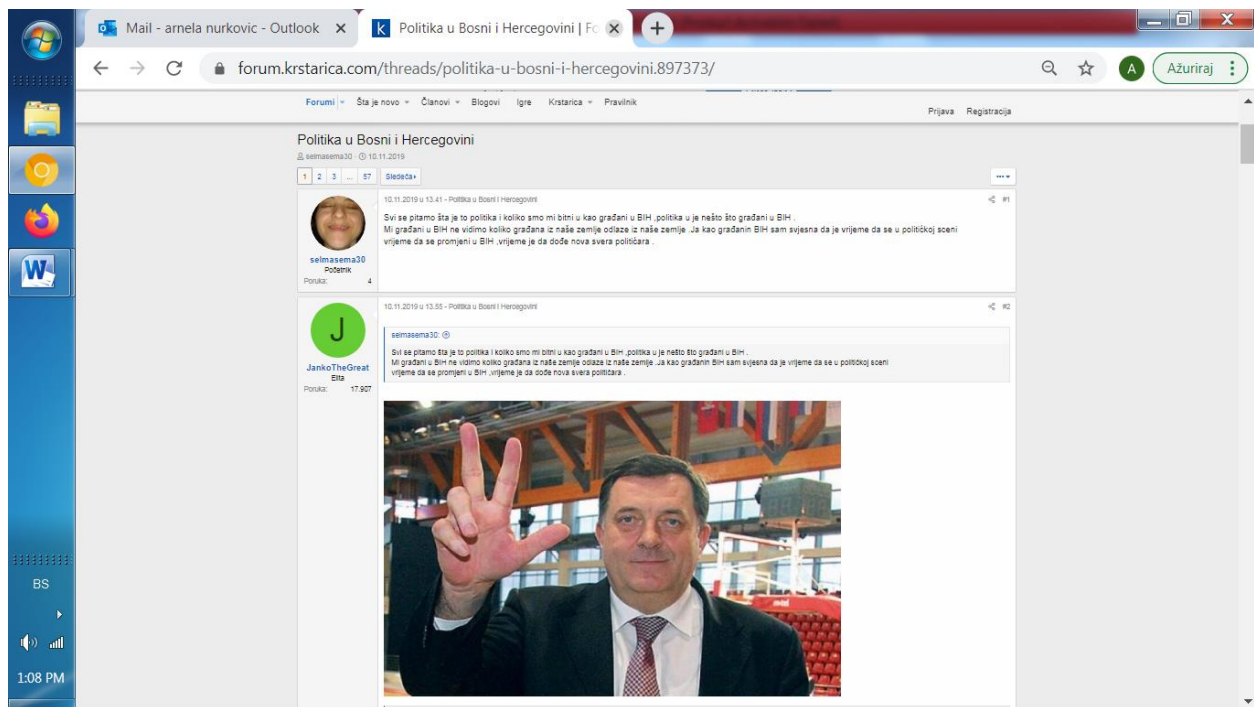
JAVNO MNIJENJE

Razvoj komunikacije je doprinjeo razvoju društvene zajednice. Javno mnijenje je skup mišljenja građana o nekoj opće važnoj temi za društvenu zajednicu. Načini odnosno kanali za iskazivanje mišljenja o određenoj temi ili problemu su različiti, popularnost novih medija je na neki način uzela i primat kada je upitanju javno mnijenje.

„Kao pokretač rasprave u okviru foruma često se pojavljuje web master, odnosno forum administrator. On najčešće vrši odabir teme u skladu sa opredjeljenjem i namjenom foruma, procjeni njenu važnost, obrazloži je i stavi na dnevni red forumske diskusije. Forumski polilog je specifičan vid interaktivnog komuniciranja u okviru novog medija interneta, koji traje u kontinuitetu – 24 sata na dan. Diskusija u okviru foruma nema svoj kraj. Završavaju diskusije o pojedinim temama ali diskutanti ostaju na okupu u virtualnom prostoru foruma i nastavljaju raspravu pokretanjem novih tema, koje svojim važnošću i aktuelnošću probuđuju pažnju posjetitelja foruma i time stavljaju ad acta¹⁶ prethodne teme i diskusije“ (Osmanović, 2003: 175).

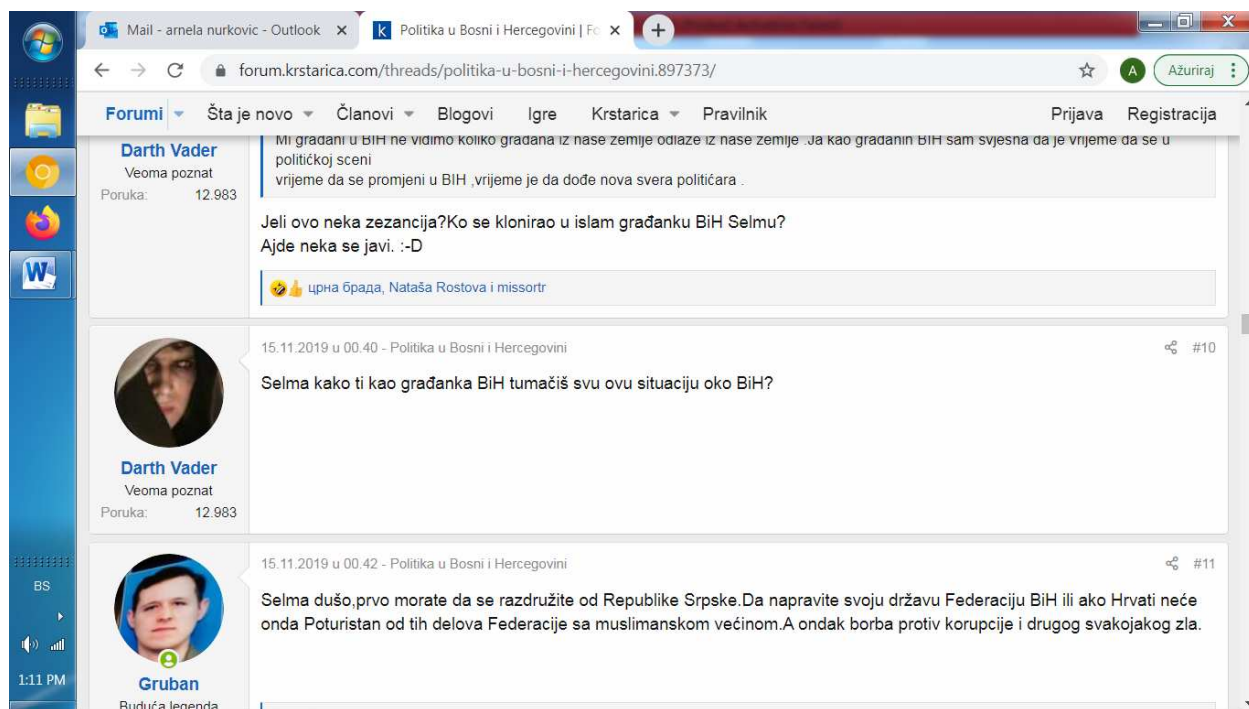
Evo kako to izgleda u praksi, kada građani BiH koriste forum kao sredstvo komunikacije i informisanja. Ovo je samo jedan od mnogobrojnih primjera.

¹⁶Ad akta je latinski izraz koji se koristi da označi da se nešto neće uzeti u obzir, odnosno da se posao oko tog predmeta smatra završenim.



Screenshot stranice gdje je forum objavljen www.forum.krstarica.com

Obzirom na agresiju koja je izvršena na Republiku Bosnu i Hercegovinu možemo kazati da je komunikacija drugačija nego što je u drugim državama u svijetu. Društvo u našoj državi još uvijek prolazi kroz tranziciju. Upravo zbog toga komunikacija je vrlo često zasnovana na vrijeđanju na nacionalnoj i vjerskoj osnovi. Ponekad nije ni bitna tema foruma jer već nakon prvog komentara pronađe se put za otvaranje neprevaziđene teme o “patriotizmu“ i nacionalizmu. Svjedoci smo da vrlo često pojedinci svoje životne neuspjehe i generalno frustracije pravdaju preko loše organizovanog političkog sistema i stanja u našoj državi. Istina je da je jako loša ekonomija, zdravstvo i sigurnost ali svako treba početi od sebe, napraviti promjenu prvo kod sebe jer samo na taj način ćemo izgraditi u budućnost “zdravo“ društvo.



Screenshot foruma www.forum.krstarica.com

“Suština je interneta u nuđenju potencijala za ostvarivanje sveprisutnosti komunikacije/informacije uz malu cijenu i maksimalnu efikasnost. Ključne osobine koje internet odvajaju i čine drugčijim od svih drugih medija su:

- Decentralizirana struktura (je diferentia specifica interneta u odnosu na sve druge medije, pa i u odnosu na komercijalne baze podataka razvijene prije njega);
- Interaktivnost (podrazumjeva koncept po kojem korisnici na internetu nisu tek primatelji informacija, već i učesnici u kreiranju sadržaja);
- Nepregledna količina informacija i
- Orijentiranost na korisnika “(Turčilo, 2006:26)

Komuniciranje je aktivnost u oba pravca, odnosno komunikacija predstavlja razmjenu informacija, ideja, stavova, mišljenja i podataka između učesnika u komunikaciji.

“Javnost u BiH se stoljećima formirala pod utjecajem socijalnih, ideoloških i političkih sila izvan njene strukture, jer čovjek ovog podneblja nije nikada bio slobodan u izboru bilo kakvog ponašanja i djelovanja, jer samim tim nije bio slobodan ni da se ispoljava u sferi javnosti kao elementu slobode i prava na političku volju. Međutim ovdje se ima osjećaj da se javnost konstituira u tri

kulturna kruga, a kao fragmenti duhovne strukture u tri religijska kruga, što je osnovno pitanje koje sebi postavljamo. Javnost shvatamo kao kategoriju tipičnu za određenu epohu” (Nuhanović, 1998: 207).

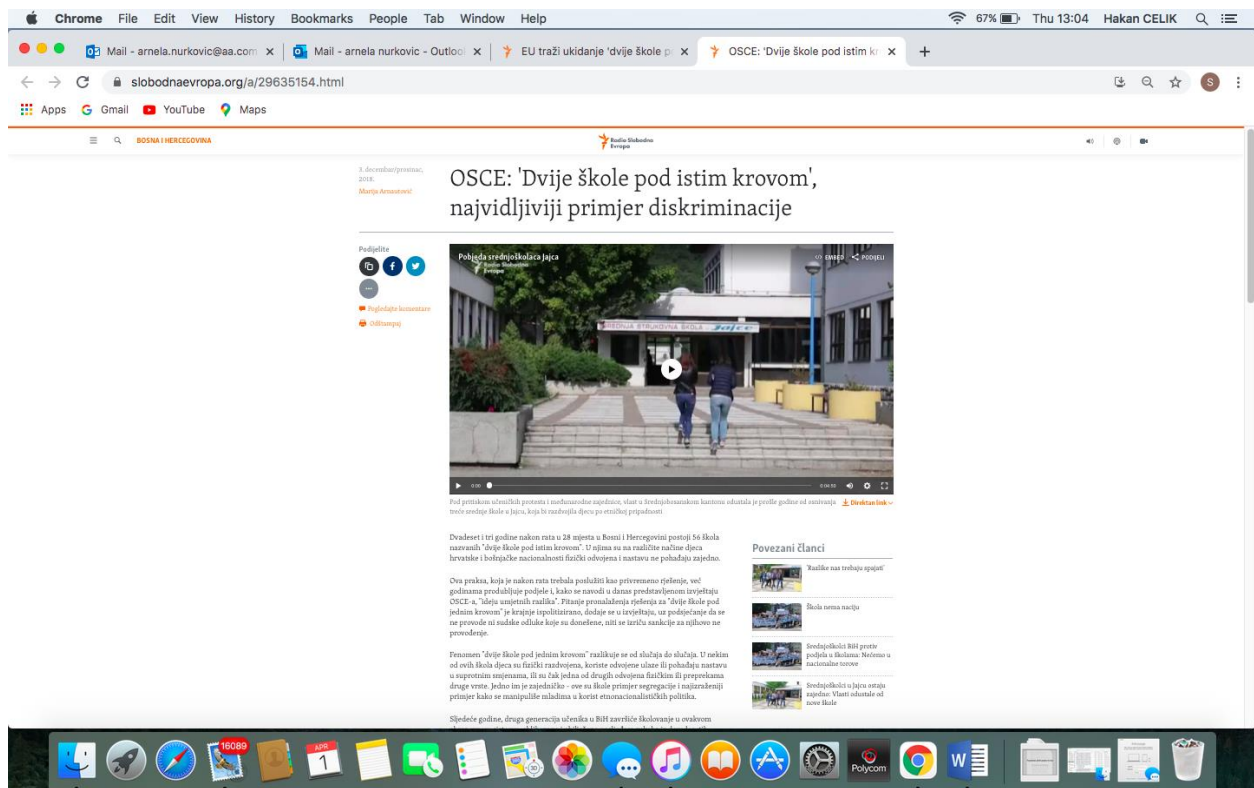
Javno mnijenje kao ključni faktor demokratskog društva

Građani Bosne i Hercegovine su prije skoro trideset godina doživjeli veliku nepravdu koja je promijenila njihove živote i zasigurno doprinijela još nesigurnijoj i nestabilnijoj budućnosti za cijelo društvo. Slobodno možemo kazati da tranzicija još uvijek traje te da se građani Bosne i Hercegovine još uvijek nisu prilagodili parlamentarnoj demokratiji. Živimo u državi gdje se demokratija dijeli na tri dijela, gdje se sloboda izražavanja definiše na tri različita načina a činjenice posmatraju iz tri različita ugla. Ne smijemo zaboraviti ni historiju koja se prezentuje sa tri različite „istine“. Djeca u Banja Luci, Sarajevu i Mostaru uče o istoj prošlosti ali sa različitim činjenicama i drugačijom istinom, postavlja se pitanje kako se može očektivati da se usaglasi javno mnijenje.

Netačne informacije o historijskim događajima koji su se desili u Bosni i Hercegovini, a navest ćemo primjer agresije na Republiku BiH (1992 – 1995) , doprinosi nesagledivim posljedicama za cijelo društvo. Stvara se netrepeljivost, osuda, mržnja jednih prema drugima a sve zbog nedostatka znanja odnosno tačnih informacija.

U Bosni i Hercegovini se građani dijele prema vjeri, naciji, kantonu, entitetu, donosno prema svemu što postoji uključujući i obrazovanje. Dvije škole pod jednim krovom – najočitiji primjer nepoštivanja osnovnih prava zagaranovanim u sistemu zvanom demokratija.

Jedan krov, jedno djetinstvo, zdrava, pametna djeca, jednaka ljudska bića od krvi i mesa, iste želje ista nada ali to nije dovoljno za jednakost. U Bosni i Hercegovini uvijek postoji ona sigurna karta na koju bh. političari uvijek idu a to je nacionalizam. Jedini razlog za osnivanje dvije škole pod istim krovom, čija je jedina svrha deklaracija da li Bošnjak ili si Hrvat. U Bosni i Hercegovini postoji nekoliko ovakvih primjera i to u: Mostaru, Kiseljaku, Travniku i Stocu.

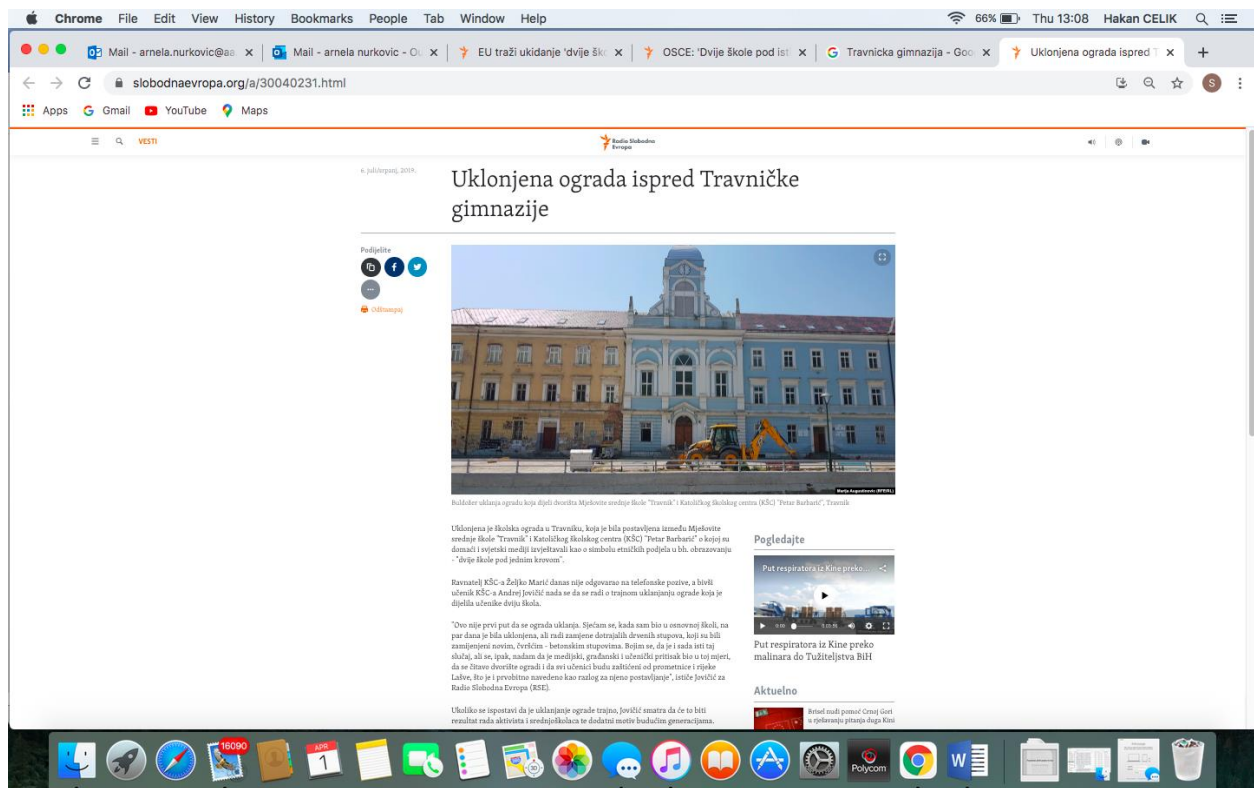


Screenshot webstranice www.slobodnaevropa.org

Dvorište Travničke gimnazije bilo je podijeljeno žicom. U žutom dijelu zgrade je Mješovita srednja škola, a u plavom, koji je obnovljen, Katolički školski centar.

Riječ je o jednoj od najstarijih srednjih škola u Bosni i Hercegovini, koja prema svim moralnim principima narušava obrazovni sistem, a sve za rad etničke podjele učenika. Ovakav oblik diskriminacije se ne može desiti u uređenim državama koje poštuju osnovna prava svakog čovjeka a ovdje je upitanju pravo na jednako obrazovanje.

Ono što je sigurno da Bosna i Hercegovina sa ovakvim obrazovnim uređenjem neće moći pristupiti Evropskoj uniji, te da će se mnoge stvari morati mijenjati iz temelja, a škole pod istim krovom zasigurno će biti dio tih promjena.



Screenshot webportala www.slobodnaevropa.org

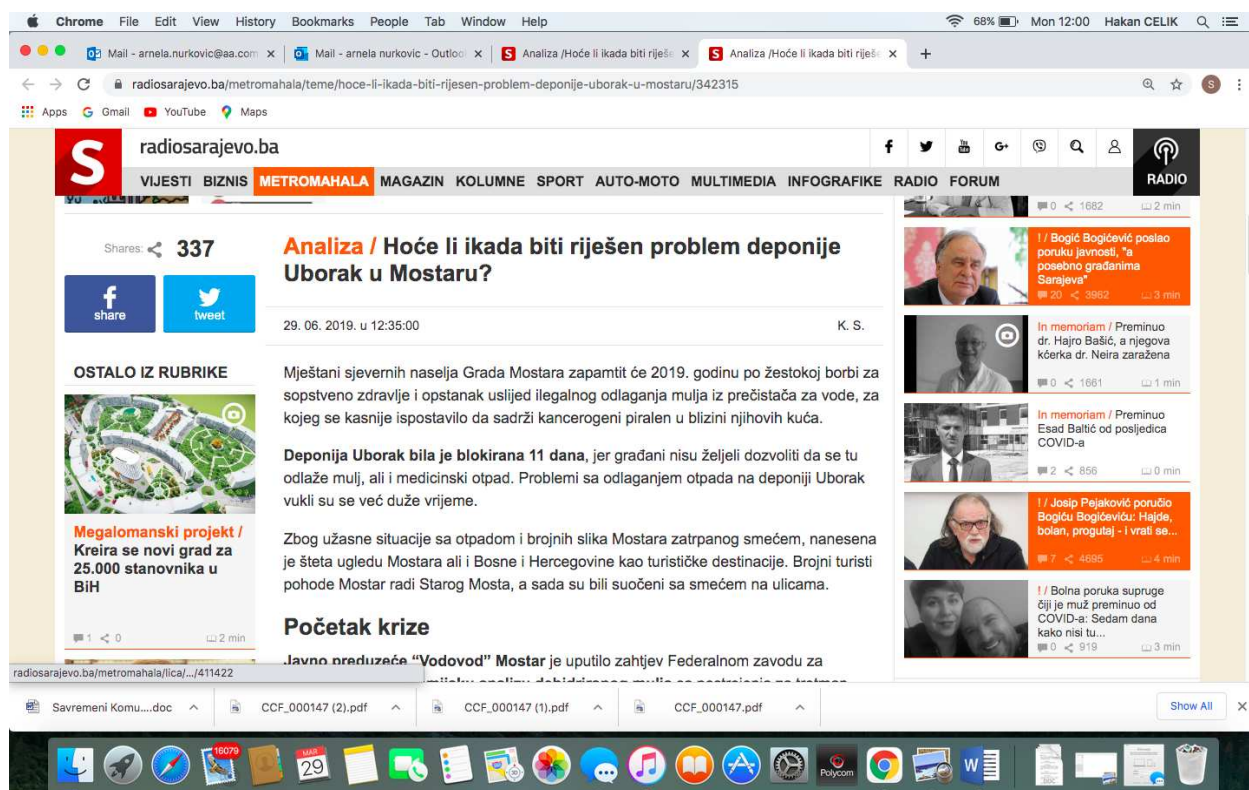
O fenomenu dvije škole pod jednim krovom piše se mnogo. Svjedoci smo da sve više javnost u Bosni i Hercegovini koriste online medije upravo zbog direktne komunikacije koju internet omogućava između korisnika. Vrlo često možemo vidjeti da se sve više o bitnim društvenim pitanjima govori/piše online.

„Internet je upotpunosti izmijenio odnos između snabdjevača sadržajem i čitatelja, gledatelja, slušatelja tog sadržaja, odnosno ukinuo je podjele ove vrste. Svako povezivanje najmanje dva kompjutera znači izgradnju digitalnog mosta, na kojem svaki od korisnika ima iste šanse i raspolaže jednakim tehničko – tehnološkim potencijalom da bude i kreator sadržaja i njihov konzument“ (Turčilo, 2006: 27).

Utjecaj online medija na javno mnijenje

Bosna i Hercegovina se već nekoliko godina suočava s problemom odlaganja otpada, veliki ekološki problem koji je godinama praćen protestima građana, koji zahtijevaju od vlasti rješenje problema.

Mediji u BiH kontinuirano prate razvoj situacije kada je upitanju deponija Uborak, jer neadekvatnim odlaganjem otpada može se ugroziti zdravlje stanovnika Mostara. Objavljivanje ovakvih ili sličnih tekstova ujedinjuje se javnost te pruža podrška za rješavanje ovakvog ili sličnog problema. Samo ujedinjeno društvo može dovesti ka rješenju kako ovog tako i drugih problema koje se tiču kvalitete života u BiH.

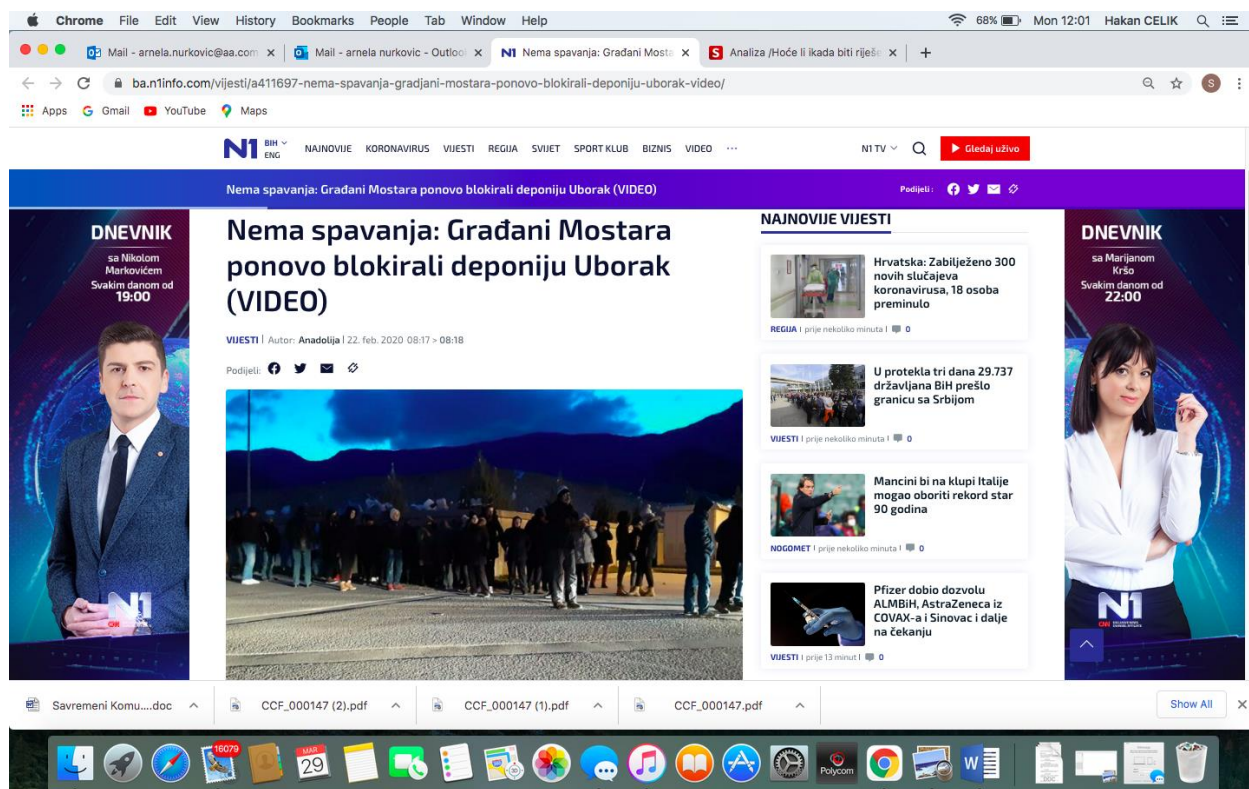


Screenshot webportala gdje je objavljen tekst www.radiosarajevo.ba

Naime, postojeća deponija Uborak kod Mostara odavno je premašila kapacitete. Ono što je zanimljivo je da je tik uz nju smještena sasvim nova deponija. Kažu da je jedna od najsavremenijih u regiji. Potpuno je dovršena, ali otpad u nju još ne stiže.

Nekoliko godina unazad, građani Grada Mostara su u više navrata pokazivali nezadovoljstvo ali i zabrinutost za spostveno zdravlje. Podsjećanja radi, 2019. godinu deponija Uborak bila je blokirana 11 dana, jer građani nisu dozvolili ilegalno odlaganje mulja iz prečistača za vode, za kojeg se kasnije ispostavilo da sadrži kancerogeni piralen u blizini njihovih kuća.

Uborak je bila tema online medija građani su bili jednoglasni po tom pitanju.



Screenshoot webportala na kojim je vijest objavljena www.ba.n1info.com

S druge strane ne smijemo zaboraviti činjenicu da se u gradu Mostaru nisu nekoliko godina održavali izbori, što je predstavljalo jednu od najvećih blokada za rješavanje mnogih problema koji ugrožavaju život građana, u ovom konkretnom slučaju rješavanje odlaganja otpada na području Hercegovine. Neke od posljedice ovog problema:

Otpad predstavlja veliku opasnost za zdravlje građana;

Uništavanje prirodnih bogatstava Bosne i Hercegovine;

Negativan imidž za našu zemlju koja se želi predstaviti kao turistička destinacija;

Ogromno nezadovoljstvo građana;

Postoji nekoliko rješenja za ovaj problem:

Izgradnja deponije koja zadovoljava sve infrastrukturne uslove za odlaganje otpada;

Uspostavljanje funkcionane komunalne infrastrukture;

Uspostavljanje komunikacija između preduzeća/vlasti/javnog mnijenja:

Ono što je najpotrebnije je volja vlasti da se riješi problem odlaganja otpada, koje za sada nema.

Javna komunikacija predstavlja razmjenu informacija ili stavova putem sredstava za javno komuniciranje.

„Komunikacija je ljudska sposobnost da razmjenjuje znake i da ih adaptira datim tehničkim uvjetima, a da ih koristi za razumijevanje stvarnosti i koordinaciju djelovanja u određenom društvu. Komunikacija je dakle, socijalni proces kroz koji dva ili više prostorno povezanih centara aktivnosti jezikom ili drugim simbolima nastoje utjecati na jednu sredinu ili je mijenjati uz pomoć novostečenih informativnih sadržaja. To jednostavno znači da se komunikacijom nastoji izmijeniti ili promijeniti određeno društvo, ili svijet. Komunikacija se odvija uvijek u nekom mikrokosmosu. Radi se zapravo o opisu, razumijevanju i objašnjenju neke komunikacijske strukture koja se istražuje kroz konkretne načine problematiziranja. Metodički moramo pretpostaviti da se komunikacije pojavljuju na svim nivoima i različitim aspektima ljudskog života. Da bismo razumijeli komunikacijske procese, moramo znati da postoji pet osnovnih aspekata kroz koje se komunikacijski fenomen izražava: profanitet, univerzalnost, protok informacija, relativnost i nepromjenljivost.

1. Profanitet komunikacije označava činjenica da je svaki komunikacijski proces jedan sasvim običan, banalan akt razmjene informacije sa okolinom. Komunikacija je veoma jednostavna razmjena informacija, ali iz jednostavnosti i proizilaze problemi.
2. Univerzalnost komunikacije jeste činjenica da su sve komunikacije smještene u oblasti ljudskih komunikacija koje nastoje promijeniti okolinu. Kolike će promjene biti zavisi od kompetencije onih koji komuniciraju.

3. Protok informacija se omogućava tehničkim sredstvima i ovisi od stepena razvoja tehničkih sredstava kako će komuniciranje biti i preneseno i razumljivo. Veći tehnički stepen razvijenosti medija u određenim društvima doprinosi protoku informacija. Protok informacija u industrijski razvijenim društvima je veći i predstavlja osnovnu komponentu funkcioniranja društva.
4. Relativitet u procesu razmjene informacija predstavlja dinamiku razmjene informacija koja je veća u tehnički razvijenijim društvima.
5. Ukoliko informacija izdrži probu vremena i ostane nepromjenjena, znači da je istinita i kvalitetna“ (Kečo – Isaković, 2006: 18,19).

Svaka komunikacija među ljudima, počevši od razgovora u porodici, sa društvom, radnim kolegama, profesorima pa sve do razmjene komunikacije putem online mreža sa korisnicima koje ne poznajemo, utječe na ljude, odnosno na formiranje njihove svijesti, oblikuju njihov odnos prema stvarnosti. Javna komunikacija je sve popularnija u društvu, online posao, online druženja su započela dolaskom interneta, razvojem tehnoloških dostignuća sve više se okrećemo online komuniciranju.

DRUŠTVENE MREŽE KAO NOVE MEDIJSKE PLATFORME

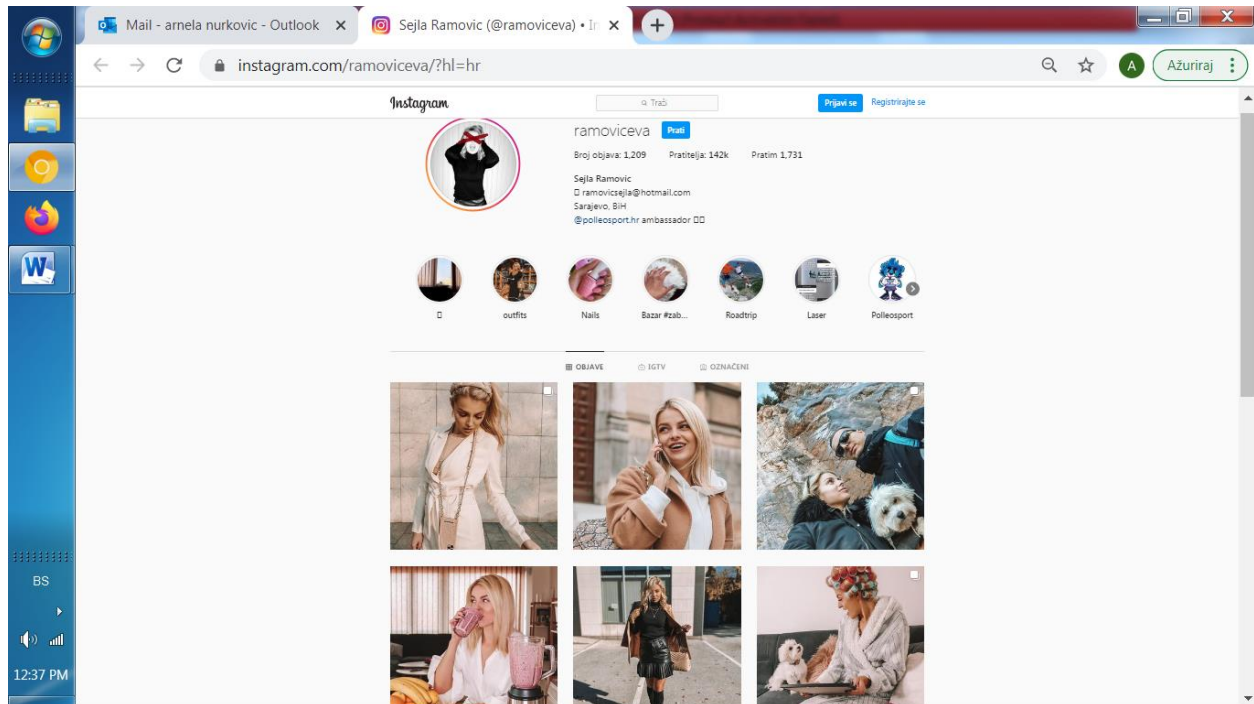
Influenseri i jutjuberi

Svjedoci smo da na društvenim mrežama, koje predstavljaju jednu od platformi novih medija, influenseri, jutjuber itekako utječu na društvo, predstavljajući jedan nestvarni prikaz kako života tako i fizičkog izgleda pojedinca. Nažalost, postajemo društvo koje je ovisno o photoshopu¹⁷, o prikazivanju nečega što zaista nije realno i nije takvo u stvarnom životu. Živimo u maloj sredini gdje se ljudi poznaju i viđaju često, tako da vrlo dobro znamo da realna slika nečijeg života nije onakva kakvom je predstavlja na društvenim mrežama. Dolaze nam generacije novih zanimanja.

Navest ću samo jedan primjer a to je profil inluencerice Šejle Ramović, koja na društvenoj plaformi Instagram ima 142 hiljade ljudi koji je prate, na svom profilu objavljuje svakodnevno

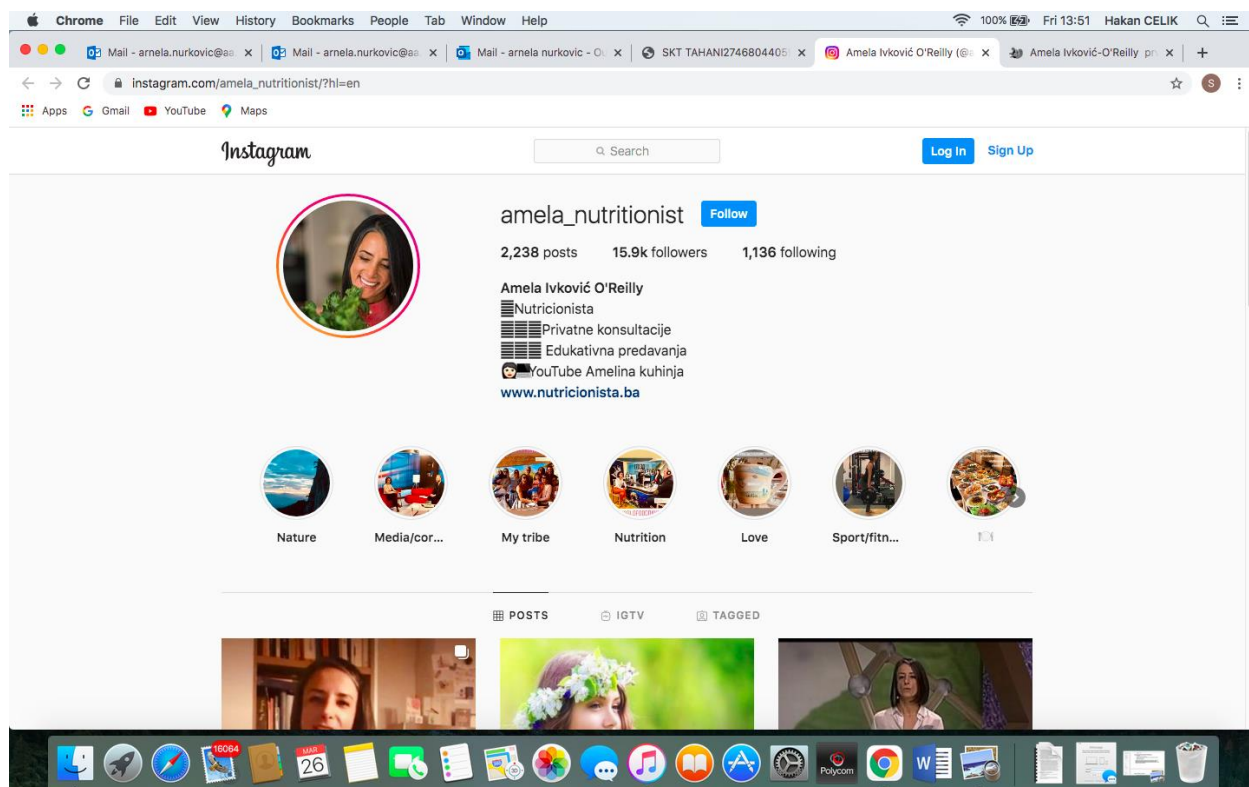
¹⁷Photoshop je grafički alat i kompjuterski program (software) koji se koristi za pravljenje i obrađivanje slika, crteža, gifova, video klipova itd.

fotografije uz opise, savjete o modi, treninzima, reklamira različite brendove itd.



Instagram profil Šejle Ramović

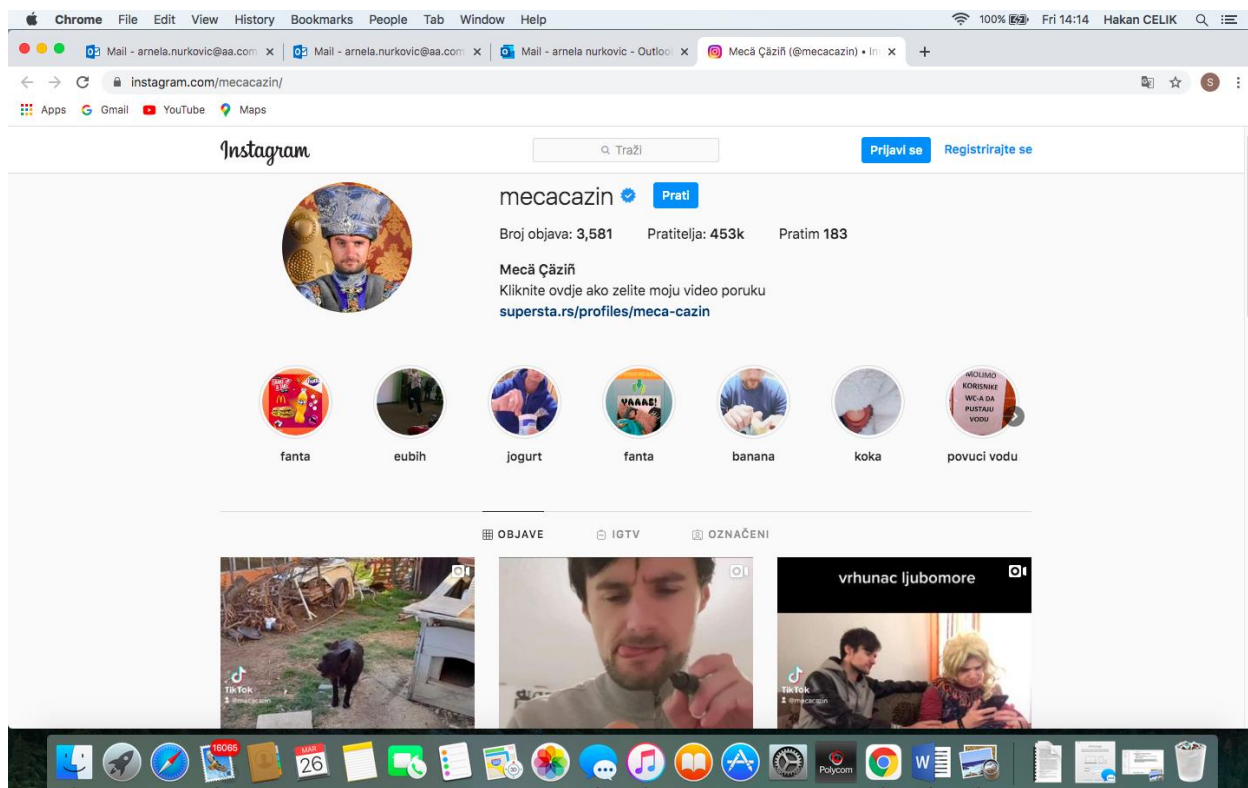
U Bosni i Hercegovini postoje ljudi koji su svoj posao povezali sa društvenim mrežama, odnosno spojili su znanje koje posjeduju i online promociju. Primjer za to je Amela Ivković – O'Reilly. Amela je educirani nutricionista u Bosni i Hercegovini koja ima svoj instagram nalog putem kojeg edukuje svoje pratiocice o zdravoj prehrani. Treba spomenuti da je Amela član Udruženja nutricionista Irske, Udruženja nutricionista Velike Britanije i Kraljevskog medicinskog udruženja Velike Britanije, kao i predsjednica Skupštine Udruženja „Green Council”. Vrlo korisne savjete o zdravlju i prehrani Amela svakodnevno dijeli sa svojim pratiocima na Instagram nalogu. Ovo je jedan od rijetkih primjera gdje edukovane osobe putem društvenih mreža uspostavljaju komunikaciju sa ljudima i ovakvi primjeri su pozitivni te trebalo bi ih biti mnogo više. Prehrana je individualna za svaku osobu na ovom svijetu i upravo iz tog razloga savjete trebamo tražiti od edukovanih kadrova.



Screenshot Instagram profila Amele Ivković – O'Reilly

Mnoge kompanije se sve više okreću ka oglašavanju putem društvenih mreža, jer im je mnogo isplativije pokloniti jedan PR paket sa svojim proizvodima ili pokloniti besplatno putovanje ili pak uplatiti određenu svotu novaca osobi koja ima svoj YouTube kanal ili Instagram i Facebook profil nego plaćati klasično oglašavanje. Sistem poslovanja između influencera i kompanija je zasnovan na principu da influencer dobije proizvod, u većini slučajeva će pohvaliti taj isti proizvod jer je plaćen za to a pratioci će, najvjerojatnije, povjerovati i kupiti taj isti proizvod.

Društvene mreže su donijele i jedan novi oblik zabave koji smo ranijih godina mogli vidjeti samo u filmovima ili predstavama čiji žanr je komedija. Tako da sve više mladi ljudi putem online platformi snimaju određene situacije koje su zanimljive i interesantne javnosti. Jedan od najpopularnijih influensera u Bosni i Hercegovini je Amel Družanović, poznatiji kao Meca Cazin, koji svojim video klipovima svakodnevno nasmijava svoje pratioce. Ovaj poznati bh. influencer ima skoro pola miliona pratilaca na svom Instagram profilu.



Screenshot Instagram profila Amela Družanovića, poznatiji kao Meca Cazin

Utjecaj na društvo

Pored društvenih platformi koje su izrodile nova zanimanja, novih generacija, jako je bitno spomenuti i razvijanje komunikacije putem foruma i putem komentara na webportalima.

Uspostavljanje komunikacije putem foruma s ciljem da se drugim učesnicima otkrije nešto što je skrivno (bar prema mišljenju onog ko kreira temu na forumu) pruža osjećaj pojedincu da upozorava javnost na određene probleme koje se dešavaju u društvu. Ovaj vid online komunikacije na forumu je na neki način dobar i pozitivan, ukoliko učesnici komentarišu temu objektivno ili pak sa aspekta ličnog iskustva, međutim svjedoci smo da kada diskusija započne, dešava se da argumenti ostaju u drugom planu te da učesnici koriste neadekvatan način komunikacije, kao što su vulgarne psovke i vrijeđanja.

Na taj način se gubi suština značaja foruma, odnosno dvosmjerne komunikacije između učesnika, jer ukoliko se odstupa od teme šanse za rješavanje određenog problema su jako male. Mediji

svakodnevno informiraju javnost oko određenih društvenih problema, ti sadržaji koji se plasiraju vrlo često se pretvaraju u polemiku odnosno rasprave na forumima u kojima učestvuje javnost.

Način komunikacije definiše i određuje jedno društvo. Savremena tehnološka dostignuća, koja su doprinijela razvoju novih medija, omogućila su jednu sasvim novu dimenziju komuniciranja koja je promijenila svijet u cjelosti. Novi mediji su doprinijeli bržoj, funkcionalnijoj ali i sigurnijoj mobilizaciji društva. Pristup internetu imaju svi, što znači da je uspostavljena ravnopravnost između korisnika online mreža. Sredstva za komunikaciju, kao što su društvene mreže, forumi, blogovi i komentari pružaju mogućnost svim korisnicima da objavljuju odnosno prenose informacije. S druge strane postoje i loše strane online svijeta jedan od primjera je kontrola, ne postoji način da se masa ljudi koja se „ujedini“ online kontroliše, bez organizacije takva vrsta okupljanja može imati nesagledive posljedice. Ono o čemu se uvijek govori kada je riječ o internetu jesu lični podaci za koje zaštita nije osigurana.

Svaki novi medij kulturni pesimisti na samom početku komentarišu kao nešto što je nepotrebno te korištenje i pružanje mogućnosti za razvoj novih platformi će prema njihovom mišljenju ugroziti društvenu zajednicu.

Podsjećanja radi, pojava pisma kao novog medija utjecala je na tržište jer su upravo zbog toga oslabile pozicije govornika i pjevača, a ojačala je pozicija pisara. Prihvatanje nečeg novog kao što je pismo koje je u tom vremenu bilo novi medij je zapravo najvažnije utjecalo na razvoj društva. Nakon pisma je uslijedio izum štamparske prese s pomičnim metalnim slovima te je ručno prepisivanje knjiga postalo prošlost. Upravo je ova mašina omogućila da se uspostavi mreža povratnih informacija, jer se znanje pomoću štampe sve brže razvijalo. Nastanak štampe je dovelo do komunikacijske revolucije.

Prema William Ogburn-u pojam „cultural lag“ opisuje situaciju u složenim društvima kad se različita životna područja razvijaju različitim brzinama, pa neki sektori zaostaju za razvojem.

Prema Denisu McQuailu vrlo je važno identifikovati osnovne društvene vrijednosti koje utječu i na medije i na način razmišljanja o masovnom komuniciranju. Sloboda, jednakost i zajedništvo. Sloboda predstavlja pristup komunikacijskim kanalima, slobodu izražavanja uz poštovanje prava drugih. Jednakost bi trebala da doprinese ravnopravnoj raspodjeli kulturnih i informativnih dobara koje nudi komuniciranje. Dok je prema McQuailu zajedništvo vrijednost koja zahtijeva zajednicu, solidarnost, saradnju i integraciju, a protiv je izolacije, fragmentacije i individualiziranja.

Medijska (ne)objektivnost

Razvojem i unapređenjem tehnologije, mediji su se sve više razvijali. Danas, ukoliko posjedujete “pametni” telefon i imate pristup internetu, svi mogu biti novinari a njihov kanal (društvene mreže ili bilo koje druge online platforme) su mediji. Koliko su relevantne, tačne i objektivne informacije koje se plasiraju javnosti? Odgovor na ovo pitanje možemo posmatrati na dva načina. Ko plasira informaciju da li je to medij koji ima jasnu vlasničku, uredničku i novinarsku strukturu. Koje izvore koristi te da li je to medij kojem se vjeruje i koji ima kredibilitet u javnosti. S druge strane posljednjih godina sve je više i pojedinaca koji koriste internet platform (društvene mreže i portale) koji za sebe kažu da su novinari, objavljuju priče i tekstove koji obično (postoje izuzeci) svijesno plasiraju priče čija je istinitost upitna. Ako uzmemo u obzir razvoj medija u zadnjih 30 godina, ono što smo u to vrijeme gledali/čitali/slušali je potpuno drugačije od svega što danas imamo. Navest ću primjer iz svog djetinjstva. Nekada smo zajedno sa roditeljima “morali” gledati Dnevnik u 19.00h, zato što je to pored dnevne štampe bio jedini relevantni izvor informisanja, i ono što se tada emitovalo na Dnevniku (na Javnom servisu) za moje roditelje je bilo glavni izvor informisanja. Potpuno povjerenje su imali u novinare/voditelje koji su prezentovali/pisali vijesti, i vjerovali su u sve ono što se objavljivalo. Dok danas, 30 godina poslije, imamo neograničen broj vijesti, sa različitih izvora, koje se plasiraju do tog Dnevnika u 19.00h, što nam zapravo govori koliko je tehnologija napredovala i koliko je imala utjecaj na promjenu društvene percepcije.

Knjiga pod nazivom „Izazovi mas – medija“ koju je napisala prof. dr. Emina Kečo – Isaković 2006-te godine je govorila o ulozi novinara u medijima: „Novinar danas radi senzacija odlazi na ratišta, snima smrt izbliza, da bi je prodao! Ne zanima ga stvarno stanje, dobar komentar, samo senzacija i novac. Za vrijeme rata u Bosni i Hercegovini hiljade novinara je pohodilo našu zemlju da bi snimili što užasnije scene, smrti, glad, tegljenje vode, izbjegličke kolone, strah i stravu, ne uvijek što žele vijest, nego što zarađuju novac koji su za strašne snimke dobivali. Novinar današnjice spreman je da žrtvuje svoje ja da bi dobio senzaciju, ali i prije svega, novac za senzaciju. Proizvodnja stvara potrošnju“ (Kečo – Isaković, 2006: 140).

Pravo na slobodu izražavanja je jedno od najznačajnijih i najvažnijih prava za svakog čovjeka, osnova na kojoj počiva svako društvo. Sloboda govora ima veliki značaj za funkcionisanje i napredak svakog demokratskog sistema. Posljednjih godina pravo na slobodu izražavanje je

prošireno kao i pravo građana da budu informisani, odnosno javnost ima pravo da zna. Sloboda govora podrazumjeva odgovornost učesnika, da ono što govori bude u skladu sa etikom. Sloboda govora ne podrazumjeva govor mržnje ili bilo kakav drugi oblik diskriminacije. To znači da u svakom uređenom društvu pravo i sloboda govora su ograničeni pravom i slobodom drugoga.

Navest ćemo za primjer Konvenciju za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda, gdje u članu 10¹⁸, a koji se odnosi na slobodu izražavanja, stoji da:

“Svatko ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu mišljenja i slobodu primanja i širenja informacija i ideja bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice. Ovaj članak ne sprječava države da podvrgnu režimu dozvola ustanove koje obavljaju djelatnosti radija ili televizije te kinematografsku djelatnost.

Kako ostvarivanje tih sloboda obuhvaća dužnosti i odgovornosti, ono može biti podvrgnuto formalnostima, uvjetima, ograničenjima ili kaznama propisanim zakonom, koji su u demokratskom društvu nužni radi interesa državne sigurnosti, teritorijalne cjelovitosti ili javnog reda i mira, radi spriječavanja nereda ili zločina, radi zaštite zdravlja ili morala, radi zaštite ugleda ili prava drugih, radi spriječavanja odavanja povjerljivih informacija ili radi očuvanja autoriteta i nepristranosti sudbene vlasti. “

Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda je usvojena 04. novembra 1950. godine doprinijela je razvoju u zaštiti ljudskih prava i slobode govora ne samo u Evropi već i cijelom svijetu. Sloboda izražavanja je jedan od temeljnih prava svakog čovjeka, međutim sloboda govora nije uvijek bila data pojedincima, sada putem novih medija, tehnološkim dostignućima svako ima mogućnost na slobodu govora i pravo da javno podijeli svoje mišljenje.

Uloga medija treba da bude u službi javnosti tj. da mediji upozoravaju na kršenja ljudskih prava, da edukuju građane o ljudskim pravima, kao i da utječu i pozivaju na poštovanje ljudskih prava, te da na adekvatan odnosno objektivan i profesionalan način izvještavaju o stanju ljudskih prava na globalnom i lokalnom nivou. Zahvaljujući profesionalnom i objektivnom izvještavanju novinarke Christiane Amanpour (jedne od novinara koji su 90-tih bili u BiH) za vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu utjecali su na javno mnijenje jer su vidjeli realnu sliku rata i uništavanja

18

<http://www.mhrr.gov.ba/PDF/UredPDF/Konvencija%20za%20zastitu%20ljudskih%20prava%20i%20temeljnih%20sloboda.pdf>

jednog naroda u jednoj državi, što je iako sporo doprinijelo odnosu drugih država prema Bosni i Hercegovini kao međunarodno priznatoj državi.

Jedan od najvažnijih međunarodnih dokumenata koji čini temelj ljudskih prava je svakako Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima iz 1948. godine koja se odnosi na: pravo na život, pravo na ličnu slobodu i sigurnost, slobodu misli, savjesti i vjere, slobodu izražavanja, pravo na obrazovanje, pravo na slobodu kretanja.

Individualna i kolektivna ljudska prava zagarantovana su mnogim međunarodno pravnim dokumentima jer obaveza svake države koja je potpisnica takvih dokumenata je da poštuje sporazume i sa njima uskladi spostvene zakone.

Opći međunarodno – pravni i opći akti (dokumenti) države:

Konvencija o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida (1948);

Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (1948);

Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (1950);

Međunarodna konvencija o eliminaciji svih vrsta rasne diskriminacije (1965);

Međunarodni ugovor o građanskim i političkim pravima (1966);

Međunarodni ugovor o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima (1966);

Helsinški završni akt (1975);

Međunarodna konvencija o eliminaciji svih vrsta diskriminacije žena (1979);

Europska konvencija o sprečavanju mučenja, nehumanog ili ponižavajućeg postupanja ili kažnjavanja (1984);

Konvencija o pravima djeteta (1989);

Europska povelja o regionalnim jezicima i jezicima manjina (1992);

Ustav Bosne i Hercegovine;

Virtualnost¹⁹ djelovanje u mreži: on-line i off-line

Internet kao univerzalno sredstvo komunikacije obećava sistem u kojem smo svi povezani i svi komuniciramo, svi učestvujemo u raspravi o bitnim pitanjima od značaja za svakodnevni život i o problemima društvene zbilje i to možda objašnjava otkud sklonost da ga se glorificira i smatra nositeljem novih oblika demokratičnosti (Turčilo, 2006: 34).

¹⁹Virtualnost podrazumjeva umrežene aktivnosti u cyberspace-u koje se kreću u rasponu od komunikacije do zabave, igre i svih drugih interakcija u on-line sferi. U širem smislu virtualnost označava vještački simulirani svijet koji je nadopuna stvarnom svijetu ili, u nekim slučajevima, zamjena za njega.

Internet pruža mogućnost korisniku da se „nešto pita“, što znači da na neki način daje na značaju pojedincima. Korisnici dobijaju osjećaj da su bitni i značajni dok s druge strane virtualnost dozvoljava korisniku da „pobjegne“ od svakodnevnice, odnosno svog realnog života i stvarnih problema. Vrlo često se desi da korisnici izgube pojam o vremenu odnosno koliko sati provedu on-line. Vraćanje u realnost, odnosno u off-line zonu, može biti za neke ljude traumatično jer svijet u kojem žive nije ni približan onome koji sami kreiraju on-line.

„Jedan od ključnih noviteta koji su rezultat upravo primjene interneta u savremenom životu je tzv. stvaranje paralelnih svjetova ili sfera u kojima čovjek djeluje. Riječ je o odnosu on-line i off-line sfere kao dva ključna prostora u kojima pojedinci i grupe djeluju, a koje mogu (i trebale bi, iako nisu uvijek) biti međusobno povezan. Pojam on-line podrazumjeva “umreženost“ ili “uključenost“. Off-line sfera podrazumjeva “isključenost“ sa interneta, odnosno djelovanje van mrežne geografije“ (Turčilo, 2006: 36).

Novi mediji i virtualna stvarnost

Historijski gledano komunikacija se razvijala kroz nekoliko ključnih faza:

Razvoj pisma;

Izum štampe uz pomoć metalnih slova;

Izum električnih (radio i TV) i elektroničkih transportnih tehnika (kompjuter, internet);

Digitalizacija komunikacije;

Tradicionalni mediji su promijenili život ljudi na cijelom svijetu, mediji su počeli utjecati na kreiranje javnog mnijenja, dok novi mediji omogućavaju da pojedinci, odnosno korisnici interneta sami kreatori.

Sloboda govora je osnovno ljudsko pravo i zagarantovano je mnogim međunarodnim aktima. Ono što je jako značajno razgraničiti da slobodan govora ne opravdava govor mržnje. Pravo na slobodu izražavanja, širenja informacija i ideja zagarantovana je svima osim u slučajevima ako postoje uvjerljivi argumenti da određene informacije ili mišljenja vrijeđaju neke druge zakonom utvrđene legitimne društvene vrijednosti.

„Upravo je virtualnost – virtualna stvarnost jedna od ključnih pojmova kada je o internetu i novim medijima riječ. Ona se međutim ne odnosi isključivo na domen komuniciranja i razmjene

informacija na mreži, već i na sve druge aktivnosti, aktivnosti koje se odvijaju u cyber svijetu – od zabave i igrice (u kojima je zasada najtransparentniji i najviše eksploatiran) do <umreženog> političkog djelovanja (u kojem je internet već shvaćen kao <virtualna agora>). Danas se virtualnost kao pojam ne koristi više isključivo u sferi visoko sofisticirane tehnologije, već se njome opisuju raznovrsne aktivnosti u mreži – od on-line kupovine do on-line glasanja a rasprave o virtualnosti sve više dobivaju i jednu filozofsku dimenziju u kojoj se pod virtualnim svijetom podrazumjeva“ (Turčilo, 2006: 37).

Proces digitalizacije je pomijenio društvu i njegovu kulturu. Danas je osnova, za skoro svaki posao, poznavanje rada na računaru i ovo je samo jedan od primjera jer digitalizacija je promijenila čovjeka a tako i njegove potrebe. Uticajem tehnoloških dostignuća, interneta, online svijeta je revolucionarno promijenio komunikaciju, ekonomiju ali i nacionalnu i internacionalnu politiku.

„Nepostojeći svijet događanja, svijet u kojem se ulazi pomoću računara i drugih tehničkih pomagala – slušalica i posebnih naočala. Radi se o trodimenzijalnom svijetu u kojem se proizvode čisti informacijski prostori širokog spektra kibernetičkih automata ili konstrukcije podataka, koji omogućavaju potpunu slobodu stvaranja vještačke okoline“ (Horrcoks: 2001:9).

Tradicionalni i online medije

Razvoj medijskih tehnologija je išao takvom brzinom da je svaki dio društva bio obuhvaćen tim promjenama koje su se reflektirale i na razvoj bitnih društvenih znanosti. Gotovo da nema oblasti od politike, prava, sociologije, psihologije, ekonomije, obrazovanja, kulture, bez utjecaja komunikacija i bitnog profiliranja tih disciplina upravo uz pomoć komuniciranja. Mediji nisu samo dio organizacione strukture nego uistinu vrsta i način organizacije spomenutih disciplina. Mas – mediji već dugo nisu puki prijenosioci informacija kojima je moguće manipulirati odveć jednostavno, nego su oni ti koji kreiraju spomenute naučne discipline (Kečo – Isaković, 2006: 9).

Mediji kreiraju sliku određene situacije, teme ili problema te se na osnovu toga u javnosti formira opšta slika. Političari vrlo često pokušavaju koristiti medije kao instrumente za distribuciju vijesti i informacija koje imaju za cilj ostvarivanje političkih ciljeva. Zato je za svaku državu, svako

društvo jako bitno imati neovisne medije, koji će izvještavati objektivno, istinito i profesionalno. Opće je poznato da je Drugom svjetskom ratu prethodila kampanja koju je vodila Njemačka vlada na čelu sa Adolfom Hitlerom, koji su koristeći medije doveli do toga da Hitler ima plebiscitarnu podršku, upravo ovakav vid podrške je omogućio Hitleru da Njemačku uvede u rat koji je donio najveća razaranja i stradanja u svijeta ali i u samoj Njemačkoj. Bitno je spomenuti ulogu medija kao i intelektualaca u to vrijeme koji su upotpunosti bili na strani propagande i podržavali političku propagandu koja je bila kreirana od strane političkih lidera.

Upravo zbog ovakvih i sličnih primjera neovisni mediji su ključ svakog društva.

Prilikom istraživanja, pronašla sam Udruženje građana „Zašto ne“ koje se bavi stvaranjem sigurnog, zdravog, aktivnog, efikasnog i odgovornog bh. društva u cjelini, kako u smislu predstavnika vlasti, tako u smislu civilnog društva i građana/ki, kroz promociju i uspostavu mehanizama političke odgovornosti, jačanje i izgradnju građanskog aktivizma, te korištenje novih medija i tehnologija, a sve to zajedno sa drugim organizacijama civilnog društva, institucijama i pojedincima.²⁰

U sklopu ovog udruženja pokrenut je website raskrinkavanje.ba, portal kojem je osnovna misija provjeravanje činjenica odnosno informacija koje se objavljuju u medijima.

Navest ćemo samo jedan primjer njihove analize a odnosi se na vakcine koje su proizvedene od strane farmaceutskih kompanija Pfizer i BioNTech. Podsjećanja radi, nakon što je Evropska unija zaprimila zahtjev od farmaceutskih kompanija Pfizer i BioNTech da odobre korištenje njihove vakcine protiv oboljenja Covid-19, mediji su objavili da je EU odbila dati odobrenje za vakcinu ovih kompanija. Evropska unija nije odbila zahtjev za odobrenje vakcina Pfizera i BioNTecha, već će svoje mišljenje o vakcini dati 29.12.2020.

Za primjer navest ćemo utjecajni website www.nova.rs koji su objavili da EU nije odobrila vakcine Pfizera i BioNTecha. “U trenutku kada se činilo da nam vakcina nikada nije bliža i da će nas milioni doza konačno spasti koronavirusa, danas je svet obišla vest da je EU odbila odobravanje vakcine Bionteka i Fajzera”.²¹

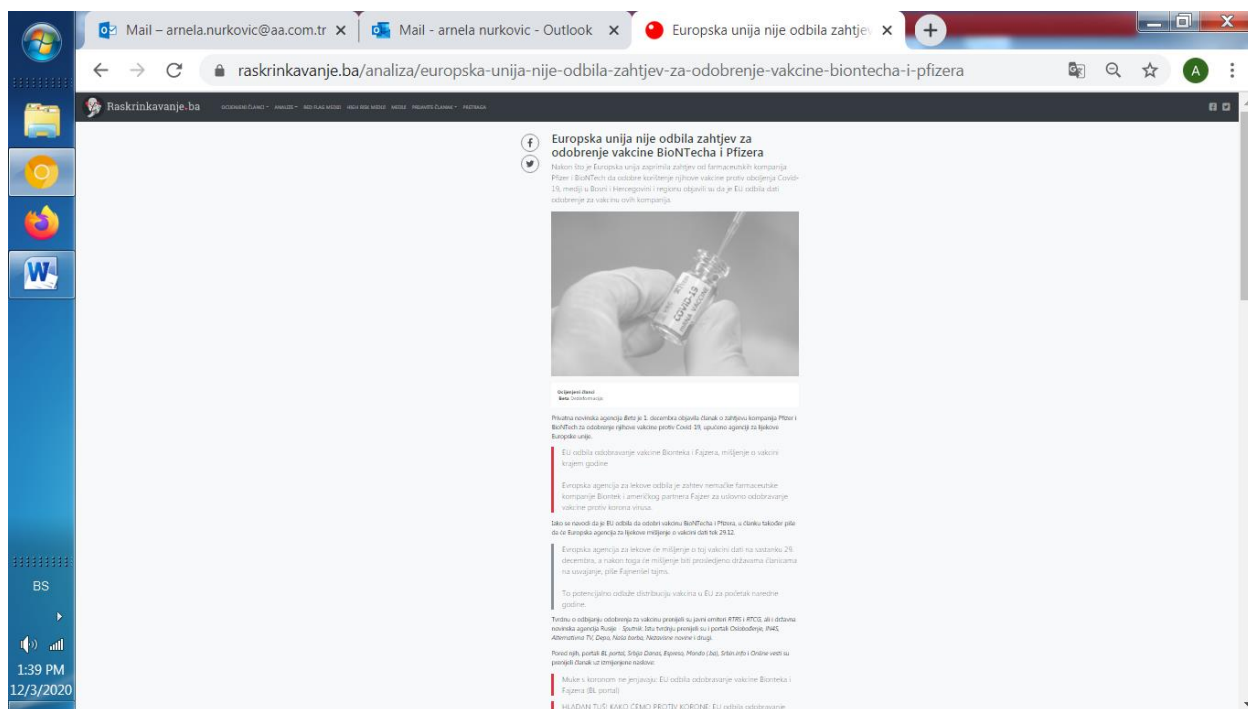
²⁰<https://zastone.ba/>

²¹<https://nova.rs/region/zasto-je-evropska-unija-odbila-fajzerovu-vakcinu/>



Screenshot website-a www.nova.rs

Na webstranici raskrinkavanje.ba, objavili su detaljnu analizu kao i medije koji su objavili pogrešne informacije.



Screenshot webstranice www.raskrinkavanje.ba

Ovakvim i sličnim tekstovima se izaziva panika kod javnosti, što nije dobro za opće dobro društva jer pandemija izazvana virusom korona je učinila da se ljudi kako fizički tako nažalost i socijalno distanciraju, što će u budućnosti proizvesti generacije usamljenih, otuđenih ljudi u jednom riječju psihički oštećeni.

Širenje panike je jedna od zadnjih stavki koja je potrebna bh. društvu upravo zbog toga online mediji bi trebali biti mnogo oprezniji pri pisanju tekstova te objavljivanju isti.

Na webportalu www.medija.ba objavljen je jedan tekst koji se upravo odnosi na širenje dezinformacija u Bosni i Hercegovini.

“Različiti nivoi vlasti u BiH su pokušali uvesti nove mehanizme za kažnjavanje objava u online prostoru.²²

U tekstu se govori da nakon dvije sedmice od prvog registrovanog slučaja osobe zaražene novim koronavirusom u Republici Srpskoj, entitetska Vlada je 19. marta donijela Odluku o zabrani izazivanja panike i nereda za vrijeme vanredne situacije. Novčanom kaznom od 1.000 do 9.000 KM bile su predviđene kazne za građane koji su, prema navodima vlasti, iznosili ili prenosili lažne vijesti, izazivali paniku ili narušavali javni red i mir.

Nakon 15 dana Odluka je 3. aprila, stavljena van snage. Vlada je nastavila kažnjavati širenje panike, ali ovaj put kroz Uredbu sa zakonskom snagom o zabrani izazivanja panike i nereda za vrijeme vanrednog stanja, koju je usvojila 6. aprila. Donošenje Odluke i Uredbe osudile su međunarodne organizacije među kojima i OSCE. Ni ta Uredba nije izdržala pritiske javnosti i nevladinog sektora, pa je stavljena van snage već 16.4.2020. Za manje od mjesec kontrole javno iznesenog mišljenja, kažnjeno je ukupno 18 osoba, ali su svi prekršajni nalozi poništeni.

Iz Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Srpske negiraju da su Odluka i Uredba pokušaji cenzurisanja medija jer, kako kažu, nije kažnjen nijedan medij već fizička lica.

Prema pravilu sloboda govora je zagantovana svim građanima ne samo novinarima.

²²<https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/policija-ne-moze-odrediti-sta-je-dezinformacija>

Reduciranje informacija

U moru informacija koje danas primamo jako teško je prepoznati odnosno razdvojiti bitne od nebitnih informacija. Zsigurno je i to jedan od razloga zašto su građani upravo zbog toga počeli čitati samo naslov i prve dvije rečenice vijesti, dok sa druge strane možemo to definisati kao i opću nezainteresovanost koja je izazvana prezasićenjem informacija iz različitih online medijskih platformi. Ono što je jako značajno spomenuti jeste informacije koje kreiraju urednici u sklopu svojih medijskih grupacija i iste te informacije plasiraju gledaocima, slušaocima i čitaocima. Postavljanje dnevnog reda predstavlja sposobnost medija da utječu na važnost tema za bosanskohercegovačko društvo koje se stavljaju u javnu raspravu. Ovaj oblik novinarstva se zove agenda setting, vrlo poznat i primjeniv oblik novinarstva u bh. medijima. Na ovaj se način indirektno utječe na formiranje mišljenja publike, jer tematiku koju postavljaju mediji, publika vrlo često, smatra važnijom i značajnijom za društvo, jer danas ljudi čitaju ono što im mediji serviraju. Svjedoci smo da nekada bitne teme prođu skoro neprimjetne jer se ne daje na velikom značaju, odnosno mediji ne izvještavaju dovoljno ili pak informaciju ne plasiraju u pravo vrijeme. Dok sa druge strane sve više možemo vidjeti da teme koje i nisu toliko značajne za bh. društvo zauzimaju mnogo prostora u bh. medijima, jer zbog određenog interesa (političkog, ekonomskog, ličnog) se stavljaju na značaj i samim tim utječu na javno mnijenje.

Jer na taj način skreće se pažnja javnosti na to o čemu bi se trebalo razmišljati.

“Važnost informacije koja je nusproizvod industrijskog društva postala najkonkurentnija roba u informacijskom društvu, utjecala je na promjenu društvenih fenomena, posebno javnog mnijenja, ili barem načina njihovog daljeg proučavanja. Novi mediji i nove informacione tehnologije multiplicirale su važnost informacije, brzinu njenog prenošenja, dostupnost svim zainteresiranim, mogućnost učestvovanja u njenom kreiranju sa različitih mjesta, pozicija, njenu veću provjerljivost, a time i vjerodostojnost” (Osmančević, 2003: 9).

Mediji generalno imaju veliki utjecaj na formiranje javnog mnijenja. Postoji jedna izreka koja kaže: ”Ako nešto mediji nisu objavili to kao da se nije ni desilo”. Zahvaljujući pojedinim prije svega online medijima u Bosni i Hercegovino otkrivene su brojne afere a neke od njih su dobile i sudski epilog i rezultirale hapšenjima i podizanjem optužnica. Društvo ima pravo na informaciju, pravo da zna o temama koje se tiču zajednice u kojoj živi. Samo dobro informisano društvo može

doprinijeti razvoju kulture, ekonomije, zdravstva, sporta, tehnologije donosno razvoju države jer jednu državu čini njen narod.

Medijsko izvještavanje o genocidu u Srebrenici

Istina o genocidu u Srebrenici i “istina” koju prikazuju mediji i vladajuća struktura u Republici Srpskoj, je potpuno različita. Smatramo da na ovom primjeru možemo vidjeti koliko zapravo mediji manipulišu a samim tim i utječu na formiranje javnog mnijenja.

Činjenica je da je u Srebrenici 1995 godine počinjen genocid, koji su počinili vojnici vojske Republike Srpske. U genocidu je ubijeno 8.372 bošnjačkih muškaraca i dječaka s područja enklave Srebrenice. Međunarodni krivični sud za bivšu Jugoslaviju Ujedinjenih nacija (MKSJ) u Hagu donio je više presuda u kojima se potvrđuje genocid u slučaju Srebrenice²³.

Mnogi mediji u Republici Srpskoj netačno, neistinito i krajnje neprofesionalno izvještavaju o genocidu koji je počinjen u Srebrenici.

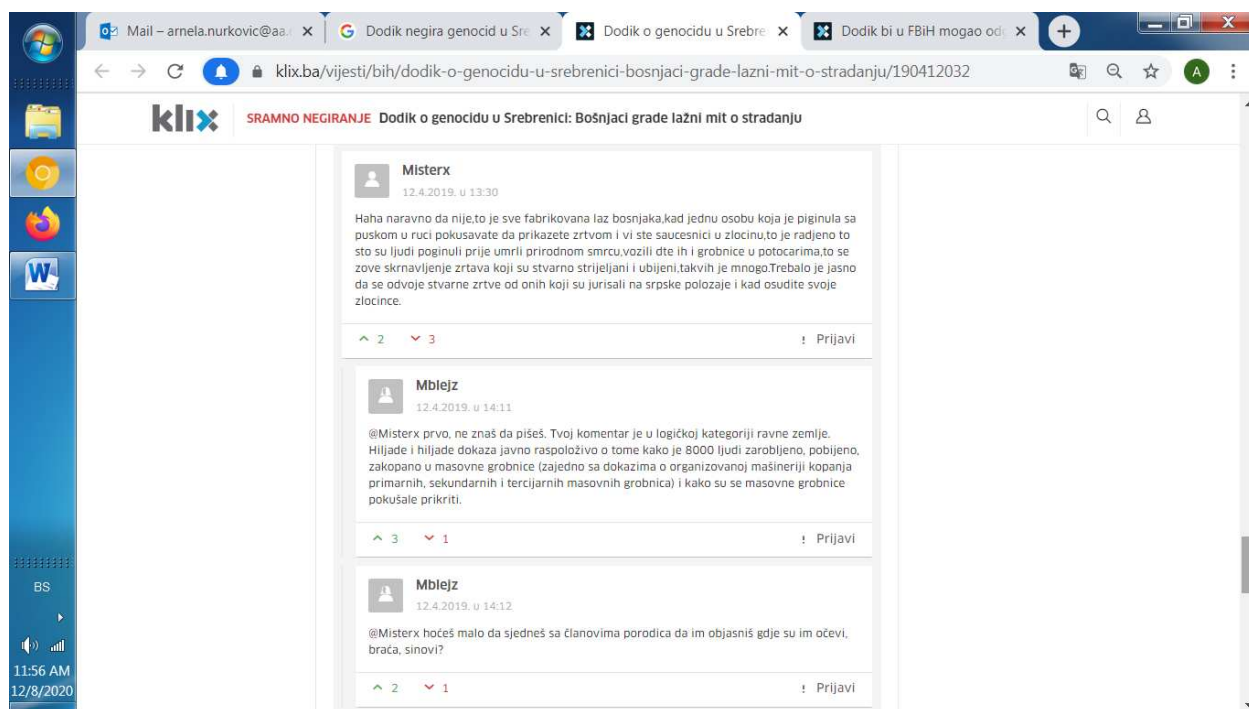


Print screen webstranice www.rtrs.tv

Za političare u Republici Srpskoj, ubijanje 8372 ljudi nije genocid već zločin, za koji kako oni navode, ne postoje dokazi. Negiranje presude Međunarodnog suda, kontinuirano povređuje porodice stradalih, vrijeđanje ljudi koji su preživjeli strahote, genocid, koji je počinjen u Julu

²³ <https://www.icty.org/bcs/case/tolimir>

1995 nad Bošnjacima u Srebrenici. Ljudi koji su preživjeli rat su živi svjedoci genocida koji se desio i niko ih ne štiti u Bosni i Hercegovni, niko ne sancioniše medije koji služe političarima kao kanali za distribuciju netačnih i neprofesionalnih vijesti. Niko ne razmišlja o novim generacijama koje pogrešno uče o historiji te da će upravo njihovo neznanje koje je utemeljno na lažnim vijestima, u budućnosti izazvati nove sukobe. Negiranje genocida je retraumatizacija preživjelih, podsjećanje na sve one strahote koje su preživljeli devedesetih godina. Pogledajmo kakav bijes i raspravu javnosti prouzrokuje objava ovakvih i sličnih vijesti.



Screenshot webstranice www.klix.ba

Iako mediji u FBiH objavljuju vijesti, bar kada je genocid u Srebrenici upitanju, činjenično tačne, velika zamjerka je što objavljuju izjave političara ili drugih javnih ličnosti koji negiraju genocid. Objavljivanje ovakvih vijesti, odnosno ustupanje medijskog prostora za objavu ovakvih vijesti je jedna vrsta zločin čija je podloga za širenje govora mržnje kako na forumima tako i na društvenim mrežama.

Međunarodni krivični sud u Hagu je donio presudu kojom se potvrđuje genocid u Srebrenici ali nažalost ne i genocid koji je izvršen i u drugim općinama u BiH kao što je u Žepi, Sokocu, Han Pijesku, Rogatici, Vlasenici, Bratuncu, Zvorniku, Višegradu i Foči. Etničko čišćenje nesrpskog

stanovništva se nažalost u nekim dijelovima BiH, kao i nekim državama u svijetu definiše kao zločin a ne kao genocide.

Na Bosnu i Hercegovinu je tokom devedesetih godina izvršena agresija, nažalost sve češće možemo čuti i pročitati izjave međunarodnih zvaničnika koji kažu da je u Bosni i Hercegovini bio građanski rat, upravo zbog toga se ponovo vraćamo na medije koji takve vijesti objavljuju u sklopu svog programskog sadržaja kao i njihov utjecaj na društvo.



Screenshot webportala www.dw.com

U decembru 2004. godine Skupština BH novinara je usvojila Kodeks časti bh. novinara. Prema kojem su donesene sljedeće odredbe:

“Pravo na informaciju²⁴, slobodu izražavanja i kritiku jedno je osnovnih prava svakoga ljudskog bića bez obzira na spol, rasu, nacionalnu pripadnost, vjeroispovijest i političko opredjeljenje. Iz tog prava javnosti da upoznaje činjenice i mišljenja proizlaze obaveza i prava novinara.

U svojem radu novinari su dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo i slobodu, uvažavati pluralizam ideja i mišljenja, pridonositi jačanju pravne države i kao demokratski dio javnosti sudjelovati u kontroli nad djelovanjem vlasti i politike.

Novinari se pridržavaju Ustava i pozitivnih zakona Bosne i Hercegovine, Statuta i akata Međunarodne federacije novinara (IFJ) kao i akata Vijeća Europe o slobodi izražavanja i informiranja i ljudskim pravima. Novinari se pridržavaju i Kodeksa za štampu i pravila i propisa Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) u BiH, te Statuta i drugih akata Udruženja/udruge BH novinari.

Novinari njeguju kulturu i etiku javne riječi i uvažavaju dostignuća i vrijednosti napredne civilizacije.

Član 19 - Novinari moraju izbjegavati objavljivanje detalja i pežorativne kvalifikacije o rasi, boji kože, vjeri, spolu ili seksualnoj orijentaciji, kao i o bilo kojoj fizičkoj ili mentalnoj manjkavosti ili bolesti ukoliko to nije relevantno za javni interes.”

Javno mnijenje je ključni faktor za razvoj demokratske društvene zajednice.

“U istraživanju javnog mnijenja koriste se oni pristupi koji mogu pružiti odgovor na izraziti politički interes, koji želi spoznati koje to društvene grupacije zastupaju određene stavove, a ne koje su to individualne karakterne osobine članova tih socijalnih grupa. Ona ispitivanja koja nastoje dovesti u vezu lični stav sa karakterom osobenošću individue, veoma su teška i delikatna, dok su ona istraživanja koja povezuju stavove sa obilježjima grupa ipak nešto lakša. Ako se želi

²⁴<https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinara/>

provjeriti stav javnog mnijenja onda to samo po sebi obuhvaća globalno društvo (cjelokupnu zajednicu različitih nivoa) i dovesti ga u vezu sa obilježjima društvenih grupa, što predstavlja ispitivanje velikog broja ljudi. Ali pošto je skoro nemoguće (iz praktičnih i materijalnih razloga) obuhvatiti čitavo stanovništvo do čijeg nam je mišljenja stalo, to se ispitivanje provodi na uzorcima date populacije. Istraživači javnog mnijenja ulažu velike napore i znanje da uzroci budu reprezentativni za određenu populaciju, čime sociodemografska obilježja po svojoj strukturi i proporcijama moraju tačno odgovarati obilježjima populacije iz koje potiče uzorak (Nuhanović, 1998: 275).”

Nedostatak zakona o radu, pravilima i kodeksima online medijima u Bosni i Hercegovini kao i netransparentnosti medijskog vlasništva ali i plasiranje neprovjerenih informacija s ciljem da budu prvi koji će objaviti vijest dovodi do toga da sve više imamo medija koji se ne pridržavaju etičkih i profesionalnih standarda.

Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini²⁵ je samoregulatorno tijelo za štampane i on-line medije koje omogućava građanima da ulažu prigovore na neprofesionalno pisanje štampe i on-line medija, slijedeći profesionalne standarde obuhvaćene u Kodeksu za štampu i online medije BiH.

Uloga Vijeća za štampu u Bosni i Hercegovini ogleda se u jačanju civilnog društva putem pružanja sredstava za zaštitu ljudskih prava građana kroz ulaganje prigovora na netačne, neprofesionalne ili nepotpuno objavljene sadržaje u štampi i on-line medijima. U skladu sa principima medijske samoregulacije, Vijeće ne može novčano kazniti, suspendovati ili zatvoriti medijske kuće. Potencijalne sporove između javnosti i štampe i on-line medija, Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini rješava koristeći se isključivo novinarskim sredstvima, kao što su: pravo na odgovor, objavljivanje ispravke, izvinjenje i demanti. Za sve ostale ozbiljne slučajeve kršenja medijskih sloboda u Bosni i Hercegovini, relevantni su Zakoni o zaštiti od klevete, implementirani u oba entiteta države Bosne i Hercegovine i Brčko Distriktu.

Online mediji trebaju više pažnje posvetiti komentarima sa neprimjerenim sadržajem.

²⁵ <https://www.vzs.ba/index.php/vijece-za-stampu/o-nama/529-arhiva/221-informacije-o-vijeju-za-tampu-u-bosni-i-hercegovini>

Webportali imaju mogućnost da u sklopu svoje stranice ili zabrane komentarisane vijesti ili da brišu komentare koji potiču na mržnju ili bilo koji oblik diskriminacije. Govor mržnje ne predstavlja slobodu govora i može biti sankcionisana u skladu sa krivičnim zakonima u BiH.

ZAKLJUČAK

Baš kao što u životu ne postoji samo jedna boja već širok spektar boja i kombinacija tako je i sa online medijima. Ne možemo ih posmatrati kroz samo jednu boju, dimenziju ili pravac. Online mediji imaju mnogo nedostataka i vrlo često su kreatori lažnih ili neprovjerenih informacija na osnovu kojih se kreira javno mnijenje. Kada pogledamo u prošlost, uzet ćemo za primjer našu državu i njenu “sudbinu” koja joj se desila 90-tih godina a traje i danas, sa sigurnost ću možemo reći da je pored nepovoljne geopolitičke pozicije Bosne i Hercegovine i manipulacije vladajućih političkih struktura da je veliku ulogu odigralo neznanje njenih građana. Opće je poznato da se najveći ratovi, najteže bitke vode upravo zbog neznanja. Lahko je čovjeku koji je svjestan svog neznanja ukazati na greške i propuste a kako osobi koja misli da sve zna pokazati i dokazati te iste greške. U ovom slučaju mediji “igraju” veliku ulogu, upravo su oni ti koji društvu pokazuju pravac prema kojem treba ići, ukazujući na greške koje su napravljene.

Društvo u Bosni i Hercegovni zbog nedostatka znanja odnosno informacija vrlo često kreira određeni stav koji je pogrešan. Frustracije prema sistemu, državi, politici, ekonomiji, sportu, kulturi, vjeri ispoljavaju putem novih medija koji su postali kanali za veću distribuciju kao i nažalost za širenje konflikata, koje izazivaju na različite načine.

S druge strane, prilikom istraživanja ove teme, imali smo priliku vidjeti i dobre strane novih medija, baš zbog toga smo napisali da internet ne treba posmatrati iz jednog ugla ili kroz jednu boju. Živimo u ekonomski nerazvijenoj državi a mogućnosti koje internet pruža su zaista velike i omogućavaju nam razvoj ekonomije, promociju turističkih destinacija, uspostavljanje online poslovnih saradnji, uspostavljanje komunikacije iz Sarajeva do New York-a bez ikakve naknade i troškova i još mnogo drugih stvari koje su zaista nevjerovatna. Kao što je organizovanje humanitarnih akcija putem online medija, istina je da ima i zloupotrebe kada su ovakve akcije upitanju ali s druge strane ima i mnogo pozitivnih priča gdje su na stotine života spašeni.

Bitno je samo kako se koriste online mediji i ko su kreatori sadržaja kojima vjerujemo.

U ovom radu smo pokazali na primjerima da online mediji vrlo često ne provjeravaju izvor i na osnovu društvenih mreža objave vijest za koju se kasnije ispostavi da je netačna. Takve vijesti prouzrokuju veliku pažnju javnosti, izazivaju bijes građana i upravo takva društvena klima ne može biti povoljna za razvoj zajednice i društva u cjelini. Kontrola u demokratskom sistemu možda je riječ koja i nije baš najadekvatnija ali zaista plasiranje netačnih, neprovjerenih informacija kao i širenje mržnje putem online medija može uzrokovati velike probleme za

društvo jer se na osnovu takvih informacija kreira javno mnijenje. Demokratija podrazumjeva vladavinu naroda, što znači pruža mogućnost pojedincu (narodu) da bira predstavnike vladajućih političkih struktura. Ne možemo demokratiju, odnosno demokratsku državu nazvati onu u kojoj vladavina prava je zasovana na širenju netačnih i lažnih vijesti. Upravo zbog takvih vijesti je potrebna kontrola ali ne i cenzura. Jasno je da postoje različiti načini upotrebe online medija, ali država Bosna i Hercegovina bi trebala donijeti zakon kojim bi se uspostavila kontrola sadržaja a koji se odnosi na širenje lažnih i neprovjerenih vijesti, jer plasiranje takvih informacija može donijeti veću štetu i društvu i državi. Društvene mreže su dio novih medija čija moć je zaista velika i slobodno možemo reći da svi mi mnogo vremena, na dnevnoj bazi, provedemo koristeći društvene mreže. Društvene aktivnosti nam se svode na virtualnu zajednicu, distanca koja se uspostavlja između fizičkog kontakta ljudi povezana je online svijetom, fizički kontakt ljudi je nekada bio nezamjenjiv oblik druženja i razvijanja društvenih zajednica danas je sve manji i kada se dešava svjedoci smo da ljudi više vremena provedu provjeravajući svoj “pametni” telefon nego razgovarajući međusobno. Kako imamo nove medije tako imamo i nove oblike socijalizacije. Jedan od osnovnih procesa socijalizacije podrazumjeva sposobnost pojedinca za razvijanje interakcije sa okolinom i prilagođavanje društvenoj sredini. Upravo zbog interakcije i prilagođavanja svi trebamo imati odgovornost prema društvu, s toga uvijek treba razmišljati kako naš stav o nečemu, koji javno podijelimo, može imati posljedice za društvo.

“Došlo je vrijeme da se javno mnijenje smatra kao moć koja u najboljem slučaju može da obuzda silu i bude u isto vrijeme stub kontrole uopće. Jer kod demokratskih naroda javnost posjeduje ogromnu moć i nameće snažnim duhovima pritiskom masu gotovih mišljenja, što oslobađa individuua da formira svoje sopstveno u nepromišljenom preuzimanju tuđih mišljenja.” (Nuhanović, 1998: 60)

Svjedoci smo da vladajuće političke strukture vrlo često manipulišu javnim mnijenjem, međutim veliku ulogu u formiranju imaju mediji, jer upravo kroz njihove vijesti se formira javno mnijenje. S toga istinito, tačno, objektivno i profesionalno izvještavanje medija će doprinijeti stvaranju “zdravog” javnog mnijenja odnosno društvene zajednice.

PRILOG

Intervju sa novinarkom webportala www.nap.ba Amrom Vrabac

Prema Vašem mišljenju koje su prednosti a koji nedostaci online medija?

AV: Prednosti online medija je u prvom redu je brzina i dostupnost informacija bilo gdje i bilo kada. No, vrlo često ta brzina utječe i na kvalitet same informacije. Istraživanja pokazuju da se prosječno čitalac zadrži oko dvije minute na portalu, tako da i sadržaj prilagođavamo čitateljima. Vijesti su kraće, jasne, konciznije. Neke klasične forme poput intervjuja i feljtona već se polako gube iz online medija barem u onom svom školskom obrascu.

Na čemu je baziran rad online medija?

AV: Rad online medija baziran je na brzini, ali i kvaliteti informacije koju plasiramo čitaocima. Baziran je na svemu što može biti izvor informacija ili dati ideju za neku informaciju. Rad u online medijima, ako govorimo o ozbiljnim informativnim portalima, bazira se na istim principima kao i rad u svakom drugom mediju (novine, televizija, radio). Da je informacija tačna i provjerena, da ima izvor te informacije, da je jasna onom ko je čita.

Koliko online mediji utječu na formiranje javnog mnijenja?

AV: Čitalačka publika online medija je raznolika. U BiH su se tačno izdiferencirale grupe portala (informativno-politički, senzacionalistički, edukativni, obrazovni) i svakako da svaki od njih može utjecati na formiranje mišljenja javnosti. Još uvijek imate veliki dio javnosti koji svakodnevno čita portale, ali mišljenje kreira ipak i uz druge medije. Možda je to i najbolji način za stvaranje mišljenja, osim vlastite spoznaje, o bilo kojoj temi ili društvenoj pojavi.

Da li imate informaciju koliko građani posjećuju Vaš webportal, na dnevnoj bazi?

AV: Svaki portal ima svoju statistiku i prati broj posjeta, broj aktivnih korisnika, broj objava na društvenim mrežama.

Šta je to što građani najviše čitaju, za koji vid vijesti su najviše zainteresovani?

AV: S obzirom da portal Novinske agencije Patria većinom plasira sadržaj političko-društveni sadržaj moram reći da su najčitanije vijesti ipak iz domena politike.

Da li je tačna informacija da se na webportalima najviše čita crna hronika?

AV: Vijesti iz crne hronike jesu neke od najčitanijih vijesti na portalima, ali to se može posmatrati iz više uglova zašto je tako.

Prema Vašem mišljenju zbog čega je tako?

AV: Jedino objašnjenje je da ljudi suosjećaju ili se na neuobičajen način poistovjećuju s tim vijestima. U našem mediju imamo pravilo da budemo posebno obazrivi kada su takve vijesti u pitanju. Da se pridržavamo etičkih normi, da ničim ne povrijedimo osjećanja žrtve ili porodice. Jedan smo od rijetkih medija koji ne objavljuje smrtovnice umrlih, ili tijela stradalih osoba.

Koja je budućnost online medija?

AV: Online mediji već su na dobrom putu da nadžive sve druge medije. Koliko će i u kojem smjeru dalje razvijati teško je sad prognozirati. Za svaki razvoj potrebno je vrijeme. Mislim da se još neki period ništa značajno neće događati s online medijima nego što imamo danas.

Obzirom da danas svako može biti novinar, dovoljno je da samo posjedujete smartphone, imate pristup da napisete, objavite sto god želite, bez ikakvih pravila ili odgovornosti za javnu objavu. Prema Vašem mišljenju, do koje granice će se razvijati online mediji?

AV: Do koje god granice da se online mediji budu razvijali ipak će im trebati čovjek da ih usmjerava. Za sada online mediji koriste nove tehnologije pa tako recimo imamo emitovanje uživo događaja kada vam zapravo novinar i ne treba u onom smislu da vam prenese informaciju jer je već sami gledate. No, to ima i svojih mana jer se na taj način gubi ono esencijalno novinarstvo. Ljudi ipak i danas vole pročitati dobar novinarski tekst, impresiju o nekom događaju i sve dok je tako novinarstvo kao profesija će živjeti i pored online tehnologije koja će se dodatno razvijati.

Koliko možemo očekivati da se društvo razvija, a znajući da danas svako ima pristup internetu i svjedoci smo da se vrlo često internet sadržaj koristi za širenje govora mržnje?

AV: Društvo u cjelini će se razvijati onoliko koliko bude spremno na promjene ili usvajanje novih obrazaca ponašanja. Govor mržnje jeste problem online medija, ali postoje mehanizmi da se taj govor spriječi pa i kazni. Nije veliki broj medija koji nasvojim platformama nema mogućnost ostavljanja komentara ili oni koji revnosno vode računa o komentarima na svojim profilima na društvenim mrežama. Mediji bi trebali biti odgovorni i u tom domenu i brisati svaki govor koji vrijeđa na bilo kojoj osnovi.

Šta je to što nam budućnost donosi kada je u pitanju razvoj društvene zajednice u BiH?

AV: Ukoliko se nastavi razvoj i pojava novih medija, a bez zakonske regulative i vlastite odgovornosti jer mediji imaju tu obavezu pored tri osnovne funkcije da informiše, edukuje i zabavi, teško je očekivati da će medijska scena u BiH doprinijeti razvoju društva. Ali, ukoliko mediji zaista postanu maloviše odgovorni, a manje senzacionalistički onda bismo mogli kreirati jednu kritičku svijest našeg društva. Ali je pitanje želi li bh. društvo da djeluje na takav način.

Obzirom na trenutnu pandemiju zbog COVID 19, odluka države je bila da se nastava jedan određeni vremenski period odvija online. Prema Vašem mišljenju da li je ovo najava onog što nam budućnost donosi da će sve poslati virtuelno?

AV: Iako se nastava već mjesecima odvija online, velike su zamjerke i roditelja i škola na ovakav oblik nastave. Djeca ne mogu do kraja ispoljiti svoj kreativni duh niti na pravi način usvojiti obimno gradivo i već sada se vide posljedice takve nastave. Ne vjerujem da će se nastava u nekom narednom periodu prebaciti na online sistem već čim se uslovi steknu učenici će se vratiti redovnoj nastavi, studenti na fakultete, radnici na svoje poslove. Ono gdje bi se mogao dobro iskoristiti segment online sistema jesu poslovni sastanci na koje se prije moralo putovati satima ili čak ići u drugu državu ili kontinent. Tako da u tom obliku online sistem je smanjio troškove, a postigao efikasnost.

Koliko mi, kao društvo, možemo napredovati, edukovati se online?

AV: Prostora za edukaciju i napredak ima ali je problem ko će nas edukovati. No, ne treba biti pesimista već ljudi bi sami trebali sebe unapređivati i nadograđivati. Jer ko zna šta nam nosi sutra, svaka dodatne vještina bit će višestruko cijenjena. Najveća prednost ljudi je mogućnost prilagođavanja novonastaloj situaciji i zato još uvijek nemamo ogromne posljedice u tom

ljudskom smislu u vrijeme koronavirusa. Ali sigurno je da nam nedostaje povratak na period prije bolesti. No ni nakon korone ništa više neće biti isto. Sigurno je da su poslodavci uvidjeli sve mogućnosti online poslovanja i vjerujem da će mnogi to i zadržati. U svakom slučaju prostora za dodatno usavršavanje ima i što čovjek ima više znanja i vještina koje može primijeniti u svakodnevnom životu poželjniji je svakom poslodavcu i korisniji društvu.

Intervju sa urednikom BHT-a Anelom Nurkovićem

Koliko se tradicionalni mediji u BiH pridržavaju osnovnih postulata novinarstva?

AN: Generalno gledano smatram da se tradicionalni mediji (televizija, radio i novine) pridržavaju osnovnih postulata novinarstva. Međutim postoje incidenti koji su nažalost sa sve većom ekspanzijom online medija, sve češći. Ono što je nekad bila provjera informacije koristeći nekoliko izvora, nepristrasnost u izvještavanju, objektivnost itd. danas je nekako zamjenila brzina plasiranja informacija. Imati veliki broj u isto vrijeme je mač sa dvije oštrice. S jedne strane imate mogućnost izbora i neko nametanje mišljenja ili nekog stava jednostavno je nemoguće. S druge strane i veliki broj medija predstavlja opasnost jer je nekad vrlo teško "običnom" gledatelju, slušatelju ili čitaocu prepoznati tzv. "fake news" ili lažne vijesti. Ono što je nekad bilo nezamislivo a to je da se prave lažne vijesti danas je u virtualnom svijetu svakodnevnica a te vijesti obično bez provjeravanja nekad preuzimaju i "tradicionalni" mediji i onda ih objavljuju. Smatram da svi oni koji su primaoci vijesti moraju da provjere ko je izvor te vijesti jer ako je izvor (medij koji je plasirao vijest) relevantan onda je vrlo moguće da je i sama vijest tačna.

Prema Vašem mišljenju, koja je razlika između tradicionalnih i online medija?

AN: Pa razlika se može ogledati u kako sam ranije rekao načinu pristupanja i obradi informacije. U online svijetu vi informaciju dobijate odmah gotovo u isto vrijeme kada se nešto događa. Tradicionalni mediji ipak (TV, radio i štampa) vijesti obrađuju na jedan drugačiji način a to je kroz emisije tipa prije svega vijesti i Dnevnika. Naravno i ovdje postoje izuzetci odnosno ukoliko je neki događaj iznimno važan sve veće medijske kući obično imaju tzv. otvorene programe ili

vanredne emisije gdje se događaj prati iz minute u minut. U našoj zemlji postoji još jedna stvar a to je da se za pojedine medije ne zna ko je vlasnik zbog čega se godinama insistira na donošenju zakona kojim bi se regulirala ova oblast. Mnogo je upravo web portala za koje se ne zna ni ko je vlasnik ni ko je urednik ili novinar. Zbog toga je gotovo nemoguće da ti mediji snose odgovornost za npr. plasiranje lažnih vijesti koje mogu da izazovu paniku. Ovo je posebno važnu u vremenu u kojem trenutno živimo a to je pandemija Kodiva 19.

Koje su prednosti, tradicionalnih medija a koje online medija?

AN: Pa činjenica je da vi prije 15 godina niste gotovo nikako imali web portale. Danas imate na stotine tih portala koje postoje u ovom “našem” virtualnom svijetu. Imate portale kojima se upravlja iz SAD-a ili Australije. S druge strane gotovo svi tradicionalni mediji prisiljeni su da se prilagođavaju novim pravilima igre tako da sve “veće” televizije ali i novine imaju svoje webportale. Suština je da vi bilo gdje na svijetu putem interneta možete pristupiti webportalu i dobiti informaciju. Ne treba zaboraviti ni činjenicu da se sve više časopisa i dnevnih novina gase svoja printana izdanja i idu online. Pa sjetimo se 2013 godine kada je ugašen časopis Lloyd’s List koji je nastao 1734. godine. Vlasnici Lloyd’s List odlučili da prestanu štampati i da se Lloyd’s List ubuduće izdaje samo u digitalnom formatu. Odluka je donesena nakon što su proveli anketu među svojim čitaocima i došli do frapantnog otkrića da samo 2% njihovih čitalaca daje prednost papirnom izdanju u odnosu na digitalno. 98% čitalaca je odgovorilo da bi radije koristilo digitalnu varijantu nego papirno izdanje.

Koja je suštinska razlika između rada, u Vašem slučaju na TV stanici i rada na nekom od webportala?

AN: Pa suštinska razlika ogleda se u tome da vi na web portalu možete dobiti sve informacije i napisati tekst a da ne izađete iz redakcije. Kao ilustracija mogu se koristiti arhivske fotografije ili neka grafička riješenja. Na televiziji je to ipak drugačije. Televizija je više “slika”. Pored toga što je bitan odabir sagovornika mora se voditi računa i kako će se prilog “pokriti”. Treba se voditi računa da slika prati ono o čemu se govori. Na televiziji koliko god da je priča dobra i zanimljiva ako nije “pokrivena” adekvatnom slikom ona nikada neće postići efekat koji je autor namjeravao imati.

Kada je upitanju gledanost TV stanica u našoj državi, da li imate informaciju koliko građani, gledaju program BHT-a?

AN: Pa informacije koje ja imam a to su podaci jedine agencije u BiH koja je ovlaštena i certifikovana za mjerenje gledanosti TV stanica govore da je Centralna informativna emisija Dnevnik 2 među 5 najgledanijih emisija u BiH. Ako govorimo o brojevima u prosjeku svaki dan samo Dnevnik 2 gleda oko 170 hiljada građana BiH. Ovo povjerenje građana je ujedno i obaveza i priznanje da ono što radimo i način na koji radimo a to je tačno, nepristrasno, objektivno i profesionalno izvještavanje i dalje treba da bude prioritet broj jedan.

Obzirom da danas živimo u vremenu gdje je brzina objavljivanja informacija postala jako bitan segment online medija. Postavlja se pitanje koliko su te iste informacije provjerene i tačne?

AN: Ako gledamo jednu široku sliku vlasnici medija ne trebaju samo da odgovaraju za ono što napišu njihovi novinari i ono što se objavi već je njihova odgovornost i za komentare koji se ostavljaju na pojedine tekstove i priče. Ti komentari u nekim slučajevima znaju biti vrlo brutalni i degutantni a za njih niko ne odgovara. Ovo je posebno problematično kada se priča odnosno tekst odnosi na osjetljive kategorije u društvu kao što su osobe sa poteškoćama u razvoju i druge ranjive grupe.

Koja je budućnost tradicionalnih medija?

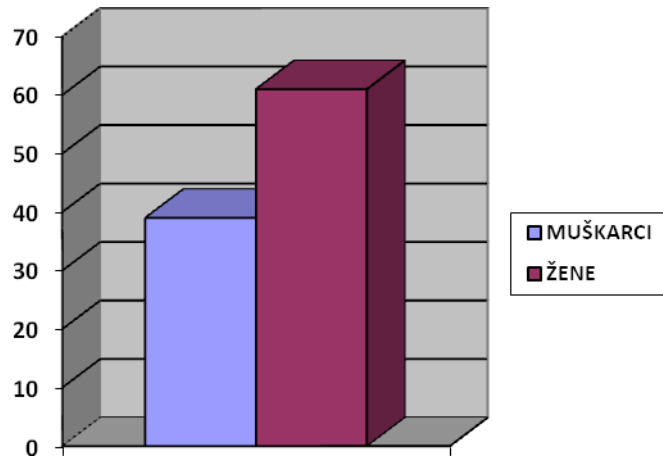
AN: Mislim da tradicionalni mediji sve više gubi primat u odnosu na online medija. Budućnost tradicionalnih medija prema mom mišljenju je vrlo neizvjesna zbog toga smatram da ti tradicionalni mediji moraju pratiti trendove kada je u pitanju način i brzina plasiranje informacija. Tradicionalni mediji uključujući i javne servise moraju više koristiti internet, društvene mreže i digitalne platforme kako bi primateljima informacija na jednom mjestu u svakom trenutku bilo gdje da se nalaze mogli pružiti pouzdan i relevantan izvor informacija.

Koliko možemo očekivati da se društvo razvija, a znajući da danas svako ima pristup internetu i svjedoci smo da se vrlo često internet sadržaj koristi za širenje govora mržnje?

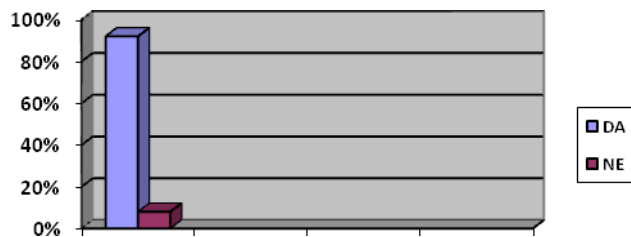
AN: Od 1. januara 2019. godine, govor mržnje moguće je prijaviti Ombudsmenu za ljudska prava BiH i od tada su ako se ne varam zaprimljeno je nekoliko žalbi pod šifrom „govor mržnje“, smatram da je ovo dobra osnova. S druge strane više puta sam tokom ovog razgovora spomenuo da je neophodno da se donese Zakon o transparentnosti medijskog vlasništva. Tek kad budemo imali ovaj zakon onda će se stvari regulirati ili barem donekle regulirati prije svega na internetu. Ovaj Zakon ima važnu ulogu i u raspodjeli tzv. marketinškog kolača i smanjuje mogućnost manipulacije i zloupotreba.

ANKETA

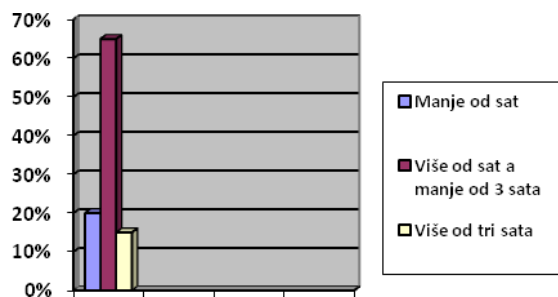
Prilikom anketiranja ispitano je stotinu građana, od toga 61 žena i 39 muškaraca. Srednje životne dobi od 25 do 55 godina. Anketiranje se ispitivalo online.



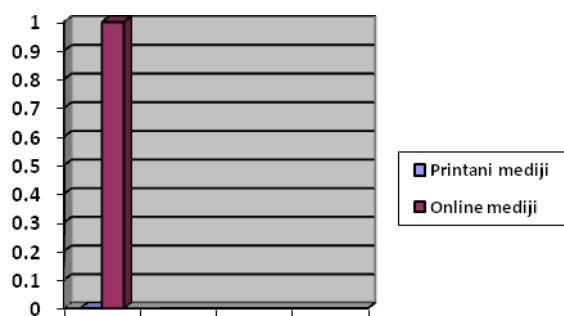
Na pitanje da li svakodnevno posjećuju webstranice 92% ispitanika je odgovorilo da posjećuju a 8% je odgovorilo da ne posjećuju. Na grafikonu to izgleda ovako:



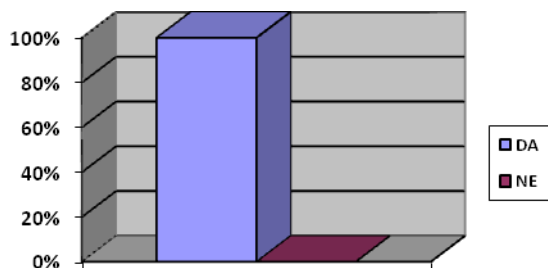
Koliko vremena dnevno provedete online na društvenim mrežama i portalima pitanje je koje smo postavili ispitanicima, 65% je odgovorilo da provede više od sat a manje od tri sata online, 20% ispitanika je odgovorilo da dnevno provede manje od sat vremena online dok je 15% građana ispitanika odgovorilo da provede više od tri sata online.



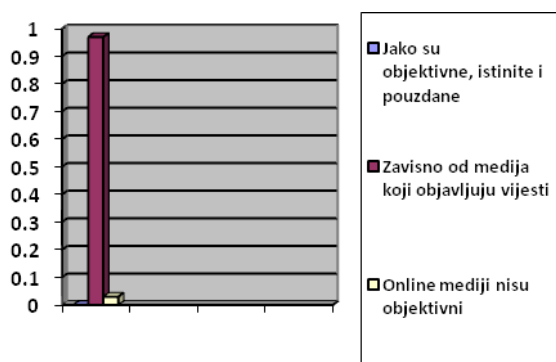
Na pitanje da li više koriste printane ili online medije, svi ispitanici su odgovorili da više koriste online medije.



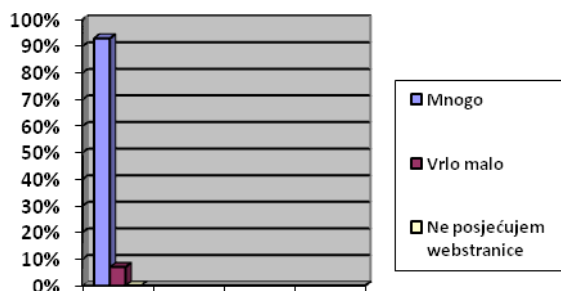
Na pitanje da li mislite da su online mediji brže sredstvo informisanja, svi ispitanici su odgovorili pozitivno.



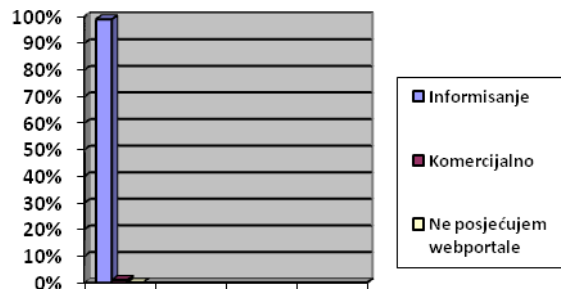
Koliko su objektivne, istinite i pouzdane informacije koje se objavljuju na webportalima, većina ispitanika je odgovorila zavisi od medija koji objavljuje vijesti čak 97% ispitanika, dok je 3% odgovorilo da online mediji nisu objektivni prilikom izvještavanja.



Na pitanje koliko online mediji utječu na formiranje javnog mnijenja, 93% je odgovorilo da mnogo utječu na formiranje javnog mnijenja dok je 7% ispitanika odgovorilo da online mediji utječu vrlo malo na formiranje mišljenja društva.



Obzirom da većina ispitanika svakodnevno posjećuje webportale, postavili smo pitanje u koju svrhu koriste online medije, 99% ispitanika je odgovorilo da im online mediji služe kao sredstvo informisanja.



Na samom kraju, ispitanicima smo postavili pitanje: „Da imate priliku, šta je to što biste promijenili kada su upitanju online mediji?” Ono što je interesantno je činjenica da oko 85% ispitanika je pozvala online medije na veću odgovornost, objektivnost kao i provjerenost informacija prije nego što se iste objave.

Popis literature:

Knjige:

1. Arežina, Vera i Termiz, Dževad (2015): Problemi istraživanja i naučnog proučavanja komunikologije, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, Sarajevo.
2. Baldwin, Lani (2012): Sectors of the Media Industry.
3. Balle, F.(1997): Moć medija/mandarin i trgovac, CLIO, Beograd.
4. Brigs, Adam i Kobli, Poli (2005): Uvod u studije medija, Clio, Beograd.
5. Bojd, E. (2002): Novinarstvo u elektronskim medijima, Clio Beograd.
6. Carr, Nicholas (2011): PLITKO - Što internet čini našem mozgu.
7. Chomsky, Noam A. (2006): Mediji, propaganda i sistem, Naklada, Zagreb.
8. Čaćinović, Nedežda (2001): Doba slike u teoriji mediologije.
9. Daniel C. Hallin and Paolo Mancini (2012): Comparing Media Systems Beyond the Western World, Cambridge University Press.
10. Duraković, Jasna (2011): Uloga odnosa s javnošću u kreaciji pozitivnog imidža države – Pozicioniranje BiH u međunarodnoj javnosti”.
11. Duraković, Jasna (2019): Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruženju.
12. Fejzić, Fahira (2008): Uvod u teoriju informacija', Promocult, Sarajevo.
13. Fejzić – Čengić, Fahira (2009): Medijska kultura u Bosni i Hercegovini.
14. Fejzić - Čengić, Fahira (2016): Nelagode s medijima, Dobra knjiga, Sarajevo.
15. Halilović, Mehmed i Džihana, Amer (2012): Medijsko pravo u BiH.
16. Habermas, Jirgen (1969): Javno mnjenje.
17. Herman Edvard, McChesney Robert (2004) Globalni mediji - Novi misionari korporativnog kapitalizma, CLIO, Beograd (atr. 17-57, 62-158).
18. Kečo – Isaković, Emina (2006) Izazovi mas – medija.
19. Keane, J. (1995): Mediji i demokratija, Filip Višnjić, Beograd.
20. Meijden, Ane van der (1993): Public Relations - Uvod u odnose sa javnošću, Prometej, Novi Sad.

21. Nuhanović, Asad (1998): Fenomen javnosti.
22. Novak, Božidar (2001): Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima, Binoza Press, Zagreb.
23. Nuhić, Muhamed (2005): Javna riječ i odgovornost, Filozofski fakultet, Tuzla.
24. Osmančević, Enes (2003): Internet, tradicionalna i virtualna javnost.
25. Prajs, S. (2011): Izučavanje medija, Clio Beograd.
26. Radojković, Miroljub i Stojković, Branimir (2008): Informaciono komunikacioni sistemi, CLIO, Beograd.
27. Šljivo - Grbo, Amila (2009): Mediji i demokracija društva (II i III) Sarajevo.
28. Šljivo - Grbo, Amila (2011): Etika javne riječi.
29. Turčilo, Lejla (2006): On-line komunikacije i off-line politika u BiH.
30. Turčilo L. (2017): (P)ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja. Vlastita naklada Sarajevo, poglavlje: „Mediji danas“.
31. Tjurou, Džozef (2013): Mediji danas I.
32. Tomić, Zoran (2008): Odnosi s javnošću - teorija i praksa, Synopsis, Zagreb-Sarajevo.
33. Tjurou, Džozef (2013): Mediji danas: uvod u masovne komunikacije II, Clio, Beograd.
34. Vočkić-Avdagić, Jelenka (2016): Medijsko oblikovanje građanina - potrošača.
35. Vočkić-Avdagić, Jelenka (2002): Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta.
36. Vreg, F., (1991): Demokratsko komuniciranje, FPN, Sarajevo, (Sistemske teorije komunikacijskih procesa: 147-194).
37. Zrinjka Peruško – Čulek, (1999): Demokracija i mediji (6), Zagreb.

Rječnik:

38. Tucaković, Šemso (2004): Leksikon mas-medija: informisanje, javnost, komuniciranje, novinarstvo, mediji, propaganda, povijest, Prosperitet, Sarajevo.

Časopisi i stručni članci:

39. Nada Torlak, Novi mediji – nova pravila i nova recepcija culture I umjetnosti: 366:367 (file:///C:/Users/26122015/Downloads/Nada_Torlak_Novi_mediji_nova_pravila_i_nova_recepcija_kulture_i_umjetnosti.pdf).

40. Sefo, Mustafa (2016): Odgovornost medija i poštivanje slobode govora u medijima kroz primjenu novinarskog ethosa, MEDIJSKI DIJALOZI - časopis za istraživanje medija i društva, Podgorica.

41. Sefo, Mustafa (2019): Regulacija rada medija i zaštita javnosti pomoću dosljedne primjene medijskog prava.

42. Sefo, Mustafa (2019): Medijski aspekt nastanka i razvoja medjukulturalne komunikacije.

Internet:

www.osce.org;

<http://ordinacija.vecernji.hr/budi-sretan/sretno-dijete/kako-gledanje-crtica-utjece-na-razvoj-djeteta/>;

<https://www.nezavisne.com/novosti/ex-yu/Burno-u-Skupstini-centar-Podgorice-pod-blokadom/575803>;

<https://www.h-alter.org/vijesti/o-rastucoj-drustvenoj-vaznosti-javnih-medija>;

<https://www.e-sfera.hr/dodatni-digitalni-sadrzaji/72525da8-6b9a-4bd9-891a-e740e77802cd/>;

<https://www.klix.ba/vijesti/bih/dodik-o-genocidu-u-srebrenici-bosnjaci-grade-lazni-mit-o-stradanju/190412032>;

<https://bhnovinari.ba/bs/kodeks-asti-bh-novinara/>;

<https://lat.rtrs.tv/vijesti/vijest.php?id=333776>;

www.dw.com;

www.medija.ba;

www.nova.rs;

www.slobodnaevropa.org;

www.ba.n1info.com;

www.raskrinkavanje.ba;

www.radiosarajevo.ba;

www.onlinepeticija.com;

www.azra.ba;

www.avaz.ba;

www.fokus.ba;

www.enciklopedija.hr;

<https://www.vzs.ba/index.php/vijece-za-stampu/o-nama/529-arhiva/221-informacije-o-vije-u-za-tampu-u-bosni-i-hercegovini>

BIOGRAFIJA

Arneta Lončar djevojački Nurković rođena je 28.03.1990. godine u Foči. Osnovnu (“Behaudin Selmanović”) i srednju školu (V Gimnaziju) završila u Sarajevu, nakon toga je upisala Fakultet političkih nauka Sarajevo, odsjek Žurnalistika/Komunikologija. Poslije završetka prvog ciklusa visokoškolskog obrazovanja stiče akademsko i stručno zvanje Bachelore Žurnalistike. Nakon završenog prvog ciklusa upisuje i master studij Komunikologije u Sarajevu.

Prvo rado (volonter) iskustvo 2009. godine na radiju Hayat, gdje se po prvi put upoznaje sa osnovama novinarstva, aktivno učestvuje u realizaciji programa i pripremi sadržaja za potrebe emisija. Nakon šest mjeseci, volonterskog rada, karijeru nastavila na servisu Infobiro, tada nova platforma medija, čiji je rad bio zasnovan na objavi video zapisa uz kratki opis vijesti. Nakon skoro dvije godine rada za ovaj servis karijeru je nastavila u produkcijskoj kući Tim System koja je proizvodila program za BHRT. Angažovana na više projekata (“Interview 20”, “Izazovi poljoprivrede” i “Ekologija”). Kroz projekat “Interview 20”, učestvovala je u realizaciji i pripremi emisija sa najvažnijim političkim liderima kako u Bosni i Hercegovini tako i regionu. Kao urednica i voditeljica emisije “Ekologika” koja se sedmično emitovala u sklopu dokumentarnog programa BHRT-a, izvještavala je o najvećim ekološkim problemima u Bosni i Hercegovini a s druge strane pisala je i o najljepšim prirodnim potencijalima naše države. Tako su gledaoci BHRT-a, imali priliku upoznati se sa turističkim potencijalima koje ima Bosna i Hercegovina. Cilj ove ekološke emisije je bio podići svijest građana o važnosti očuvanja okoliša. Budućnost generacija zavisi upravo od toga koliko danas čuvamo okolinu u kojoj živimo. Učestvovala je u realizaciji više od stotinu emisija “Ekologika”, koje su uključivale intervju sa bh. predstavnicima vlasti, predstavnicima ekoloških udruženja kao i mnogobrojne ankete koje su realizovane sa građanima.

Nakon skoro tri godine rada za privatnu produkciju Tim System, 2014. godine profesionalni angažman nastavlja u sektoru za PR & Marketing menadžent međunarodne novinske agencije Anadolija za područje Balkana gdje radi i danas. Aktivno govori engleski jezik. Udata je i majka je petogodišnje djevojčice.

IZJAVA O PLAGIJARIZMU

Kao student magistarskog studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu potpisujem izjavu da sam upoznat sa Zakonom o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo i Etičkom kodeksu Univerziteta u Sarajevu.

Ovom izjavom potvrđujem da sam magistarski rad napisao samostalno i koristeći se isključivo navedenom bibliografijom, te da ovaj rad nije korišten pri bilo kakvom drugom ocjenjivanju.

Saglasan sam da jedan primjerak mog rada bude javno dostupan preko biblioteke Fakulteta političkih nauka.

Mjesto/datum Sarajevo, 30.04.2021.

Potpis _____