



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
KOMUNIKOLOGIJA

EDUKATIVNA ULOGA RADIJSKOG PROGRAMA

-magistarski rad-

Kandidatkinja

Hrnjičić Jasna

Broj indexa: 642/II-JOU-KN

Mentor

Fejzić Čengić Fahira

Sarajevo, oktobar 2021.

Edukativna uloga radijskog programa

Hrnjičić Jasna 2021.



KOMUNIKOLOGIJA

EDUKATIVNA ULOGA RADIJSKOG PROGRAMA

-magistarski rad-

Kandidatkinja

Hrnjičić Jasna

Broj indexa: 642/II-JOU-KN

Mentor

Fejzić Čengić Fahira

Sarajevo, oktobar 2021.

SADRŽAJ

UVOD	4
1. POJAM MEDIJA	6
1.1. Informacija, medijska poruka i komunikacijski sistem	11
1.2. Medijska pismenost i pasivnost.....	19
2. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA	20
2.1. Svrha i ciljevi istraživanja	21
2.2. Osnovna i pomoćne hipoteze.....	21
2.3. Metodologija istraživanja	22
2.4. Struktura po poglavljima sa kratkim obrazloženjem.....	23
3. ETIKA NOVINARSTVA	24
3.1. Etička načela novinarske profesije	32
3.2. Uređivanje i novinarska profesija.....	36
4. RADIO KAO MASOVNI MEDIJ	38
4.1. Edukativna uloga radija.....	40
4.2. Kodeks o emitovanju radio televizijskog programa	41
4.3. Programske radijske sheme	43
4.4. Vrste radijskog programa	44
4.5. Formatirani radio.....	45
5. PROJEKAT „PET DANA BEZ EKRANA“	46
ZAKLJUČAK	123
LITERATURA	124
IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA	126

UVOD

Kada je riječ o radiju kao mediju, možemo reći da njegov razvoj kreće početkom 20. stoljeća. Tačnije sa svojim radijskim sadržajem raste i razvija se od 1906. godine pa sve do danas.

U početku razvoja, polovina tog vremena bio je uvjetovan uglavnom komercijalnim potrebama i tek je nedavno počeo dostizati svoj vrhunac. Osnovna zadaća radija kao medija bila je prenijeti informaciju u što kraćem vremenskom periodu, što je značilo mogućnost bržeg prijenosa informacija od printanih medija. Vremenom, radio postaje istovremeno informativni i zabavni medij oko kojeg se okupljaju široke narodne mase. Tokom 20. stoljeća pa sve do početka 21. stoljeća, ovaj medij se mijenjao i razvijao. Trend informisanja i zabavljanja radijskih slušatelja se zadržao do danas. Kao novi oblik medija, radio je promijenio oblike zabave i način izražavanja. Gledajući po onome što je radio prije bio, neki bi rekli da je danas marginaliziran, sa previše emitovanja reklamnog sadržaja i oglasa. Njegov smjer razvijanja strogo je diktiran od potražnje tržišta, a ne cilj da poboljša kvalitetu kulturnog i socijalnog života. Međutim, mnogi smatraju da se radio prilagodio, baš kao i ostali mediji te se razvija srazmjerno s trendovima koje prati radijska javnost. Razvoj radija nije orijentisan samo na grupu ljudi koja ga sluša, već veliki utjecaj ima njegov muzički aspekt, odnosno muzička kultura koja se razvijala i još uvijek se razvija. Nikako ne smijemo zaboraviti i dva velika rata koji su potaknuli radio da se tehnološki unapređuje. Taj konstantni napredak kroz vrijeme, doveo je do toga da se danas radio susreće sa nedostatkom plasiranja informacija pripremljenih za osjećaj “vida” tj. osjećaj slike. Ipak, savremeni čovjek se i u tom slučaju snašao, te već sada imamo priliku vidjeti radijske emisije snimljene kamerama, iako se uglavnom radi o snimcima voditelja i sagovornika koji sjede u “green room-u” tj. sobi za snimanje.

Da bismo govorili o radijskoj emisiji, gotovo je nemoguće ne dotaknuti se radija kao osnovnog alata koji nam omogućava prenošenje informacija putem bilo kakvog radijskog formata. Kada govorimo o formatima mislimo na radijske emisije, reklame na radiju, muziku, anketu i druge slične formate koji su već predstavljeni na radiju ili će tek biti predstavljeni. Radio, signal, primalac. Čovjek, govornik, slušalac. To je veza koja je usko povezana i bez toga ne može funkcionisati cjelokupni radijski sistem.

Marshall McLuhan gotovo najbitniji čovjek za teorijski razvoj medija je 1977. godine za jedan intervju rekao kako čovjek koji čita ima sposobnost razumijevanja više značenja jedne riječi, jer je prilikom čitanja prisiljen na razmišljanja o onome o čemu čita. Takva aktivnost čini čitaoca poprilično uspješnim prilikom brzog donošenja odluka ovisno o dokumentu ili ugovoru

koji čita. U skladu sa ovom činjenicom nemoguće ne zapitati se kako na nas onda utiče slušanje radija. Koje promjene potiče u nama i koliko nas čini boljima u svakodnevnim aktivnostima. Poređenja radi, između čitanja i slušanja svakako postoji razlika. Prilikom čitanja, sami određujemo tempo koji nam odgovara. Prilikom slušanja, ta privilegija nam je oduzeta, te nam takva privilegija diktira koliko vremena ćemo potrošiti razmišljajući o sadržaju koji slušamo. Još zanimljivija, pa čak i zastrašujuća, jest činjenica da radio ne emitira sadržaj prema pojedincu, već prema skupini pojedinaca koji imaju različiti ukus, zanimaciju, različitu količinu strpljenja, emociju, način percipiranja stvari i sl.

U ovom radu nastojat ću proučiti i dokazati da naš svijet polako, ili već neko vrijeme, stagnira. Prije navedeni intelektualac 20. stoljeća, Marshall McLuhan, ističe sedamdesetih godina kako djeca teško zadržavaju koncentraciju zbog brzih sadržaja koji se emituju putem televizijskog programa. (McLuhan, 1992). Taj uticaj medija koji je bio sve više skoncentrisan na marketinškim porukama na televizijskim ekranima, ima cilj sticanja pažnje gledatelja i prodaje što većeg broja marketiških proizvoda. Takav uticaj je bio slabiji na radiju, budući da informaciju upijamo tako što slušamo informacije koje nam se plasiraju. Mi, kao vizuelna i svjesna bića, sadržaj uglavnom pratimo i “upijamo” vidom odnosno gledanjem. Naš sluh, naš dodir i ostali podražaji, pomažu osjetu vida kako bi lakše došli do svih potrebnih informacija koje će činiti cjelinu u našem mozgu. Iz tog razloga McLuhan dijeli medije na tople i hladne. Radio navodi kao primjer hladnog medija i televiziju kao primjer toplog medija. Pedeset godina kasnije stvari izmiču kontroli, te razvoj medijskog sadržaja, koji je još uvijek diktiran komercijalnim potrebama, više nema prostora za svoj dalji kvalitativni, edukativni i prosocijalni razvoj.

1. POJAM MEDIJA

Mediji su sastavni dio čovjekovog života. Nemoguće je zamisliti život bez medija. Čovjek ima potrebu da bude informisan o događajima u njegovoj okolini, ali i svijetu.

Niko ne može izbjeći uticaj masovnih medija. Iako se ne kupuju novine, ne gleda televizija, ne sluša radio, kontakt sa masovnim medijima ostvaruje se preko posrednika. Neki od posrednika su reklama na ulicama, zgradama, gradskom prevozu, a najveći posrednik je naša okolina. Gledali neku utakmicu ili ne, mi ćemo znati ko je pobijedio, jer ćemo informacije dobiti od porodice, prijatelja i poznanika.

Mediji su moćno sredstvo informisanja i uticajni su u društvu i zbog toga se najčešće nazivaju sedmom silom. Sa druge strane, medije nazivaju i četvrtom vlašću, pored zakonodavne, izvršne i sudske, jer vlastodršci preko medija žele da ostvare uticaj na društvo i pojedince.

Prvi veliki masovni mediji bile su novine koje su dominirale tokom 19. stoljeća. Razvoj štampe i pismenosti, uz razvoj novinarstva, bile su sastavni dio demokratskih revolucija.

Medij nije samo nosilac poruke, nego i predstavlja konstitutivni dio sadržaja - utječe na mijenjanje svijesti. Masovni mediji, posebno televizija, kompjuter, novine, radio imaju neizmjernu ulogu u tome. Oni definišu naš život. Ako je ta njihova poruka hronično i strukturalno pogrešna, onda imamo ozbiljan problem. S druge strane ukoliko je njihova realizacija programa i informacija koje prenose tačna i svrsishodna za svakodnevni život, omogućavamo našoj populaciji da uspostavi svoj odnos i stav prema društvu koji je okružuje i nastavi kvalitetno da rješava svoje probleme. Mediji se razvijaju puno brže nego ljudski um i s jedne strane, čovjek ima problem da prati tu tehnologiju, a s druge strane, ne može bez njih jer tehnika i tehnologija čine njegov svijet udobnijim, ugodnijim i lakšim.

Mediji se mogu klasifikovati po raznim tipovima, ali postoji onih osnovnih, sedam tipova medija:

- Propagandni - državni mediji i promoviraju interese vladajućih elita
- Javni servisi - oni su u službi građana, finansiraju se od pretplate i neovisni su od bilo kakvih uticaja i pritisaka
- Reklamni - to su komercijalni ili korporativni mediji. Služe za oglašavanje i finansiraju se od reklama (FOX)

- Kulturni mediji - to su mediji koji promovišu i nameću svoje standarde i vrijednosti (MTV)
- Alternativni - to su online mediji ili portali. Cilj im je da otvore prostor za alternativna gledišta, komentare i učešće u kreiranju sadržaja
- Društveni - to su društvene mreže i u njihovom središtu je korisnik. (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat)
- Fizički - u središtu ovih medija su celebrity osobe (Happy TV)

Jedno je očigledno, kao što Loyd kaže: " Mediji su u centru našeg javnog i privatnog života. U godinama koje dolaze, napredak tehnologije obrazovanja doprinijet će u velikoj mjeri zadovoljavanje ličnih potreba onih pojedinaca koji su u povoljnom položaju da se mogu okoristiti njime. Cijeli svijet je njihov, oni su postali svijet, obogaćujući svoju publiku sjajem neprestanog interesovanja, neprekidnih novosti, nepresušne senzacije. Oni stvaraju i obnavljaju verzije svijeta u kojima živimo."

Film, knjiga, časopisi, nosači zvuka spadaju u masovne medije i temelje se na fikciji. Mediji 21. stoljeća sve više se okreću izmišljenom svijetu ili izmišljenoj stvarnosti (virtual reality). Najbolji primjer za to su reality emisije. Akteri u tim emisija su stvari, ali su događaji izmišljeni i namješteni kako bi zabavili publiku, održali pažnju i skrenuli sa stvarnih događaja. U današnje vrijeme bolje prolaze izmišljeni i fiktivni sadržaji, nego novinarski izvještaji. Izmišljena stvarnost utječe na medije i činjenice kojima se oni bave, pa se često stvari koje su stvarne prikazuju kao izmišljena stvarnost.¹

Jako je bitan i odnos medija i politike. Mediji i politika susreću se na spektaklu kao najznačajnijem obliku izražavanja savremenog društva i kulture. Spektakli se organizuju kako bi ljudi zaboravili svoju svakodnevicu i svoju energiju usmjerili na lakše programske sadržaje. „Spektakl je impresivni performans ili prikaz, sadržaja postavljenim u zabavnu formu: odnosno svaki objekat, fenomen ili događaj koji je viđen kao nešto impresivno, nesvakidašnje, neobično i ponekad uznemiravajuće.“ Kreiranjem spektakla, zavodi se javnost i zadržava pažnja na njoj. O skretanju pažnje javnosti sa bitnih na nebitne probleme, govorio je i Noam Chomsky. U svojih 10 strategija manipulacije ljudima kaže da se ljudima manipuliše tako što se pažnja javnosti preusmjerava sa važnih na nevažne probleme. Potrebno je preplaviti javnost nebitnim informacijama da ljudi ne bi razmišljali i stekli osnovna saznanja o svemu što se u svijetu dešava. Nadalje, stvaranjem problema ili metoda „problem-reagovanje-rješenje“, treba stvoriti

¹ Malović, Stjepan (2007): „Mediji i društvo“, ICEJ, Zagreb, str. 5.

problem da bi javnost reagovala na njega. Tako se preko medija prenose slike nasilja onih krajeva koje su najviše pogođene ovim problemom. Tako javnost svaki dan na raznim TV stanicama može vidjeti slike nasilja iz Sirije, Palestine, Afganistana, Iraka. Na taj način, prenošenjem ovih problema, javnost lakše podnosi stvarne probleme iz svoje okoline ili neke manje bitne probleme kao što je ekonomska kriza i sl. Chomsky kao strategiju manipulacije ljudima navodi i promjene koje se uvode postepeno. Smatra da će javnost na neku neprihvatljivu promjenu pristati ako se ona uvodi polako.

Tako se mijenja svijet, poreci u svijetu, a da javnost to i ne primijeti u velikoj mjeri. Također, kako bi javnost prije pristala na neku promjenu, bitno je, kaže Chomsky, najaviti je mnogo ranije. Javnost tako ne osjeti odjednom te promjene, već se polako navikavaju na njih. Veoma je bitno na koji način se publici saopćavaju promjene. Chomsky kaže da se upotrebom dječijeg jezika kod javnosti potiskuje kritička svijest te da tako poruka ima snažnije dejstvo. Političke odluke donose se izvan općeg javnog diskursa, ali se spektaklom od javnosti iznuđuje pristanak za njih. Medijskim spektaklom iznuđuje se i emocionalna, a ne racionalna reakcija. Zloupotreba emocija po Chomskom, klasična je tehnika manipulacije javnosti. Osjećaj krivice i neznanje još su jedni od oblika manipulacije. Ako se u čovjeku stvori osjećaj krivice, da je samo on odgovoran za svoje neuspjehe, osjećat će se nesigurno i potcjenjeno. Tada će odustati od traženja pravih uzroka svojih problema, i prihvatit će ona rješenja koja mu nameću mediji. Ljude je lako uvjeriti da je nešto u modi. Ukoliko se npr. u medijima kroz veliki broj reklama publici plasira informacija da je određeni proizvod za pranje veša najbolji, najkvalitetniji, da najbolje pere veš, publika će u to povjerovati, samo jer je to bilo na televiziji.

Također, zaglušljivanje publike je u današnje vrijeme popularno. Razne reality emisije, koje su u većini slučajeva, vulgarne i neprikladne, ubjeđuju publiku da je to ponašanje normalno i „in“. Pravljenjem i praćenjem takvih sadržaja, javnost se odmiče od nauke, kulture i pravih vrijednosti. Mediji proizvode spektakl pretjeranim pokrivanjem nekog događaja ili pravljenjem događaja važnijim nego što on i jeste. Stoga možemo reći da je moć medija velika. Oni imaju kontekst, informaciju i djeluju kao posrednici. Imaju povjerenje javnosti, dostupne informacije prije drugih. Mogu selektovati informacije prema njihovoj želji i plasirati one informacije koje žele. Bez slobodnih, nezavisnih i profesionalnih medija nije moguće razvijati demokratiju. Novinari su ti koji istražuju i ukazuju na sve probleme sa ciljem da ih isprave. Novinari su pod stalnim pritiscima svih segmenata društva. Vladajuća elita najviše vrši pritisak na novinare u strahu da ne objave njihove nezakonite poslove.

Prvi veliki masovni mediji bile su novine koje su dominirale tokom 19.st. Uspon štampe i pismenosti, uz razvoj novinarstva, bili su sastavni dio demokratske revolucije. U svim društvima, pitanje vlasnika i kontrole medija, bilo je političko. Iako su mediji do 20.st. uglavnom predstavljali lokalni i nacionalni fenomen, moderni kapitalizam se uvijek širio izvan nacionalnih okvira. Medijski sistem uvijek je bio odraz opće političke ekonomije. Tako je štampa eksplicitno bila politička, pod vladinom regulativom i cenzurom, na državnom budžetu ili su je finansirale političke partije. Razvojem kapitalizma novine su pale pod kontrolu biznisa. Komercijalni mediji su se razvijali kao mala preduzeća na konkurentnom tržištu da bi se vremenom razvile u velika preduzeća koja posluju na monopolističkim i oligopolističkim tržištima.²

Pojava telegrafa obilježila je početak doba telekomunikacije. Stoga su telegrafske međunarodne novinaske agencije bile prva značajnija forma globalnih medija. Globalne novinske agencije bile su orijentisane prema potrebama i interesima bogatih nacija koje su im obezbjeđivali prihode.

Novinske agencije su više trgovci sadržajem nego mediji, prodavajući vijesti ostalim komercijalnim medijima. Tek pojavom prvih globalnih medija krajem 21. st., uticaj novinskih agencija počeo je jenjavati.³

Glavna promjena za globalni kapitalizam koja je postala temelj za uspon globalnih medija bila je nastanak transnacionalnih korporacija. Transnacionalne korporacije su one koje imaju kapacitet u više zemalja, poslove i investicije planiraju u perspektivi više zemalja. Moderne transnacionalne korporacije razvile su se zahvaljujući konstantnom rastu korporativnih inicijativa na talasu industrijske revolucije u 19.st. Transnacionalne korporacije su tokom 20.st. postale značajnije davajući odlučujući doprinos „globalizaciji“. Rast transnacionalnih korporacijskih sistema nije bio rezultat nevidljivih sila tržišta, već su moćne transnacionalne korporacije i nacionalne vlade podsticale njihov rast. Globalni korporativni kapitalizam u velikoj mjeri je bio podržan formiranjem i rastom međunarodnih finansijskih institucija.⁴

U prvoj polovini 20.st. doprinos razvoja globalnih medija dali su film i radio. Filmska industrija je pod dominacijom velikih studija brzo izrasla u oligopolističku. Bila je prva medijska

² Bilješke sa predavanja prof. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

³ Bilješke sa predavanja prof. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

⁴ Bilješke sa predavanja prof. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

industrija u službi prvog globalnog tržišta i isključivo evropski i sjevernoamerički fenomen. Emitovanje radijskog programa imalo je međunarodni karakter, jer radio talasi ne puštaju političke granice, ali je njihovo međunarodno korištenje bilo prilično skupo zbog prijenosa signala na velike daljine. Samo emitovanje moglo je da se sprovede preko ograničenog broja frekvencija koje su, da bi zbjegle smetnje, morale da emituju program tačno u određeno vrijeme. U mnogim zemljama postojao je opći sporazum da radio ima edukativnu funkciju da bi bio prepušten komercijalnoj eksploataciji. Emitovanje radio programa je tek krajem dvadesetih godina 19. st, sa razvojem kratkih talasa postalo globalno.⁵

Širenjem komercijalne televizije u svijetu devedesetih godina 20. st, postale su očigledne promjene u globalnim medijima. Sa pojavom satelitskog i kablovskog distribuiranja programa devedesetih godina, povećan je broj kanala dostupnih u mnogim zemljama. Politički gledano, snažna težnja ka deregulaciji, privatizaciji i komercijalizaciji medija i komunikacija, otvorila je mogućnosti za globalno komercijalne emitere. Kako je politička moć komercijalnih medijskih kuća rasla, tako su mnogi javni emiteri bili na udaru.

Ukoliko bi javni emiteri izgubili publiku tako što bi imitirali komercijalne medije kako bi povećali gledanost, izgubili bi pravo na državnu subvenciju.

Kada bi izgubili subvenciju, mogli bi se samo komercijalizirati i tako postati uspješniji. Međutim, svrha javnih servisa je da budu u službi građana, da objektivno i nepristrasno informišu i objavljuju informacije. Kada bi se javni servisi komercijalizirali, samo da bi postali gledaniji, izgubili bi nepristrasnost jer bi bili pod političkim ili ekonomskim uticajem.⁶

Krajem devedesetih, sa razvojem digitalne televizije, intenziviran je trend ka globalnoj komercijalizaciji televizijske industrije i konsolidaciji svjetskog medijskog tržišta. Pojava globalne satelitske televizije, dovela je i do preuređenja globalne industrije vijesti. Reuters, AP, UPI, ATP još uvijek dominiraju svjetskim štampanim medijima, a Reuters TV i Worldwide Television New su ostale dominantne globalne TV informativne agencije. Satelitska televizija omogućila je i rad regionalnih i globalnih informativnih kanala.⁷

⁵Bilješke sa predavanja pro. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

⁶Bilješke sa predavanja pro. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

⁷Bilješke sa predavanja pro. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“.

1.1. Informacija, medijska poruka i komunikacijski sistem

Mediji su nosioci medijskih poruka i informacija koje kroz komunikacijski proces odlaze od komunikatora do recipijenta. Stoga je bitno dati osnovne definicije informacije, komunikacijskog sistema i medijske poruke. Komunikacija postoji kako postoji i svijet. Komunicirati mogu sva živa bića na zemlji. Riječ komunicirati nastaje od latinske riječi (lat. *communicare*) što znači razgovarati, dogovarati se, učiniti općim. To je priopćenje, saopćenje, predavanje. Stoga možemo reći da je komuniciranje zapravo pojava, proces, interakcija između učesnika u komunikacijskom procesu. Nauka koja se bavi izučavanjem komunikacije, komunikacijskih procesa, njihovim simboličkim tokovima, interaktivnim odnosima i prijemom, naziva se komunikologija. Komunikologija, pored toga što proučava komunikacijske procesa, bavi se i proučavanjem efekata tih procesa, uslove njihovog nastajanja, načine odvijanja kao i nužne pretpostavke za nastanak tih odnosa.⁸

S druge strane, informiranje predstavlja razmjenu informacija od komunikatora do recipijenta. Informiranje je nastalo od latinske riječi (lat. *informare*) što znači dati oblik, oblikovati, predočiti. To je obavijest, obavještenje, podatak o nečemu. Svaki komunicirani signal predstavlja poruku, informaciju, elementarni red koji odgovara sređenom kodu, razumljivoj i komunikabilnoj šifri. Najčešći sadržaj procesa komuniciranja uz posredovanje masovnih medija, je profesionalno enkodirana novinarska informacija, simbolička poruka koja podrazumijeva tačno utvrđen način oblikovanja informiranja i povratne informacije ili *feed backa*, sadržanom u činu dekodiranja poruke koju obavlja recipijent.⁹

U procesu informiranja važna je ta informacija koja se prenosi od komunikatora do recipijenta. Informacija je uvijek komunikabilna struktura pretežno izražena jezičkim materijalom. Međutim, informacija može biti iskazana i nejezičkim materijalom. Informacija je tako uputa, obavijest, saopćenje odnosno novosti koje nam pružaju mediji, ali i vijesti koje nam prenose telegrafija i telefonija.

Teorija informacija, kao temeljna nauka koja se bavi informacijama, istražuje zakone i norme enkodiranja i dekodiranja profesionalnih novinarskih informacija, zakone i norme informiranja,

⁸ Fejzić-Čengić, Fahira (2008): „*Uvod u teoriju informacija*“, Promocult, Sarajevo, str. 13.

⁹ Fejzić-Čengić, Fahira (2008): „*Uvod u teoriju informacija*“, Promocult, Sarajevo, str. 15.

zakone i sadržaje novinarske informacije, masovne komunikacije kao i zakone i etiku javnog masmedijskog komuniciranja.¹⁰

Velika je razlika između pojmova komuniciranje i informiranje. Iako ih mnogi izjednačavaju i koriste kao sinonime, razlike su brojne. Osnovnu razliku predstavlja to što je komuniciranje interaktivan proces. To je komunikacija subjekata komunikacijskog čina gdje subjekti međusobno razmjenjuju sadržaje, poruke, informacije, dok informiranje predstavlja jednosmjernan proces, tok relacija pri čemu nekoga o nečemu informacijom ili informacijama obaveštavamo ne očekujući feed back.¹¹

O informacijama i teoriji informacija govorio je i Jurgen Habermas. On je razvio ovu teoriju. Predmet njegovog interesa je savremeno društvo koje se temelji na nauci, odnosno, na tehničko-tehnološkom procesu. Centralno mjesto zauzima njegova teorija komunikacijske kompetencije gdje se analiziraju društveni procesi i traga za univerzalnim uvjetima komunikacije. Riječ je o značaju društvene komunikacije i njegova teorija akcentira da je taj proces primaran za razumijevanje i sporazumijevanje. Antagonistički procesi, koji se odvijaju u društvu, trebaju biti prevladani i usmjereni na postizanje sporazuma. U tom cilju, Habermas analizira i izlaže univerzalne zahtjeve komunikacije, tj. etičke norme. Tako se njegova filozofija doima kao moralna filozofija, a teorija komunikativne kompetencije kao etička teorija. Habermasovo učenje postalo je posebno aktuelno kada je riječ o etici novinarstva. Postvke Habermasove teorije su slobodno, društveno komuniciranje. Centralno mjesto zauzima govorni akt. Založio se za to da svi sudionici u komunikaciji gramatički smisljeno iznose svoje stavove u uvjetima koji su slobodni od uticaja. On se založio za ravnopravnost u komunikacijskom procesu za sve učesnike u komunikaciji. Za Habermasa, društveno komuniciranje je temelj društvenog razvoja, a ta komunikacija mora se zasnivati na kompetentnosti sudionika u komunikaciji. Habermas komunikativno djelovanje smatra temeljnom determinantom društvenog razvoja. On nje pošao od zahtjeva da se društvo oslobodi od uticaja i založio se za slobodno komuniciranje. Za Habermasa, socijalno djelovanje, ključni je pojam i razlikuje komunikaciju od svrsishodnog i racionalnog djelovanja i komunikativnog djelovanja. Za njega, komunikativno djelovanje je simbolički posredovana interakcija usmjerena na postizanje sporazuma na bazi važećih normi. Komunikacijsko djelovanje vezano je za ideologiju, a to znači da je u društvenoj ovisnosti i pod

¹⁰ Fejzić-Čengiđ, Fahira (2008): „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 25.

¹¹ Fejzić-Čengiđ, Fahira (2008): „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 26.

političkom vlašću. Uvjetima oslobođenog komuniciranja moguć je razgovor u kojem se ispoljava sposobnost kompetentnost govornika da iznosi svoje stavove.

Na taj način, Habermas polazi od sposobnosti i kompetentnosti komunikatora i svim sudionicima u komunikaciji postavlja univerzalne zahtjeve za važenjem. Zahtjevi za valjanost i važenjem su opća pravila komuniciranja i svi sudionici u komunikaciji trebaju da poštuju ta pravila kako bi se komunikacija mogla odvijati. Tako Habermas daje četiri zahtjeva za valjanost komunikacije:

- Zahtjev za razumljivošću – ovaj zahtjev obavezuje sve učesnike u komunikaciji da njihov govor bude gramatički smislen kako bi i drugi razumjeli
- Zahtjev za istinošću – ovaj zahtjev obavezuje učesnike u komunikaciji da ono što govore odgovara realnosti
- Zahtjev za iskrenošću – ovaj zahtjev upozorava učesnike da svoje namjere predoči istinito i da budu iskreni da bi ih drugi prihvatili
- Zahtjev za ispravnošću – sadržaj komunikacije treba da dogovara postojećim društvenim, ali i individualnim vrijednostima

Da bi zahtjevi za valjanost postali idealni Habermas uvodi diskurs, kao širi oblik svakodnevne jezičke komunikacije. Diskurs je moguć s pretpostavkom idealne govorne situacije koja je oslobođena uticaja. U toj situaciji, svim sudionicima je omogućeno da ravnopravno iznesu svoje stavove. Habermas se zalaže, za snagu argumenta, besprisutnu prisilu i na ovaj način postiže se sporazum koji zadovoljava uvjete racionalne motiviranosti na sadržaj neke izjave. Jednake šanse i racionalna motivacija su uvjeti po kojima Habermas razumije proces konstituiranja demokratske javnosti. Mogu se stvoriti i određene poteškoće, da su građani ograničeni obrazovanjem, sposobnosti za dijalog, dostupnost informacija. Zbog toga su potrebni novinari koji raspravu i diskusiju u procesu odlučivanja trebaju učiniti dostupnim javnosti i tako će se osigurati učešće građana i dobiti njihovo mišljenje o bitnim pitanjima. Za Habermasa, komunikacija postaje društveno naučna kategorija, a to znači povećanje značaja ili uloge komunikacije u društvu, a sa druge strane porast potrebe za komunikacijom koju proizvode mas mediji. Habermas se zalaže i za to da mas medije koristimo u cilju sporazuma među ljudima čime se osiguravaju uvjeti za stvaranje subjektivnog društva.

Možemo reći da je razvoj tehnologije transformisao karakter informacija i komunikacija. Informacijama se oduvijek manipuliralo u različite svrhe – „od radiotelevizije do telefona“. Mediji i komunikacione tehnologije bile su odvojene i njima se upravljalo sljedeći njihove

sopstvene političke i ekonomske aranžmane. Informacije su procesuirane i skladištene na različite načine i na različitim mjestima. Svjedoci smo konvergencije telekomunikacija, kompjuterskih tehnologija i medija koje objedinjava i integriše digitalna tehnologija. Na ovaj način veliki broj informacija se pohranjuje, prenosi, prikuplja i koristi, a sve u svrhu povezivanja kuće, radnog mjesta u globalnu informacionu mrežu.

Pristalice tehnološkog determinizma smatraju da su tehnološke inovacije važne u oblikovanju promjena u društvu. Smatraju da su te tehnološke inovacije autonomne od političkih i ekonomskih procesa. Bill Gates i Marschall McLuhan, pristalice tehnološkog determinizma, vjeruju da moć tehnologije može dovesti u pitanje predrasude i nejednakosti. Pored njih, medijski mogul, Rupert Mardok, smatra tehnologije veoma moćnim.¹² On je kazao da nove tehnologije oslobađaju ljude od nekada moćnih medijskih barona, jer u vrijeme digitalne tehnologije svako može pokrenuti mediji ili dobiti sve što poželi po cijeni samo jednog telefonskog poziva.¹³ Nove tehnologije povećavaju interaktivnost i olakšavaju dvosmjernu komunikaciju za razliku od jednosmjerne u tradicionalnim medijima.

Zbog toga skoro svaki mediji ima i web portal putem kojeg konzumenti informacija mogu učestvovati u komunikaciji, kreiranju sadržaja, kritikovati i hvaliti rad medija. Novi mediji omogućavaju recipijentima da se čuje njihov glas i mišljenje i otvara se novi prostor za komunikaciju u kojoj ljudi mogu da otkrivaju, razmjenjuju, komentarišu zajedničke interese i razgovaraju o mogućim rješenjima.

Međutim, iako nove tehnologije omogućavaju dvosmjernu komunikaciju, jednosmjerna komunikacija nije ugrožena. Mnogi ljudi i dalje više vole da dobiju informacije koje su drugi pripremili i servirali, nego da sami traže i selektuju ogroman broj informacija.

Nove tehnologije, prije svega Internet, omogućava ljudima širom svijeta da u svakom trenutku budu informisani o svim dešavanjima u njihov okolini, ali i u svijetu. Međutim, prezasićenost informacija i nije dobro jer se postavlja pitanje koliko su informacije koje nam se svakodnevno serviraju ustvari tačne, istinite i provjerene.

Još jedna problem velike količine informacija je ustvari taj što publika u moru informacija ne može dokučiti koje su to informacije bitne i kakav je njihov kvalitet. Tako Rasel Nojman, smatra da nove tehnologije ne transformišu ljude u pažljivije, opreznije i aktivnije tražioce

¹² Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.60.

¹³Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.65.

informacija. Ta prezasićenost informacijama može povećati mogućnost manipulacije, jer je publici dobro da neko umjesto njih donosi uredničke odluke. Isto tako, novi mediji omogućavaju „spin doktorima“ da specifične poruke prenose specifičnim grupama, kako bi zaobišli novinare i omogućili političarima da se direktno obrate ciljnoj skupini ljudi. Također, novi mediji, omogućili su PR stručnjacima, da putem njih, vrše manipulaciju. Stoga se može reći da novi mediji i nove tehnologije nisu u potpunosti ispunili očekivanja u stvaranju nove demokratije, aktivnog građanstva i stvaranje kvalitetnijeg novinarstva. Može se reći da nove tehnologije ne stvaraju promjenu, već samo daju nove mogućnosti. Stvar je samo u načinu i svrhi njihovog konzumiranja.¹⁴

Da bi informacija, putem medija, došla do recipijenta, potrebno je da je novinar pronade, oblikuje, provjeri i na kraju prezentuje javnosti. Stoga su novinari najvažnija karika u procesu informiranja javnosti, jer u moru informacija koje svakodnevno primamo iz naše okoline, oni su ti koji javnosti prenose najvažnije informacije. Novinari imaju ulogu posrednika između informacija i korisnika te tumača informacija.

Novinar i dopisnik Radija Slobodna Evropa, Dragan Štavljanin, u svojoj knjizi „Balkanizacija interneta i smrt novinarstva“ ističe da se savremeno novinarstvo suočava sa mnogobrojnim izazovima, među kojima su intelektualni i strukturalni. Strukturalna pitanja svode se na pitanje nadmoći i kontrole. Pojedini teoretičari se zalažu na pristup koji je usmjeren na „komunikatora“ naglašavajući pozadinu, kontekst, iskustvo, vjerovanje, vrijednosti i profesionalnu rutinu novinara kao objašnjenje kako mediji funkcionišu i šta proizvode. Drugi polaze od načina na koji mediji organizuju svoj rad, uloge i rutine ustanovljene u redakcijama dok neki smatraju da spoljašni faktori, a ne novinari kao pojedinci ili medijske organizacije oblikuju medijsku proizvodnju i sadržaj.¹⁵

One najvažnije informacije koje nam novinari tj. prenteriji daju su vijesti. Vijest se smatra temeljnim novinarskim žanrom, osnovni profesionalni novinarski proizvod. Vijest je monološkog karaktera jer nema saučesnika, pa tako nema ni dijaloga.

Svaki složeniji ili širi novinarski žanr, mora polaziti od vijesti. Temeljna odrednica vijesti je njen izvor. Bez izvora nema ni vijesti.

¹⁴Štavljanin, Dragan (2013); „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.70.

¹⁵Štavljanin, Dragan (2013); „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.74.

Vijest upozorava na nešto, o nečemu, o nekome, gdje, kako i zašto se nešto desilo. Vijest je ustvari skup informativnih činjenica i podataka izraženih jezičkim ili verbalnim simbolima, među kojima postoji tačno određeni odnosi koji su dati u nekom određenom poretku, podstredstvom kojih se saopćava neka novost. Po strukturalnoj klasifikaciji vijesti postoje tri vrste vijesti: osnovni tip vijesti, razvijeni tip vijesti i vijesti u nizu. Kod osnovnog tipa vijesti, informativni podaci i činjenice kao informativni materijal dat je neposredno i informativno i u njegovom središtu je novost. Kod razvijene vrste vijesti dat je osnovni informativni materijal i novost, ali ostavlja prostor i za redundantni sloj među porukama. Kod vijesti u nizu, riječ je o tzv. razvijenoj vrsti vijesti, ali to nije jednokratna vijest, već ova vrsta vijesti prati događaje u nizu, događaje koji traju u određenim vremenskom okviru u određenim vremenskim intervalima.¹⁶ Smatra se da je najbolja ona vijest koja ima oblik tzv. piramide. Na samom vrhu se nalazi osnovna vijest ili lid koja treba da odgovore na osnovnih 5+2 pitanja: ko, šta, gdje, kako, kada i zašto; potom slijedi tijelo vijesti tj. detalji o samom događaju te na kraju zaključak vijesti. Vijest mora biti istinita, tačna, objektivna, treba sadržavati informativni i redundantni sloj. Jezik vijesti je čist, jednojezičan, razumljiv svim recipijentima. Za uspješnost vijesti potrebna su četiri elementa, a to su aktuelnost, blizina, privlačnost događaja i važnost vijesti.¹⁷

Vijest kao najrasprostranjenija novinarska forma polazi od specifičnih formule: konvencija informativnih priča, njihovo redanje, narativna struktura te sama interpretacija vijesti. Vijesti nisu samo izvještavanja o svijetu u kojem živimo, već vrijednosno viđenje koje u sebi nosi dominantnu pretpostavku i ideje o društvu u okviru koga je i nastalo. Maršal Salinska kazao je da događaj nije samo ono što se dešava u svijetu; on je odnos između izvjenih dešavanja i postojećeg simboličkog sistema. Po nekim teoretičarima, novinari stvaraju vijest, a ne pronalaze je tj. doživljavaju vijest „kao prozor u svijet“. Vijesti nisu samo novinarski produkt već i sredstvo angažmana u političkom procesu. Postoji stav da više vijesti „zgrabe“ nas nego što mi „zgrabimo“ vijesti. Danas svako ko ima pristup modernim tehnologijama ima mogućnost plasirati vijesti, tako da novinari više nisu jedini kreatori vijesti.¹⁸

Mada novinari predstavljaju vijesti kao objektivno, nepristrasno tumačenje stvarnosti, one se umjesto toga mogu shvatiti i kao nastojanje da obezbijede ideološku konstrukciju i pokriće konkurentskih tvrdnji o istinskom predstavljanju stvarnosti.

¹⁶ Fejzić-Čengić, Fahira (2008): „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 25

¹⁷ Fejzić-Čengić, Fahira (2008): „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 25

¹⁸ Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.76.

Najpoznatija definicija vijesti je Mekdugalova. Po njemu, vijest podrazumjeva: pravovremenost, bliskost, značaj, konsekventnost i zanimljivost. Da bi se vijest objavila, treba da ispuni određene standarde koji podrazumijevaju relevantnost i zanimljivost.¹⁹ Međutim, u nastojanju medija da što brže reaguju i objave najnovije informacije, često se gubi kontekst i razumijevanje, a time se rizikuje i kredibilnost medija. Ovim pristupom, sve je izraženija pojava „trash“ novinarstva. Vijest nikad ne može biti u potpunosti objektivna, ali može biti zasnovana na činjenicama. Sve više, novinarstvo postaje banalno i senzacionalističko. Banalno novinarstvo favorizuje jednu opciju kao sveopći pogled na svijet. U medijima, umjesto da se azilanti prikažu kao ljudi koji bježe od prijetnja, oni se često prikazuju kao prijetnja državi u koju dolaze. Tako Hana Arent kaže da banalnost nije benigna.²⁰ Stoga, ako ne možemo da vjerujemo medijskim izvještajima, kako onda da vjerujemo onima na koji se ti izvještaji odnose. Sve je izraženiji senzacionalizam u medijima u kome dominira celebrity kultura, a vijesti se svode na glasine na najnižoj formi, stvara izvrnutu sliku o svijetu i vijesti su sve više u funkciji zabave. Sve veći broj medija, prije svega TV kanala, više vode fragmentaciji, a ne integraciji društva, što je prvobitna namjera.

Da bi se spriječili negativni trendovi medija, Ganas smatra da vijesti treba da sadrže više elemenata koji bi pomogli aktivnijoj ulozi građana. Tako, po njemu, vijesti treba da zainteresuju građane i ispunjavaju njihove potrebe. Više ljudi je okrenuto na lokalne nego na globalne vijesti.²¹

Zato novinari treba da lokalizuju svoje izvještaje na lokalne posljedice međunarodnih događaja i procesa. Mišljenje građana je rijetko predstavljeno, a tradicionalne vijesti su usmjerene ka političkim zvaničnicima i javnim ličnostima. Iz tog razloga, potrebna je veća aktivnost i učešće građana. Pored standardnih 5 pitanja koja svaka vijest treba da ima, trebalo bi se dodati i ono „zašto“. Na taj način bi građani lakše shvatili društvene procese te bi se ojačala i kontrola medija.

¹⁹ Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.78.

²⁰ Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.80.

²¹ Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.82.

Vijesti treba da iskazuju sve moguće aspekte nekog fenomena. Potrebno je osigurati prostor vijestima za napredstavljena gledišta tj. onim dijelovima svijeta, ljudi, fenomena o kojima mediji rijetko ili skoro nikako ne izvještavaju.

Jačanjem društvenih medija, pojavljuje se tzv. „građansko novinarstvo“. Fokus više nije na publici i konzumentima, već korisnicima i producentima. „Građansko novinarstvo“ ukida relaciju pošiljalac-primalac kao što je slučaj u tradicionalnim medijima.

Dok klasični mediji koriste novinare kao „čuvari prolaza“ u procesu selekcije i prezentiranja vijesti, u „građanskom novinarstvu“, novinar je „čuvar“ procesa. Uloga novinara je tada da traga za glasovima u zajednici i ohrabruje učešće. Urednička uloga je da pazi na čitljivost i istinitost teksta i informacija kako ne bi došlo do pravnih problema, kao što je kleveta.²²

Građani od konzumenata informacija, u slučaju tradicionalnih medija, postaju, istovremeno, njihovi kreatori na društvenim mrežama. Fokusiraju se na one informacije koje mediji nisu objavili iz političkih ili ekonomskih razloga. Danas, sa razvojem tehnologija, raznih aplikacija i smartphona, svi ljudi širom svijeta mogu zabilježiti važne događaje prije medija te putem društvenih mreža, objaviti te sadržaje koji će u kratkom vremenskom periodu pogledati milijardu korisnika. Tako se po društvenim mrežama i portalima najčešće mogu naći snimci vršnjačkog nasilja, prirodnih nepogoda, saobraćajnih nesreća. U toku poplava koje su pogodile Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Hrvatsku, stanovnici tih država svakodnevno postavljali snimke poplavljenih gradova, naselja, srušenih kuća, klizišta.

I dok neki društvene mreže i websitove koriste samo za samopromociju i distribuciju svojih podataka, mnogi dozvoljavaju posjetiocima da utiču na pokrivanje vijesti i ohrabruju ljude da iskažu svoje stavove, mišljenja putem komentara ili onlajn poruka.

Svi učesnici „građanskog novinarstva“ su na neki način eksperti jer se zajednički problemi odražavaju na njihov svakodnevni život. Cilj „građanskog novinarstva“ je korištenje vijesti za oživljavanje demokratije kao krajnjeg cilja, ali istovremeno i oživljavanje važnosti vijesti u svakodnevnom životu građana. Uloga medija je da poveže građane, oživi javni život i olakšaju građanski aktivizam. Kako ističe Raškof, ljudi postaju nova vrsta stručnjaka koji su u stanju da se uključe i uhvate u koštac sa vladom i strukturama moći na potpuno novi način.²³

²² Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.85.

²³ Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.89.

Međutim, „građansko novinarstvo“ se suočava sa zanatskim i suštinskim ograničenjima. Sve je popularnije komentarisanje priča na sajtovima tradicionalnih medija, slanje klipova, fotografija, nego suštinski doprinos mainstream medijima ili nezavisni čin novinarstva. Zbog toga se i mediji sve manje oslanjaju na više izvora informacija, što može ugroziti tačnost i istinitost informacija i kredibilitet medija. Sve se više mediji okreću brzini protoka, kvantiteta informacija na uštrb kvaliteta i provjere informacija.

1.2. Medijska pismenost i pasivnost

Medijska pismenost može pomoći pri donošenju važnih životnih izbora i odluka, posebno o zdravlju i ponašanju. Medijski pismeni mladi ljudi mogu kontrolisati utjecaje medijskih poruka umjesto da dopuste da te poruke kontrolišu njih, a razlozi su brojni.

Medijske poruke utiču na razmišljanje i aktivnosti. Svi konzumenti medija su pod uticajem reklama, vijesti, filmova, muzike i drugih oblika medija. Upravo iz tog razloga mediji su tako snažna kulturna sila, a medijska industrija toliko moćan biznis.

Efekti medija su prikriveni. Malo ljudi vjeruje svemu što vidi i čuje u medijima, niko ne ide odmah kupiti reklamirani proizvod, igranje nasilne video igrice neće osobu odmah pretvoriti u ubojicu. Efekti medija su prikriveni, ali s obzirom na frekventnost poruka, vrlo značajni.

Efekti medija su kompleksni. Medijske poruke direktno utiču na pojedince, ali utiču i na porodice i prijatelje, na zajednice i društvo uopće, tako da može se reći da su neki efekti medija indirektni.

Mediji koriste „jezik uvjeravanja“. Sve medijske poruke pokušavaju slušatelja/gledatelja uvjeriti u nešto. Vijesti, dokumentarni filmovi i knjige „zasnovane na istinitim pričama“ tvrde da prenose istinu. Oglašivači pokušavaju prodati proizvod. Romani i tv-drame izgledaju realistično, a svi oni, da bi postigli svoj cilj, koriste određene tehnike (udvaranje publici, ponavljanje, strah ili humor), koje možemo nazvati „jezikom uvjeravanja“.

Mediji konstruišu svijet fantazije. Iako je mašta uglavnom zabavna i ugodna, ona može biti i štetna. Filmovi, tv-programi i muzika ponekad navode ljude da rade stvari koje su neprihvatljive, pa čak i opasne. Osim toga, oglašivači formiraju svijet fantazije u kojem se svi problemi rješavaju kupovinom određenog proizvoda (konzumerizam).

Medijska pismenost pomaže ljudima da prepoznaju maštu i da je konstruktivno integriraju u realni svijet. Medijske poruke odražavaju vrijednosti i stanovišta svojih kreatora. Svako ima svoje stanovište. Vlastita vrijednosti i mišljenje utiču izbor pojedinca, riječi, zvukove i slike koje koristi pri komuniciranju putem medija. A to vrijedi i za sve kreatore medijskih poruka. Medijske poruke mogu biti dekodirane. Na taj način može se doći do zaključka ko je kreirao poruku i zašto. Mogu se identificirati tehnike uvjeravanja koje su korištene i prepoznati na koji način kreatori poruke žele utjecati na slušatelje/gledatelje. Medijski pismene osobe aktivni su medijski potrošači. Mnogi mediji, poput televizije, žele stvoriti pasivne potrošače. Medijska pismenost pomaže ljudima da konzumiraju medije, a da pritom zadrže kritičku sposobnost kako bi mogli procijeniti izvore, željene ciljeve, tehnike uvjeravanja i dublja značenja.

U vrijeme lažnih vijesti, youtubera i influencera medijska je pismenost važna za djecu i njihove roditelje. Godine 2014. UNICEF i Agencija za elektroničke medije (AEM) proveli su istraživanje o navikama gledanja televizije među djecom i mladima. Roditelji su odgovarali na pitanja o navikama 1561 djeteta. Kada su rezultati istraživanja uspoređeni s podacima o gledanosti, pojavile su se zanimljive proturječnosti: Roditelji su procijenili da većina djece, njih 56%, pred televizorom dnevno provodi jedan do tri sata. Podaci o gledanosti pokazali su da djeca pred ekranom provode u prosjeku tri sata. Oko pola tog vremena djeca su pred televizorom bez nadzora odrasle osobe. Uz poruku „Birajmo što gledamo” Agencija za elektroničke medije i UNICEF pokrenuli su nacionalnu kampanju za podizanje svijesti o medijskoj pismenosti. Cilj kampanje bio je podići razinu svijesti o važnosti medijskog opismenjavanja roditelja i djece, te o važnosti odabira medijskih sadržaja za djecu.²⁴

2. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA

U ovom radu će biti predstavljena kratka historija radija, te način na koji on djeluje na publiku. Predstavit će se trenutni položaj medija, njegovo poređenje sa drugim medijima i koliko smo zaslijepljeni virtualnom stvarnošću. Najlakše je objasniti problematiku ovog istraživanja pomoću najjednostavnijih primjera koja možemo vidjeti u našem svakodnevnom životu. Nalazimo se u društvu koje putem medija svakodnevno nudi veliki broj informacija koja nam diktiruje naš život. Mediji nam prenose informacije o svim sferama života, polazeći od političkih novosti pa do modnih trendova, zdrave ishrane i sl. Na osnovu svega navedenog

²⁴ UNICEF (2018), <https://www.unicef.org/croatia/medijska-pismenost>, pristupljeno 15.9.2021.

moje problemsko pitanje će glasiti: Na koji način digitalni medij mijenja okolinu i koji je vremenski rok za prihvaćanje istog?

U skladu sa definisanim problemskim pitanjem definisan je i predmet istraživanja ovog rada: Potrebno je istražiti da li društvo predstavlja “poslušno stado” po pitanju medija, da li mediji prenose tačne informacije, da li smo lako prihvatili virtualnu stvarnost, te da li možemo funkcionisati bez medija.

2.1. Svrha i ciljevi istraživanja

U skladu sa problemskim pitanjem i predmetom istraživanja, određeni su ciljevi i svrha istraživanja. Očekivanja u istraživanju ovog problema jesu ta da se dođe do informacija koje će pomoći da se stvori jasnija slika o edukativnoj ulozi radijskog programa. Primarni cilj ovog istraživanja je da se na temelju rezultata istraživanja dođe do podataka o tome koliko ljudi provode vremena uz medij i na koji način to utječe na njih. Kako bi se došlo do rješenja problema istraživanja i ostvarila ciljeve istraživanja potrebno je dati odgovore na sljedeća pitanja:

- Koja je to uloga radijskog programa kao medija u čovjekovom životu?
- Mediji su postali sastavni dio čovjekove svakodnevnice i djetetova odrastanja, pa se postavlja pitanje da li radijski program ima poticajni ili štetni učinak na živote ljudi?
- Kako se karakterišu mediji sa stajališta odgoja i obrazovanja?

2.2. Osnovna i pomoćne hipoteze

Iz ciljeva istraživanja proizilazi glavna hipoteza koja glasi:

- *H1: Sa stajališta odgoja i obrazovanja za medije, koji podrazumijevaju i radijski program, se može reći da su nositelji, odnosno posrednici informacija u odgojno-obrazovnom domenu, samim time utiču na formiranje stavova, vrijednosti i ponašanja, kako odraslih, tako i djece.*

Pored glavne hipoteze definisane su i hipoteze koje prate glavnu hipotezu i njih ima više:

- H1.1: Gledajući sa historijskog aspekta, radio emisije su imale mnogo veći edukativni karakter u prošlosti, nego što je to slučaj u 21. vijeku, jer se od radija isključivo očekuje da bude „pokretna muzička kutija“ i zabavi slušatelje.

- H1.2: Primarni uticaj na edukaciju, odgoj i obrazovanje imaju roditelji, nastavnici i edukatori, a sekundarni uticaj imaju mediji i tehnologija.
- H1.3: Radijski program ima veći pozitivan uticaj na slušatelje radija.

Hipoteze će biti potvrđene ili odbačene analizom rezultata dobijenih u anketi i na osnovu analiziranih informacija koje ću prikupiti analizom sadržaja.

2.3. Metodologija istraživanja

Rad će se sastojati od dvije osnovne cjeline, a to je teorijski i empirijski dio. U teorijskom dijelu rada fokus će biti na pojašnjenju pojma i medija, kao i radija i njegovog programa. Pored toga govorit će se o etici novinarstva kao i o radiju kao masovnom mediju. U ovom dijelu rada primjenjivat će se metoda analize, sinteze i indukcije. Kao izvor podataka za završni rad će se koristiti knjige, stručni časopisi, naučni radovi i neizostavan internet izvori. Što se tiče empirijskog dijela istraživanja biće sprovedena anketa, gdje bi se došlo do podataka o percepciji uloge radijskog programa. Uzorkom će biti obuhvaćeno lokalno stanovništvo. Odabran je prosudbeni uzorak, s tim da se vodi računa da uzorak bude reprezentant populacije, odnosno da odgovara problemu istraživanja. Neka pitanja u anketi će biti pitanja zatvorenog tipa, gdje je ispitanicima data mogućnost izbora jednog ponuđenog odgovora. Kod pitanja zatvorenog tipa koristit će se i Likertova skala u okviru koje je kao odgovor na pitanje moguće odabrati jedan od pet različitih odgovora. Biće zastupljena i pitanja otvorenog tipa kako bi ispitanici slobodno izrazili svoje gledište.

Za prikupljanje i obradu podataka, kao i za donošenje zaključka koristit će se i sljedeće metode:

- Metodom dokazivanja će se utvrditi da li su postavljene hipoteze u radu prihvaćene ili ne.
- Metodom analize sadržaja će se prikupiti, obraditi i prezentirati literatura koja je potrebna za ovaj istraživački rad. Radom na prikupljenoj literaturi dobit će se sekundarni podaci i na taj način stvoriti teorijski okvir ovog rada.
- Tokom istraživanja koristit će se metoda komparacije u dijelovima gdje je potrebno napraviti poređenje između dvije regije, u okviru koje ćemo se bazirati na ključne razlike između njih.
- Induktivna metoda će omogućiti da se na temelju analize činjenica i konkretnih slučajeva dođe do zaključka o problemu istraživanja.

- Deduktivna metoda će omogućiti da se na temelju analize općih sudova dobiju zaključci koji su potrebni za istraživanje.
- Prilikom definisanja osnovnih pojmova vezanih za problem istraživanja koristi će se metoda deskripcije, odnosno opisivanja.

2.4. Struktura po poglavljima sa kratkim obrazloženjem

1. Uvod- ovo poglavlje rada sadrži obrazloženje same teme rada i uvođenje u problematiku završnog rada. U ovom poglavlju predstaviti će se teorijsko-metodološki dio završnog rada. Navodi se problemsko pitanje, svrha i ciljevi istraživanja. Navode se metode koje će se koristiti u radu i naravno glavna hipoteza, te sporedne hipoteze.

2. Pojam medija-u ovom poglavlju bit će opisan pojam i definicija medija, informacija, medijska poruka i komunikacijski sistem te bit će predstavljeno potpoglavlje sa temom medijske pisemnosti i pasivnosti.

3. Etika novinarstva- kao i što sam naziv govori u trećem poglavlju bit će riječi o etici i novinarstvu te o samoj etici u novinarstvu koja je danas jako bitna.

4. Radio kao masovni medij- u ovom poglavlju teme koje će biti obrađene su sljedeće: edukativna uloga radija, kodeks o emitovanju radio televizijskog program, programske radijske sheme, vrste radijskog programa, formatirani radio. U ovom poglavlju bazirat ćemo se isključivo na radio, kao jedan od medija.

5. Projekat- u ovom poglavlju predstavljen je empirijski dio rada. Koji se sastoji od analize rezultata empirijskog istraživanja, opisa metodoloških postupaka, uzorka i interpretacije rezultata.

6. Rezultati istraživanja- u ovom dijelu bit će predstavljeni rezultati provedenog istraživanja.

7. Zaključak- na kraju sljedi zaključni sud o problemskom pitanju na osnovu analize sadržaja i rezultata provedenog empirijskog istraživanja.

3. ETIKA NOVINARSTVA

Razvojem tehnologije, razvijaju se i mediji, a sa njima i novinari. Mediji su posrednici između društva i države, izvori su informacija i konstruktori javnosti. U današnje vrijeme, kada je informacija roba kao i svaka druga, važno je da mediji prvi dođu do nje. Informacijama se trguje i mediji razmjenjuju informacije u zavisnosti od medijskih potreba. Razlog za to je veća gledanost ili slušanost medija, a krajnji cilj je profit. U svoj toj razmjeni informacija, bitno je, prije svega, provjeriti istinitost, tačnost, objektivnost informacija. Obaveza medija je da informišu istinito, ali u demokratskom društvu, u čijem su središtu privatni interesi koji utiču na rad medija i novinara i opredjeljuje njihovo djelovanje, dolazi do razlika u proklamovanju pravnih i etičkih normi i standarda i stvarnog ponašanja medija i novinara.

Sloboda medija je jedno od najvažnijih pitanja u novinarstvu i važno je za poštivanje pravnih i etičkih načela profesionalnih standarda²⁵. Slobodnog društva nema u apsolutnom smislu. Sloboda je ostvareno pravo pojedinca vezano za tip ili karakter određenog društva. Sloboda je neograničena ljudska egzistencija i postoji samo kao ideal. Funkcioniše na pravima i pravilima i razvija se do slobode medija kako bi se građani istinito informisali. Sloboda medija i sloboda novinara locirana je između građanstva i izvora informacija pri čemu taj odnos treba gledati na odnos između vlasti i novinara tj. odnos publika-medij-izvor i određenu granicu slobode medija.²⁶ Sloboda društva je uvjet slobode medija, a sloboda medija uvjet profesionalnog novinarstva. Profesionalizam i etičnost bliski su pojmovi. Stepenn slobode medija je pokazatelj stepena slobode društva. Zahtjev za slobodu medija nameće se kao *condicio sine qua non* slobodi društva.

Direktor programa i vijesti N1 televizije, Amir Zukić, kaže da je medijska sloboda utopija, te da apsolutna sloboda ne postoji. Smatra da je ona ograničena nekim vlasnikom, nekim upravnim odborom, nekom strukturom koja stoji iznad urednika i novinara te da je na njimada se izbore za što veći stepen slobode. „Glavna kočnica te slobode su vlasničke strukture, što se tiče komercijalnih medija. A što se tiče javnih medija, tu je nekoliko faktora koja ih čini ovisnim, mislim da je tu loša menadžerska struktura u javnim servisima, odsustvo znanja o modernim tv procesima i pritisci koji dolaze od politike koja pokušava na sve načine da postavi svoje ljude na rukovodeće pozicije, pa se onda u praksi dešava da zapravo da na određenj

²⁵ Svjetski dan slobode medija obilježava se svake godine 3. maja od 1993. godine. Proglasila ga je Glavna skupština Ujedinjenih naroda. Cilj obilježavanja tog dana, jest podizanje svijesti o važnosti medijskih sloboda i njenih temeljnih načela.

²⁶ Bilješke sa predavanja prof. Amile Šljivo Grbo, predmet „Etika javne riječi“.

televiziji možete vidjeti samo određene ljude iz samo određenih političkih opcija, dok drugima nije dozvoljen taj pristup ili ako je dozvoljen, dozvoljen je tek reda radi da bi se demonstriralo da ta kuća nije toliko ovisna“ - pojašnjava Zukić.

U Bosni i Hercegovini, iako načelno sloboda medija postoji, prema rezultatima svjetskih relevantnih kuća koje prate stepen slobode medija, kao zemlja nije dobro pozicionirana i sveje u lošijoj poziciji. Prema posljednjim istraživanjima, Bosna i Hercegovina spada u kategoriju djelimično slobodnih zemalja, što znači da je u krizi identiteta gdje su mediji razapeti između vlasti i javnosti koja nije kritička, već djeluje kao masa i djeluje na emocionalnoj osnovi. U takvom ambijentu, mediji se ne mogu osamostaliti u odnosu na politiku, jer su mediji u Bosni i Hercegovini suočeni sa brojnim direktnim ili indirektnim pritiscima. Kao primjer je upad policije u redakciju portala Klix.ba nakon što je ovaj portal objavio audio snimak premijerke Republike Srpske, Željke Cvijanović, o tzv. aferi „Papak“. Ovo predstavlja direktan pritisak na medije i gušenje slobode govora, kao jedno od osnovnih ljudskih prava.

Da bi bolje shvatili slobodu medija, trebamo razlikovati slobodu javnih i komercijalnih servisa. Komercijalni mediji su uvjetovani ekonomskom ovisnošću, novinari u komercijalnim medijima moraju da žive od nečega, a to su reklame. Često se dešava da neki jak oglašivač preko direktra tj. vlasnika određenog komercijalnog medija utječe na to da se ne objavi informacija koja bi naštetila ugledu tog jakog oglašivača i samim tim, taj medij više nije neovisan. Također se dešava da političke stranke koje upravljaju javnim preduzećima, koje su također jaki oglašivači utječu na to da se informacije o određenoj stranci, ako su negativne, ne objave ucjenjujući na neki način, vlasnike komercijalnih medija da ukoliko se to objavi da će reklama neke velike javne kompanije biti povučena itd. Glavni problemi slobode medija, kako kaže Zukić, predstavlja tehnološka zastarjelost, loš menadžment i nepoznavanja modernih tv procesa.

Nakon građanskih revolucija na scenu stupa jedno od temeljnih prava slobode građana, kao pretpostavka demokratije, a to je slobodna izražavanja. Sloboda izražavanja je moderna tekovina koja je nakon zabrane stupila na scenu i sa sobom donijela građaninu pravo da zna i da bude informisan. Uz pravo i slobodu izražavanja za koje se vodi borba u 19. i 20. stoljeću razvijaju se uvjeti za slobodu izražavanja i tzv. slobodu ispoljavanja političkih ideja s jedne i njeno širenje sa druge strane.

Uvjet za slobodu izražavanja su mediji, kojima se osigurava pravo građanina da bude informisan, a javnosti pravo da zna. U 20. stoljeću došlo je do eksplozije medija.

Mediji su postali sila oko koje se oformila aktivnost novih oblika vlasti kako bi se osigurala sloboda izražavanja i sloboda medija. Također, razvila se potreba za regulacijom i samoregulacijom.

Na taj način sloboda medija zadobija svoj pravni i etički izraz kojim se osigurava sloboda izražavanja. Oko medija se formira političko pravna i ekonomska aktivnost kako bi se osigurala sloboda izražavanja i sloboda medija.

O slobodi medija možemo govoriti samo pod pretpostavkom ambijenta države. Osnovna karakteristika države je vladavina prava. Problem ostvarivanja slobode izražavanja i prava na tu slobodu nalazi se između vlasti-medija-građanina. Vlast i mediji su u interesnom odnosu. Mediji nisu oslobođeni uticaja država, već je taj uticaj zamjenjen uticajem političkih elita. Država ne vrši uticaj na medije jer nije dovoljno jaka, ali s druge strane, političke elite su dovoljno jake da u saradnji sa ekonomskim elitama i medijskim vlasnicima vrše pritisak na novinare. Direktni pritisci elita na medije i novinare zamjenjeni su ostvarivanjem internih veza sa medijima tj. vlasnicima s kojim elite zajednički definiraju politiku i strategiju medija.

U Bosni i Hercegovini, politika najviše utiče na javni servis. Sistem javnog emitiranja u BiH sačinjavaju sljedeći javni emiteri:

- Javni radio-televizijski servis Bosne i Hercegovine kao javna radio-televizija BiH;
- Radio-televizija Federacije Bosne i Hercegovine kao javna radio-televizija F BiH;
- Radio-televizija Republike Srpske kao javna radio-televizija RS.

„Osnovni zadatak javnih emitera jeste da, kroz plasman raznovrsnih i vjerodostojnih informacija, istinito informiraju javnost, da podstiču demokratske procese, da osiguraju odgovarajuću zastupljenost informativnog kulturno-umjetničkog, obrazovnog, dječijeg, sportskog i zabavnog programa, kao i da programi najvišeg kvaliteta budu dostupni javnosti u Bosni i Hercegovini.“ (Član 5, Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine²⁷)

Pojam javne radio-televizije temelji se na nekoliko osnovnih načela definiranih u vrijeme kad se smatralo kako su mediji uvijek u službi općeg, javnog interesa, puno prije multiplikacije kanala i doba specijalizacije. Ta načela vrijede i danas, ali tijela državnih vlasti nadležna za

²⁷Dostupno na: <http://www.bhrt.ba/lat/default.wbsp?p=51>, pristupljeno 24.5.2016.

radio i TV difuziju moraju ih ponovno tumačiti i oživotvoriti u svijetu sve veće medijske podijeljenosti. Tri osnovne odlike Javnog RTV servisa je da se obraća javnosti, javnost ga finansira i pod kontrolom je javnosti.

Osnovna načela su: univerzalnost, raznovrsnost, neovisnost, a u vrijeme kad javni mediji djeluju paralelno s komercijalnim medijima, tim načelima treba dodati i četvrto: prepoznatljivost²⁸.

1) Univerzalnost

Usluge javnih medija moraju biti dostupne svim građanima bez obzira na njihov društveni i ekonomski status. To je duboko egalitaristički i demokratski cilj kojim se svim građanima osigurava jednak status, bez obzira na društveni položaj i prihode. On također prisiljava javni elektronski medij da se obraća cjelokupnom stanovništvu i da teži što većoj gledanosti/slušnosti.

To ne znači da javni medij u svakom trenutku mora težiti najvećoj mogućoj stvarnoj gledanosti, kao npr. komercijalni mediji, već da mora nastojati omogućiti dostupnost svog programa cjelokupnom stanovništvu. Pri tome nije riječ samo o tehničkim mogućnostima prijema, već i o nastojanju da svatko bude u stanju razumjeti i pratiti program. Programi javnih medija ne smiju biti samo demokratski, već moraju biti i "popularni". Zbog doprinosa koji imaju u razvoju kulture javni se mediji ne smiju pretvoriti u "geta" koje posjećuje uvijek ista grupa upućenih.

2) Raznolikost

Ponuda medija u službi javnog interesa mora biti raznolika, i to na tri načina:

- zastupati sve programske žanrove,
- ispoštovati ovaj princip kada je u pitanju publika kojoj se obraća,
- ispoštovati ovaj princip i o temama koje se obrađuju.

Javno radijsko i televizijsko emitiranje mora odražavati raznolikost društvenih interesa kroz ponudu raznih vrsta programa, od vijesti do zabavnih sadržaja. Raznolikost i univerzalnost usklađuju se na način da se programima koji se, npr. ponekad nude mlađoj populaciji, ponekad starijoj ili nekim drugim društvenim grupama, zadovoljavaju interesi svih.

²⁸ Thompson Mark, Price E. Monroe (2002): „*FORGING PEACE: Intervention, Human Rights and the Management of Media Space*“ Indiana University Press.

3) Neovisnost

Javni elektronski mediji mjesto su slobodnog izražavanja ideja i slobodnog protoka informacija, stavova i kritika. Ovo je moguće samo uz održavanje njihove neovisnosti tj. slobode u odnosu na pritiske tržišta ili političkih uticaja.

Naime, kad bi javni mediji bili doživljavani kao puka transmisija informacija iz izvora državnih vlasti, izgubili bi povjerenje javnosti.

Isto tako, ako je program javnog medija određen pretežito komercijalnim interesima, javnost se može zapitati zašto se od nje traži sudjelovanje u financiranju medija čije se emisije ne razlikuju bitno od onih privatnih stanica. Zato mediji javnih emitera za razliku od komercijalnih medija moraju biti prepoznatljivi.

4) Prepoznatljivost

Načelo prepoznatljivosti podrazumijeva razlikovanje programa koje nudi javni elektronički medij. Gledatelji bi trebali biti u mogućnost razlikovati i prepoznati javne televizije po kvaliteti i posebnim značajkama njihovih programa. Ovo načelo trebalo bi potaknuti javne medije na stalno uvođenje novina, pžaljivo biranje programskih termina, uvođenje novih oblika izražavanja i stalnu težnju za diktiranjem tempa na audiovizualnom traistu i zadržavanjem prednosti pred ostalim radijskim i televizijskim mrežama.

Osnovna funkcija javnih emitera jeste da su u službi građana i da objektivno, nepristrasno obavještavaju javnost. Međutim, stalna previranja na bosanskohercegovačkoj političkoj sceni odrazila su se i na rad javnih emitera. Svjedoci smo da se politika i njeni akteri sve više miješaju u rad javnih emitera i uređivanje njihovog sadržaja. Kakava država takvi i mediji, podjeljeni, pod stalnim političkim uticajima, podložni različitim vrstama pritisaka, skloni autocenzuri.

Najpoznatiji primjer miješanja politike u rad i uređivanje programa javnih emitera, jeste slučaj uređivanje dnevnika FTV-a. Naime, Zlatko Lagumdžija, lider SDP-a BiH i tada ministar vanjskih poslova BiH, nakon završene press konferencije SDP-a (27.02.2012) prišao je novinaru FTV, Darjanu Babiću, te mu dao smjernice kako treba izgledati prilog o novinskoj konferenciji SDP-a u Dnevniku FTV-a tu večer. Novinar je poslušao lidera SDP-a i u Dnevniku emitovao tačno ono što mu je i rečeno. Ovaj slučaj nam govori da javni emiteri ne obavljaju svoju funkciju i nisu u službi građana već u službi politike i političkih aktera.

Najbolji primjer uticaja političkih elita vidljiv je tokom izborne kampanje. Iako u Zakonu stoji da javni RTV servis treba svim političkim strankama i kandidatima omogućiti jednake uslove za prezentaciju političkog programa, to ipak nije slučaj i javni emiteri na neki način favorizuju one političke stranke pod čijom su kontrolom.

Što se tiče komercijalnih medija, ali i kod dobrog dijela javnih medija je ekonomska vrsta pritiska, da se sazna bitna informacija koja se tiče neke jake kompanije, a ne smije da je objavi zato što je ta kompanija oglašivač u tom mediju.

Direktor programa i vijesti N1 televizije, Amir Zukić kaže da se u nekoliko situacija desilo da su novinari saznali veoma važne informacije koje su se ticale političkih i ekonomskih moćnika. Prijetenje su dobivali od posrednika ili advokata. Tako Zukić ističe primjer slučaja Fahrudina Radončića i izvještajima koje je dopisnica N1 televizije iz Prištine slala u vezi sa suđenjem Naseru Keljmenđiju. „Na prvi izvještaj sa ročišta koja je javna stvar, dakle dopušteno je novinarima da ga prate, reagirali su advokati gospodina Radončića i poslali nam opomenu pred tužbu i mi smo to smatrali prijetnjom, odnosno pokušajem reketiranja N1 da prestane izvještavati o tom procesu i naravno naša reakcija je bila apsolutno suprotna onome što su očekivali advokati Radončića.“ Međutim, kako ističe Zukić, novinari su nastavili izvještavati o tom slučaju.

O pritiscima, a posebno političkim na novinare, govorio je i direktor programa i vijesti Al Jazeera balkanas, Goran Milić. On ističe da je princip uprave Al Jazeera Balkans da kada se novinaru prijeti on to mora prijaviti, kako bi ga uprava zaštitila. Redakcije obično žele izbjeći sukobe sa političarima i žele da imaju što više dobrih kontakata sa političarima, kako bi političari gostovali i išli sa informacijama preko nekog medija. Međutim, kako ističe Milić, ako je neka vijest vijest, ona se mora objaviti.

„Mi ne kažemo ovaj političar nije dobar, mi pustimo druge da to kaže i političar može biti na to ljut i može dogovoriti i s te strane novinari Al Jazeera Balkans su objektivni.“

Možemo reći da je medijska prostor Bosni i Hercegovini podjeljen je po regionalnom, ali i etničkom principu. Kada publika masovnih medija u Bosni i Hercegovini djeluje kao politička javnost, ona je usmjerena na domaće i regionalne medije, a kada djeluje kao potrošačka skupina željna razonode, usmjerena je na globalne medije.

Politički uticaj domaćih i regionalnih medija prisutan je u značajnoj mjeri u Bosni i Hercegovini, dok je politički učinak globalnih medija indirektan i ogleda se u skretanju pažnje javnosti sa informativnih na zabavni sadržaj.

Sloboda izražavanja predstavlja dio korpusa tradicionalnih političkih i građanskih prava posebno utvrđenih i uobličenih tokom građanskih revolucija krajem 18. stoljeća. Posljednjih decenija individualno ljudsko pravo na slobodu izražavanja prošireno je i tzv. „društveno-kolektivnim pravom građana da budu informisani“ kao i „pravom javnosti da zna“. Ona je u međunarodnim dokumentima o ljudskim pravima i ustavima demokratskih zemalja kodifikovano ne samo kao pravo građana da šire različite ideje i informacije, nego i njihovo pravo da ih primaju i traže. Pravo da se traže primaju i koriste informacije i ideje je svakako jedinstvena među drugim slobodama. Slobodni mediji, tamo gde postoje, moćno su sredstvo za ostvarivanje ljudskih prava i na međunarodnom planu.

Stoga u članu 19. Univerzalne deklaracije o pravima čoveka, sloboda mišljenja i izražavanja utvrđena na sljedeći način: „Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; ovo pravo uključuje slobodu da posjeduje mišljenje bez tuđeg uplitanja i da traži, prima i šalje informacije i ideje posredstvom bilo kojeg medija i bez obzira na granice“. Također i u članu 13. Američke konvencije o ljudskim pravima utvrđeno je: „Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja. Sloboda izražavanja ne smije biti ograničeno indirektnim metodama ili značenjima, kao na primjer, zloupotrebom javne i privatne kontrole kroz štampu, radio frekvencije ili opreme koja se koristi za širenje informacija, ili bilo koji drugi način sa namjerom da se spriječi komunikacija i širenje ideja i mišljenja“. I član 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima garantuje slobodu izražavanja na sljedeći način: „Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu posjedovanja ličnog mišljenja, primanja i saopštavanja informacija i ideja bez mješanja javne vlasti i bez obzira na granice“.

U drugoj polovini 20. stoljeća, iz slobode izražavanja postepeno dolazi do izdvajanja dvije nove slobode: sloboda javnog informisanja i sloboda pristupa informacijama.

U savremenim uslovima, sloboda javnog informisanja, kao pravo koje se izvodi iz slobode izražavanja, obuhvata pravo na istinitu, blagovremnu i objektivnu informaciju, kao i pravo da se javno kritikuju i traže objašnjenja u odnosu na konkretne postupke i akte vlasti i drugih javnih subjekata.

U svojoj evoluciji od prava na slobodu misli, preko prava javnog iznošenja ličnog mišljenja do prava da se bude obavješten i slobode izražavanja, sloboda javnog informisanja postaje sastavni dio brojnih međunarodnih pravnih instrumenata, kao i odgovarajućih unutrašnjih pravnih režima pojedinih zemalja.

Druga sloboda, koje se tradicionalnog izvodi iz slobode izražavanja, nastaje krajem 60-tih godina XX stoljeća, kada su SAD, 1966. godine prve zakonom uredile slobodu pristupa informacijama, nakon čega je, tokom posljednjih tridesetak godina, sloboda pristupa informacijama priznata u mnogim nacionalnim zakonodavstvima širom svijeta.²⁹

U pojedinim zemljama, sloboda pristupa informacijama postala je vremenom ustavom zajamčeno pravo i sloboda čoveka i građana. Tako je i sloboda pristupa informacijama u posjedu javnih organa, danas široko prepoznata kao izvedeno ljudsko pravo.³⁰

Sloboda pristupa informacijama najčešće se određuje kao pravo svakoga da od nosioca vlasti, odnosno javnih ovlaštenja, traži i dobije relevantne informacije od javnog interesa kako bi se na djelotvoran način omogućio uvid u rad i postupanje onih subjekata kojima su građani na slobodnim i demokratskim izborima poklonili povjerenje da u njihovo ime i za njihov račun vrše funkciju vlasti, i, u vezi s tim, da upravljaju drugim javnim poslovima.³¹ To je pravu svakoga da se obavjesti o podacima kojima raspolažu javni organi kao i drugi subjekti kojima je povjereno vršenje javnih ovlaštenja.

Proces samoregulacije medija, ima veliki značaj i za pravnu regulaciju medija. Proces samoregulacije podrazumjeva dobrovoljno podvrgavanje novinara etičkim pravilima novinarske profesije. Samoregulacija u bilo kojoj profesiji ili društvenoj oblasti pretpostavlja da društvenu (etičku) normu razvijaju i sprovode oni čija se ponašanja tim normama i uređuju, a radi poboljšanja pružanja usluga potrošačima, potraživačima ili, kao u slučaju medija, cjelokupnom društvu. Ona zahtjeva postavljanje standarda i saglasnosti sa standardima pojedinaca i institucija na koje će se oni odnositi, kao i razvijanje postupaka i mehanizama kojima će se ta pravila sprovoditi.³²

²⁹Milenković, Dejan (2010): „Ljudska i manjinska prava, sloboda izražavanja i uloga medija u uslovima sukoba i napetosti“, Niš, str. 43.

³⁰Milenković, Dejan (2010): „Ljudska i manjinska prava, sloboda izražavanja i uloga medija u uslovima sukoba i napetosti“, Niš, str. 43 .

³¹Milenković, Dejan (2010): „Ljudska i manjinska prava, sloboda izražavanja i uloga medija u uslovima sukoba i napetosti“, Niš, str. 44.

³²Milenković, Dejan (2010): „Ljudska i manjinska prava, sloboda izražavanja i uloga medija u uslovima sukoba i napetosti“, Niš, str. 44

Etičke norme jesu oblik društvene norme koje nisu pravne norme. Jer, pravna norma jeste obavezno pravilo o ponašanju ljudi u društvu garantovane državnim autoritetom, što nije slučaj sa etičkom normom, koja je garantovana prije svega snagom društva, određene društvene grupe, ili snagom određene društvene profesije.

Samoregulacija zavisi najviše od uzajamnog razumijevanja i saglasnosti aktera, o etičkim načelima ponašanja i sistemima vrijednosti svoje profesije. Bitne stvari koje treba razmotriti u stvaranju koncepta i razvoju sistema samoregulacije su: ko se smatra odgovornim, kome se smatra odgovornim, koja je svrha te odgovornosti i kako i sa kakvim ishodom se to želi izvesti. Pitanje ishoda samoregulacije zadire u samu suštinu pitanja svrhe i uloge koju bi novinarstvo u demokratskom društvu trebalo da ima.

Prva dužnost novinara je da pruža tačne, nezavisne i pravovremene informacije na osnovu kojih se mogu praviti izbori i donositi odluke. Da bi ispunili ulogu »javnog čuvara« mediji moraju održavati poverenje javnosti. To zahtjeva najviše etičke standarde. Stvaranje djelotvornog sistema samoregulacije koji bi pomogao razvoju ovih standarda i ocjena njihove implementacije jačanju vezu između medija i javnog mnjenja.

Bitno je napomenuti, da je etički standard/norma po pravilu daleko »šire« postavljen nego što je to slučaj sa pravnom normom. Često se dešava da etički standardi novinarske profesije utvrđeni Novinarskim kodeksom, istovremeno, posredno ili neposredno jesu i pravni standardi koji su kao takvi utvrđeni i pravnom normom. Ali širina etičke norme i njena »fleksibilnost«, svakako značajno utiče i na pitanje »odgovornosti«.

Jer, ono što u jednom slučaju može da bude označeno kao povreda pravne norme od strane Suda u oblasti javnog informisanja, ne mora nužno da znači i povredu na sličan način formulisanog etičkog standarda. S druge strane, po pravilu, kršenje etičke norme istovremeno predstavlja i kršenje pravne norme, pa i pravne odgovornosti novinara. Zato je poštovnije pravila samoregulacije odnosno etičkih standarda veoma važno.

3.1. Etička načela novinarske profesije

Etika je važna za novinarsku profesiju. Etika se fokusira na čovjeka čije je činjenje slobodno i usklađeno s najvišim dobrom. Za ličnost novinara zanima nas etičko gledanje u smislu čovjekovog rada i djelovanja. To je ličnost koja slobodo djeluje, a ličnost koja ima svijest i dogovornost je profesionalac. Riječ etika je grčkog porijekla (ethos-običaj, ćud, navala).

Obaveza novinarske etike je da postavi norme, pravila, standarde, kodekse koji će voditi novinare u njihovom radu. Etika je usmjerena i na moral, odgovornost, dostojanstvo i slobodu.

Sloboda je temelj etičkog vođenja i bez slobode je nemoguće govoriti o tačnom, istinitom i objektivnom radu novinara. Obaveza novinara je da poštuje rtička načela i kodekse. Pozivajući se na etička načela, novinar se može oduprijeti različitim uticajima koji ometaju njegov rad.

Etika se shvata i kao nauka čiji je predmet donošenje suda o tome šta se primjenjuje na razlikovanje dobra i zla. Etika treba da ustanovi pravila ponašanja koja su sama po sebi dobra i ispravna. Etika se može shvatiti i kao lično primjenjivanje određenog skupa vrijednosti koji je pojedinac slobodno usvojio da bi ostvario cilj koji sebi postavlja i smatra ga ispravnim. Etika je nešto što je izgrađeno na osnovu jednog prethodnog usvojenog morala.

Poimanje etike, može se analizirati na tri nivoa

- Deskriptivna etika – to je etika koja se bavi posmatranjem i opisivanjem prakse informisanja. Tu spadaju običaji i ispravnost ponašanja novinara i medija, ali i vrijednosti na koje se profesionalne prakse pozivaju i utvrđuje stegu kojima su novinari podvrgnuti;
- Strateška etika – to je etika koja se uvodi u igru u raspravi o rgulisanju medija. Ona predstavlja profesionalnu etiku i njom se saopštava povoljna slika o novinarskoj profesiji i za nju se nože reći da se „etika isplati“
- Normativna etika – to je etika koja proglašava dužnosti i prava. Ona odgovara profesionalnim pravilima, čije sprovođenje nadgledaju organi kao što su savjeti za štampu. Normativna etika obezbjeđuje regulisanje prakse.

Pošto je etika nauka o moralu, čija je zadaća da nas upozna s tim šta je moral i da zauzme kritičko stajalište prema postojećoj moralnoj praksi, treba objasniti i sam pojam morala.

Moral znači poštenje, čestitost, pravičnost, vrlina, svijest o obavezama, osjećaj dužnosti i odgovornosti, pozitivan stav prema duhovnim vrijednostima ili pozitivne ljudske karakteristike. Moral je bitan sastvani dio našeg života. Nastao je u ljudskom društvu da regulira odnose u društvu te se razvijao sa zajednicom u funkciji života. Kao oblik društvene svijesti, moral nastaje onda, kada pojedinac svoje lične interese mora uskalditi sa zahtjevima zajedničkog života. Moral je sastavni dio kulture, koji čovjeku daje životne vrijdnosti i čini ga potpunim čovjekom. Moral je jedan od načina regulisanja međuljudskih odnosa u društvu, sistem

društvenih normi, načela, pravila koja se odnose na ponašanje ljudi u zajednici. To je oblik ljudske prakse kojim se održava stvari odnos čovjeka prema vanjskom svijetu i sebi.

Moral se manifestira u vrednovanju tuđih postupaka, dobrih ili loših, gdje se pozitivna vrednuju, a negativna osuđuju. Istina se ne može lako utvrditi čak i ako se pridržavamo principa tačnosti i nepristrasnosti.

Sloboda javnog informisanja obuhvata pravo na istinito, blagovremeno i objektivno informisanje, kao i pravo da se javno kritikuju i traže objašnjenja u odnosu na konkretne postupke i akte vlasti i drugih javnih subjekata. Osnovna pretpostavka slobode javnog informisanja je princip istinitosti. Načelo istinitosti je i jedan od osnovnih etičkih standarda novinarske profesije. Kršenja principa istine od strane novinara i medija je često i razlog sudskih presuda protiv medija, urednika i novinara. Specifičan problem sa kojim se suočavaju zemlje u tranziciji predstavlja izvještavanje medija koje može biti okarakterisano kao pozivanje na nasilje protiv određenih lica ili grupa, koje poprimaju karakter namjernog i kampanjskog plasiranja lažnih, neprovjerenih i neistinitih informacija. Kršenje principa istinitosti, često dovodi do pravnih posljedica po novinare javna glasila, odnosno osnivače javnih glasila. Pre svega reč je o krivičnoj odgovornosti za klevetu kao krivično delo s jedne strane, i naknadu materijalne i nematerijalne štete od strane novinara odnosno javnog glasila usled povrede časti i ugleda sa druge strane.

Novinari upotpunosti moraju biti objektivni u prenošenju vijesti, stoga je potrebno objasniti pojam „objektivnost“. Objektivnost u novinarstvu je najupotrebljavani, ali i zloupotrebljivan pojam. Služi kao ključni faktor u razlikovanju propagandnog i pristrasnog novinarstva. Po Šadsonu, vjerovanje u objektivnost je vjerovanje u činjenice, neverovanje u vrijednosti. i posvećenosti njihovom razdvajanju.³³ To je doktrina koja tretira razdvajanje činjenica i vrijednosti.

Činjenice su tvrdnje ili iskazi o svijetu otvoreni za nezavisnu provjeru, a vrijednosti su svjesna ili nesvjesna individualna mišljenja o tome kako svijet treba da izgleda. Osnovni kriterij za utvrđivanje objektivnosti je da li vijest odgovara na osnovnih pet pitanja i da li je informacija provjerena od najmanje dva izvora, od kojih jedna mora biti službeni izvor. Mediji, često, zbog brzine objave informacija i težnji da prvi objave vijest, redukuju ovih pet pitanja na samo tri (

³³ Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.171.

ško, šta i gdje) i stavljaju ih u odgovarajući kontekst za publiku. Ova forma od samo tri pitanja najčešća je u infotainment formi vijesti, gdje se izostavljaju pitanja kako i zašto te koji je izvor.

U svojoj knjizi, „Medijska globalizacija svijeta“, profesorica Fahira Fejzić Čengić navodi da novinari odstupaju o profesionalnih formi upravo jer se umjesto na sedam pitanja, vijest svodi na tri ili četiri pitanja i odgovora u zavisnosti od interesa publike tako što se nedorečenim ili skraćenim sadržajem stvara privid objektivnosti u cilju uvjerljivosti određene istine. „Globalne informacije u globalnim masovnim medijima imaju, prije svega, intenciju da uvjere mase da je nešto istinito, dok su smanjene njihove intencije da izvjestite o samoj istini tj. umjesto stvarne istine, preferiraju uvjerljivu istinu.“³⁴ Lipman ističe da je funkcija vijesti da ukaže na neki događaj, a funkcija istine da na svjetlo iznese skrivene činjenice, da ih dovede u međusobnu vezu i pruži sliku stvarnosti na osnovu koje čovjek može da djeluje. Objektivnost se može definisati i kao skup pravila na osnovu iskustva i konvencija za čiju primjenu se novinari obučavaju. Moto profesionalnog novinarstva je da vijeste ne treba da bude pod uticajem političkih struktura, urednika ili samih izvještača. Sve vijesti treba da budu prezentirane na identičan način bez obzira koji je mediji objavio vijest i ko je prezentira.

Problem objektivnosti u bh. medijima je taj, što novinari i redakcije biraju samo jedan segmenat priče. S obzirom na državne, etničke i nacionalne podjele u Bosni i Hercegovini i medijska slika je tako podjeljena.

Goran Milić kaže da potpuna objektivnost nije moguća. „Neki novinari su se specijalizirali za lov na srpske ratne zločince, ali kada se Bošnjak nađe kao ratni zločinac, oni kažu pa ne može se u odbrani države počiniti zločin. I to vrlo nevoljno rade i kroz to se sve prepoznaje. Naravno, oni koji su Bošnjaci, reći će odličan je, a oni koji su Srbi reći će nobjektivan je i problem je što u jednoj sukobljenoj situaciji vi morate gledati više medija. Ako se u to umiješaju stranci koji uvijek imaju pogled odozgo, onda je to uglavnom neprihvatljivo svima. Dovoljno je uporediti situaciju u Siriji. Stranci predlažu prekid vatre što je normalno i racionalno, humano, etično. Međutim, kažu, može, ali da ode Asad, drugi se bune i tako se nastavi pucati“.

Pitanje etike informisanja povezana su sa glavnim akterima informisanja, a to su novinari i oni koji se nalaze na čelu medija. Mnogi novinari, svoju profesiju vide kao neutralnu, djelujući kao kanal za prenos informacija. Naglasak se stavlja na brzinu, preciznost, dostupnost kao kriterijumu za procjenjivanje da li rade svoj posao na profesionalan način. Međutim, ne definišu

³⁴ Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.175.

svi novinari svoj profesionalni rad na osnovu neutralnosti. Tako Koen razlikuje dvije vrste novinara: neutralni i participativni.

Novinari koji definišu svoju ulogu kao participativnu ne gledaju na vijest kao na nešto što prirodno proizilazi iz događaja, već iz njihovog napora da istraže i analiziraju šta se događa. Tek nakon toga, vijest se može prezentovati.

Rezultat objektivnog pristupa je takav da su tekstovi u novinama i programima na radiju i televiziji isti jer novinari slijede istu rutinu, standarde, sagovornike, formate i prate konkurenciju da bi provjerili da li su nešto propustili. Teoretičari smatraju da većina novinara ne smatra da je sličnost u vijestima rezultat primjene standardnih kriterija objektivnosti, već potvrda da se približavaju idealu objektivnosti. Vijest je proizvod društvenog procesa u kome novinari utvrđuju šta je važno za publiku, koja je osoba bitna ili čije mišljenje treba uzeti u obzir. Odluka o ovim pitanjima nije uvijek objektivna. Stoga, ideal objektivnosti, razdvajanje činjenica od mišljenja, teško je ostvariv, ali je vrijedan cilj kojim se treba težiti.³⁵

U novinarskoj profesiji odavno su utvrđeni kriteriji provjere tačnosti i pouzdanosti informacija tj. provjera svjedoka i drugih izvora podataka te upoređivanje i ukrštenje činjenica. Ako uz sve to novinar iznese dozu hrabrosti, ličnog i profesionalnog poštenja, onda njegov tekst, iako ne sadrži sve elemente, pruža publici dovoljno elemenata za razumijevanje i sagledavanje nekog fenomena.

3.2. Uređivanje i novinarska profesija

Rad medija i novinara temelji se na visokim standardima novinarske profesije. To su: sloboda medija, sloboda izražavanja, objektivnost informiranja, zaštita izvora informacija, sloboda pristupa informacija. Svi ovi standardi novinarske profesije, kao i način njihovog poštivanja, sadržani su u brojnim etičkim kodeksima i međunarodnim dokumentima koji uređuju novinarsku profesiju.

Prije svega treba da damo osnovnu definiciju kodeksa. Kodeks je dokument etičke naravi, niz pravila, normi i vrijednosti koji važe među pripadnicima jedne grupe, jedne profesije.

Kodeksom se strateškom upotrebom etike proklamiraju pravila kako bi se stvorila pozitivna slika u javnosti, osiguralo priznavanje, veći kredibilitet, kako bi se spriječilo uplitanje državnih

³⁵ Štavljanin, Dragan (2013); „Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd, str.180.

vlasti u regulaciju novinarstva. U njima se nalaze norme od kojih se u pravilu ne odstupa. Upustava i pravila profesionalci će se pridržavati dobrovoljno, čime će i potvrditi svoj profesionalizam. Normiranje u oblasti novinarstva veoma je složeno i sadrži dva tipa, pravni i etički. Nekada je teško razlučiti šta je pravni (zakonski), a šta etički normativ, jer se u oba slučaja koriste pojmovi: tačnost, istinitost, sloboda, jasnost, blagovremenost. Uglavnom gdje god bi bila prekršena etička norma prekršen je i zakon, ili obratno. Osim u slučajevima ekstremnih ili tendencioznih nasrtaja na novinare ili političkih pritisaka.

U pravnim slučajevima (zakon) odlučuje sud, a u moralnim i etičkim (kodeks) savjest i organi profesije. To je dvostruko normiranje su regulacija i samoregulacija.

Kodeks je etički dokument kojim se „pribjgava strateška upotreba etike i proklamovanjem normi, pruža povoljna slika o profesiji ili o mediju, stvara klima povjerenja u javnosti, obezbjeđuje priznavanje i što veći kedeibilitet i odvraća državne vlasti od mišljenja u regulisanje novinarstva“. Kodksi su ustvari dokumenti u kojima su sadržane sve one norme kojih se novinar, u profesionalnom obavljanju svog posla, mora pridržavati. Kodeksi su skup pravila koji važe unutar jedne profesije, a svi članovi te profesije dužni su da ih poštuju.

Kako bi bolje razumjeli rad novinara, sva pravila kojih se trebaju pridržavati u svom radu trebamo nabrojati te analizirati najvažnije dokumente koji služe kao standardi profesionalnog postupanja. Prije svega, tu je Deklaracija o principima postupanja novinara te Minhenska deklaracija o pravima i obavezama novinara. Međutim, prije nego analiziramo najvažnije dokumente potrebno je kazati da su međunarodni dokumenti etički akti u kojima su date norme međunarodnog karaktera.

Ti dokumenti su zapravo rezultat saznanja i potreba svakog suvremenog društva, jer svako društvo obilježavaju mreže međusobne komunikacije. Stav međunarodne konferencije novinarskih udruženja 1973. koji kaže da je obaveza novinara da javnosti osigura pristup informacijama i sudioništvo u komunikaciji. Njime se upozorava na svu složenost procesa komuniciranja, na važnost normi sa kojima novinari trebaju uskladiti ponašanje. Etika novinarstva je sve više predmet interesa zapravo ključno pitanje koje novinar sebi postavlja glasi da li sam svoj zadatak obavio poštujući profesionalne jezičke standarde ili da li sam radio dobro. U teorijskom smislu etika je ponudila pitanja i odgovore koji se tiču novinarske profesije, ponudila teorijski okvir za rješenje brojnih etičkih dilema s kojima se novinari svakodnevno susreću. Naša svakodnevnica, brojna društvena događanja, brojne složene situacije u kojima se novinari nalaze nadilazi ta teorijska rješenja i otud obaveza etike da ulaže u sve ono što donosi

to suvremeno doba. Obaveza je novinarske etike da postavi norme, pravila, smjernice, kodekse koji će voditi novinare u njihovom radu, ali ih neće prisiljavati na određena ponašanja kako bi oni bili humaniji. Dužnost je novinara da poštuje istinu, odnosno pravo javnosti da dođe do istinite informacije. Javljaju se određene teškoće jer se etičke i pravne norme prepliću i što se određeni broj principa javlja u obje sfere u etičkoj i u pravnoj. U izvijesnom smisluta poteškoća, u određenoj mjeri, je moguće razriješiti s obzirom na to brine o provedbi te norme. Bitna razlika jeste u tome što se u pravu pretpostavlja prisila dok je u slučaju etičke norme savijest regulator etičkih normi.

4. RADIO KAO MASOVNI MEDIJ

Radio je jadan od najrasprostranjenijih masovnih medija. Radio talasi putuju cijelim svijetom, pa čak i onim najudaljenijim. Brzo je ušao u sve sfere života, od politike, kulture, privrede sve do finansija. Osnovna karakteristika ovog masovnog medija je brzina, te je vrlo brzo postao i izvor informacija, kroz poseban format pružanja informacija, koji postoji i danas. Najčešće su to dvominutne aktuelne vijesti iz lokalne zajednice ili svijeta, koje se mijenjaju na svakih pola sata ili sat.

Da bi imali radio talase i mogli u svakom trenutku biti informisani, slušati najdražu muziku, trebamo se vratiti u 19. stoljeće i izum telegrafa³⁶. Sve do tog revolucionarnog izuma, glasnici, golubovi pismonoše, svjetlosni signali, bili su prenosnici informacija. Vijesti su putovali po nekoliko dana, a bilo je upitno i da li će neka važna vijest uopće i stići na svoje odredište. Čak ni parni stroj, koji je unaprijedio putovanje brodom i bio temelj za razvoj željeznica, nije ubrzao prijenos poruka i novinskih članaka. Stoga se može reći da je izum telegrafa donio revoluciju u printane medije. Karakterisala ga je brzina slanja i primanja informacija s udaljenih mjesta. Svježije i aktuelne vijesti, veći broj informacija, sažeti i konkretni izvještaji, olakšavali su posao novinarima.

Dobrinosa u razvoju telegrafa dao je Amerikanac Samuel Finley Morse³⁷ (Mucalo: 2020), usavršavajući sistem znakova poznatija kao Morseova abeceda ili Morseov kod u kojem svako

³⁶ Telegraf (grčki: tele: daljina + grafein: pisanje) prijenos poruka na daljinu putem kodova

³⁷ Samuel Finley Morse (1791-1872) rođen je u Charlestownu (Massachusetts, SAD), u porodici kalvinističkog svećenika. Iako je na Yaleu završio studij filozofije i matematike, nije namjeravao raditi u struci. Bio je zaljubljenik slikarstva pa je, želeći izučavati radove europskih slikara, često putovao u Europu. Bio je i inovator kojeg je snažno privlačilo područje elektromagnetizma. Zajedno s Alfreda Vailom (1807-1859) počeo je istraživati iskoristivost te pojave. Prve su konstrukcije imale brojne nedostatke i često su se kvarile. Međutim, usporedo s izradom uređaja Morse se (a navodno i Vail) zainteresirao

slovo može predstaviti nizom tačaka i crtica koje se signaliziraju baterijskim lampama, zvukom ili električnim impulsima. Upravo ti impulsi postali su poznati kao telegraf.³⁸

Prvu demonstracija rada telegrafa Morse je izveo u februaru 1838. godine, pred komisijom Franklinova instituta u Philadelphiji. Tragajući za novčanim potporama, nastavio je prezentirati uređaj svugdje gdje je to bilo moguće. Patent je prijavio 1840. godine, što je pokrenulo niz tužbi za utvrđivanje autorskih prava. Usprkos prigovorima drugih izumitelja, Morse je 1843. godine, dobio državnu novčanu potporu i saglasnost za gradnju eksperimentalne telegrafske veze između Washingtona i Baltimora. Prvu poruku "What Hath God Wrought?" poslao je 24. maja 1844. godine, u Baltimor. Primatelj je bio Vail koji je, odmah po dobijanju poruke, uzvratio ponavljajući isti tekst. Time je dokazana uspješnost i tačnost prijenosa.³⁹

Treba napomenuti da su i englezi imali svoj telegraf. Tako su Englezi Charles Whitestone (1802-1875) i William Cooke (1806-1879) osmislili su i patentirali 1837. godine, svoj prvi "telegraf". Komuniciralo se izborom tipiziranih poruka, onima za koje su njihovi autori smatrali da su najčešće i najvažnije u uobičajenoj poslovnoj komunikaciji tog vremena. Njihova je kompanija Cooke & Wheatstone's Telegraphic System počela intenzivnu suradnju s brojnim željezničkim kompanijama koje su gradeći pruge, uz njih istovremeno postavljale i telegrafske stupove.

U novinarskom smislu, telegrafija je utjecala na pojavu prvih novinskih agencija. Charls Louis Havas otvorio je prvu agenciju 1835. godine u Parizu, koja se može smatrati pretečama današnjih novinskih agencija. Agencija „Havas“ od 1944. pa sve do danas posluje pod nazivom „Agence France Press“ (AFP). U New Yorku se osniva Associated Press ili (AP), a u Londonu Paul Julius Reuters, osniva poznatu agenciju Reuters. Telegrafija je oblikovala i stil pisanja vijesti kojeg i danas koristimo. Telegrafske poruke nisu bile besplatne i poruke su se plaćale prema broju riječi. Tako su poruke postale sažete, koncizne i precizne. Odgovaralo se na pitanja ko, šta, gdje, kada i kako što je ostalo do danas osnovni temelj pisanja vijesti.

Drugu polovinu 19. stoljeća obilježila je pojava telefona. Umjesto tipkanja kodova, poruka se mogla čuti u trenutku kada je izgovorena. Telefon je bio uređaj koji je prenosio ljudski glas s

za „jezik“ kojim bi se, pomoću elektromagnetskih valova, mogle prenositi poruke. Oslonio se na „tačkice“ i „crtice“ koje su, ovisno o svojem rasporedu ili brojnosti, kreirale slova. Tačka je bila brz i kratak zvučni signal, a crtica nešto duži i sporiji (trajanja kao tri tačke). Krajnji rezultat takvog „kodiranja“ bio je poznati sistem Morzeovih znakova koji se koristi i danas, bez obzira je li riječ o vizualnoj ili audio komunikaciji (zviždaljke, svjetlosni signali, zastavice, lupkanje).

³⁸ Šingler, Marin (2000): Viringa, Sindi „Radio“ Clio, str 22.

³⁹ Robert, Steven: Distant Writing, A History of the Telegraph Companies in Britain between 1838 and 1868.

jednog na drugi aparat pomoću kabla ili žice. Zasluge za ovaj izum pripale su Alexanderu Grahamu Bellu. Prva poruka koja je poslata bila je između Bella i Thomasa Watsona „Gospodine Watson, dođite, trebam Vas“.

Kako se iz godine u godinu telefonska mreža širila cijelim svijetom, nastali su i prvi fono servisi. Najpoznatiji fono servis u Evropi bio je mađarski „Telefon Hirmondo“. Sa radom je počeo 1893. i trajao je sve do Drugog svjetskog rata, kada su instalacije potpuno uništene.

4.1. Edukativna uloga radija

Edukacija (lat. *educatio*), proces odgajanja, odgoj, prenošenje općih i radnih iskustava, znanja, društvenih normi i vrijednosti s prethodnih naraštaja na mlađe (s roditelja na djecu, odgojitelja na odgajanike), kao stečevinu ljudske kulture i civilizacije radi razvoja i obogaćivanja ljudskoga društva. Edukacija je temeljni uvjet postojanja i opstanka ljudske zajednice. Na individualnoj razini obuhvata proces stjecanja znanja, umijeća i navika, razvijanje tjelesnih, intelektualnih, moralnih, estetskih i radnih sposobnosti i dr. Neki psiholozi određuju je kao širi rodni pojam za odgoj i obrazovanje.⁴⁰

Radio ima svoju edukativnu ulogu od njegovog nastanka pa sve do danas pri čemu se smatra masovnim medijem putem kojeg se emitira i edukativni i informativni program.

„Radio se intenzivno koristi kao obrazovni medij u zemljama u razvoju u cijelom nizu predmeta od onih povezanih sa zdravstvom, treninga pismenosti do edukacije u osnovnim školama i posebnih obrazovnih tema za civilni sektor. Upravo je aktualna pandemija uzrokovana COVID-19 bolešću ponovno potvrdila važnost radija kao medija koji iznimno efikasno ostvaruje svoju edukativnu društvenu ulogu. Ističući interaktivnu prirodu radija i zagovarajući njegovo korištenje za motivaciju i povećanje interesa za određene nastavne teme, zaključuje se da je pedagoška vrijednost radija dokazana.“⁴¹

Procjena uspješnosti provođenja medijske edukacije, koju je 2003. objavila Fondacija Henry J. Kaiser Family, ukazala je na to da medijska edukacija ima izuzetno pozitivne rezultate u sljedećim oblastima:

⁴⁰ Edukacija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 26. 9. 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=17088>.

⁴¹ Vukić T. *Studentski radio u Hrvatskoj*. Izvorni znanstveni rad. UDK: 070.1:654.19-057.875(497.5).

- Kritičko razmišljanje i poboljšanje pismenosti - medijsko opismenjavanje pridonijelo je razvoju opće pismenosti, ujedno je poboljšalo sposobnosti učenika da kroz čitanje, gledanje i slušanje shvate i interpretiraju poruke u medijima.
- Nasilje u medijima, agresivnost i antisocijalno ponašanje - nekoliko znanstvenih istraživanja pokazalo je da uključivanje medijske pismenosti u standardni nastavni program može pomoći smanjenju potencijalno štetnih utjecaja televizijskog nasilja na mlade. Prema drugim istraživanjima, medijsko opismenjavanje pomaže djeci u razvijanju vještina potrebnih za donošenje odluka vezanih za njihov život: oni počinju kritički razmišljati o posljedicama rizičnog ponašanja i razvijaju sposobnosti odbijanja impulsa koji bi ih mogli odvesti u rizične situacije.
- Tjelesni izgled, prehrana i vježbanje - procjena medijskog edukativnog programa „GO GIRLS!“ otkriva da medijsko opismenjavanje pomaže djevojčicama u prihvaćanju vlastitog izgleda i shvaćanju medijskog predstavljanja žena. Druga istraživanja pokazuju da čak i kratkotrajne lekcije medijskog opismenjavanja mogu biti efikasne u suzbijanju utjecaja poruka o nezdravoj prehrani ili nerealističnom tjelesnom izgledu.
- Alkohol i cigarete - medijska pismenost pomaže djeci da shvate utjecaj reklama koje promovišu alkohol i cigarete. Ispitanici u jednom istraživanju u SAD-u, nakon kursa o medijskoj pismenosti, pokazali su da je kurs uticao na odluke djece u vezi s konzumacijom cigareta. Djeca su shvatila na koji način poruke o duhanu utječu na njih i njihove vršnjake. Također su se prestala identificirati s likovima iz reklama i postala su manje povodljiva pod pritiskom vršnjaka.

Ne razvije li se medijska pismenost, ostavljamo prostor za strahove, težnje, predrasude, mržnje, kao i raznorazna osjećanja pripadnosti i nepripadnosti.

4.2. Kodeks o emitovanju radio televizijskog programa

Prema Članu 6. Kodeksa o emitovanju radio televizijskog programa emisije moraju ispunjavati sljedeće opšte principe:⁴²

(1) Radio i televizijske stanice će osigurati da svi programi, a naročito informativni, budu tačni, pravični i nepristrasni. Sve uočene greške će blagovremeno biti ispravljene.

⁴² Kodeks o emitovanju radio televizijskog programa, https://www.parlament.ba/data/dokumenti/press-kutak/kodeks_o_emitiranju_radiotelevizijskog_programa_bs.pdf, pristupljeno 20.9.2021.

(2) Tačnost, pravednost i izbalansiranost se postižu objavljivanjem svih suprotstavljenih stavova, bilo u istom programu ili u nizu drugih programa i emisija koje predstavljaju cjelinu u obradi određene tematike.

(3) Neće se emitirati emisije koje tendenciozno promoviraju interese jedne političke stranke ili bilo koje grupe ili pojedinca, niti takve aktivnosti provode sistematično tokom jednog vremenskog perioda, isključujući druge stranke, grupe ili pojedince. Komentar će uvijek biti jasno razlučiv od vijesti. Neće se dozvoliti da prevlada niti jedno mišljenje ili stanovište kada se radi o kontroverznim političkim, privrednim i drugim javnim temama.

(4) Voditelj i reporteri autori programa, moderatori u debatnim programima i diskusijama mogu izraziti lična mišljenja i stanovišta u vezi kontroverznih političkih, privrednih i drugih javnih tema. Ove osobe međutim ne smiju koristiti prednost stalnog pojavljivanja u programima da bi promovisali spostvene stavove i mišljenja na način na koji bi mogli narušiti neophodnu nepristrasnost i izbalansiranost.

(5) Lični stavovi i mišljenja u autorskim programima ili priložima će biti jasno naznačeni, da bi ih publika mogla jasno prepoznati kao takve.

(6) Spikeri u programima vijesti će se ograničiti na nepristrasno iznošenje informacija, bez iznošenja ličnih stavova, bilo verbalnom bilo neverbalnom komunikacijom.

(7) Kada se radi o političkim, privrednim, ili tekućim programima koji uključuju posebno kontroverzna pitanja, odnosno pitanja oko kojih političari, privrednici i/ili mediji raspravljaju, relevantna suprotstavljena mišljenja će biti uključena u program. Radio i televizijske stanice će se pobrinuti da u ovim programima ne preovladava mišljenje i stavovi određenih pojedinaca ili grupa.

(8) Radio i televizijske stanice će osigurati pravedan tretman pojedincima i organizacijama u programima.

(9) Kada program uključuje navode o nepodobnim djelima ili nekompetentnosti, ili ako sadrži negativne konotacije na račun bilo koje osobe ili organizacije, radio televizijske stanice će onima čije se ime spominje pružiti prilika da učestvuju u programu ili da komentarišu date navode. Ukoliko te osobe ili organizacije odbiju učešće ili davanje izjave, radio televizijske stanice će kroz zvanične službene zabilješke dokumentovati svaki pokušaj da stupe u kontakt s njima, a iste će biti arhivirane u periodu 14 dana od dana emitovanja programa za koji se vežu.

Ova se obaveza ne odnosi na emitovanje informacija koje uslijed hitnosti i/ili javnog interesa ne trpe odlaganje. U takvim situacijama radio televizijske stanice će sa tim osobama ili organizacijama stupiti u kontakt čim to okolnosti budu dozvoljavale.

4.3. Programske radijske sheme

Koja je razlika između programske sheme i programske osnove? Programska shema je popis emisija s rasporedom njihova emitiranja po danima, za sedam dana u tjednu. Programska osnova je kvantitativni prikaz zastupljenosti pojedinih programskih kategorija u ukupnom programu, koji se iskazuje udjelom. Programska osnova sastoji se od programske sheme te ona u svojoj biti predstavlja udjele programa prema vrstama, koje nakladnik iskazuje u zahtjevu za dobivanjem koncesije, a koje potom mora ostvarivati programskom shemom.⁴³

Kategorije radio programa koje je kroz obrazac programske osnove za objavu odredilo Vijeće za elektronske medije su:

- informativni program
- zabavni program
- muzički program
- obrazovni i program za djecu i mlade
- umjetnosti i kultura
- sportski program
- vjerski program
- audiovizualna komercijalna komunikacija

Kako nastaju programske kategorije?

1. Potrebno je jasno osmisliti sedmičnu programsku shemu: sedam dana programa od ponedjeljka do nedjelje, što znači utvrditi tačan popis svih emisija od kojih će se program sastojati, kada će se one emitirati i koliko će svaka emisija trajati.
2. Sve emisije u programskoj shemi treba razvrstati s obzirom na sadržaj- to su programske kategorije. Dakle, za svaku programsku kategoriju treba sastaviti popis svih emisija koje

⁴³ Upute za pripremu programske dokumentacije, file:///C:/Users/Dell/Downloads/1.%20UPUTE%20za%20izra%C4%8Dun%20programske%20osnove_FINAL%2005022015.pdf, pristupljeno 22.9.2021.

u nju spadaju (koje emisije su informativne, koje zabavne... i tako za svaku kategoriju).⁴⁴

4.4. Vrste radijskog programa

Radijski žanrovi potiču iz usmene komunikacije, a podijeljeni su u dvije temeljne skupine:

1. monološke žanrove
2. dijaloške žanrove.⁴⁵

Monološki su radijski žanrovi:

1. vijest
2. izvješće
3. komentar.⁴⁶

Dijaloški radijski žanrovi podrazumijevaju interakciju radijskoga novinara ili voditelja s jednim ili više sagovornika, a među takve žanrove se ubrajaju:

1. izjava
2. anketa
3. dijalog
4. rasprava
5. kontaktnu emisiju
6. klasični intervju (u kojemu se upotrebljava model intervju) itd.⁴⁷

Standardizirane klasifikacije nema ni kad je riječ općoj klasifikaciji vrsta radijskih programa.

Najčešća podjela je na:

1. informativni program
2. zabavni program

⁴⁴ Upute za pripremu programske dokumentacije, file:///C:/Users/Dell/Downloads/1.%20UPUTE%20za%20izra%C4%8Dun%20programske%20osnove_FINAL%2005022015.pdf, pristupljeno 22.9.2021.

⁴⁵ Čutuk I. *Kultura dijaloga na Hrvatskom radiju*. Sveučilište u Zadru, Zadar. Dostupno na: file:///C:/Users/Dell/Downloads/937573.Kultura_dijaloga_na_Hrvatskome_radiju_07042015.pdf, pristupljeno 20.9.2021.

⁴⁶ Čutuk I. *Kultura dijaloga na Hrvatskom radiju*. Sveučilište u Zadru, Zadar. Dostupno na: file:///C:/Users/Dell/Downloads/937573.Kultura_dijaloga_na_Hrvatskome_radiju_07042015.pdf, pristupljeno 20.9.2021.

⁴⁷ Čutuk I. *Kultura dijaloga na Hrvatskom radiju*. Sveučilište u Zadru, Zadar. Dostupno na: file:///C:/Users/Dell/Downloads/937573.Kultura_dijaloga_na_Hrvatskome_radiju_07042015.pdf, pristupljeno 20.9.2021.

3. muzički program
4. obrazovni i program za djecu i mlade
5. umjetnosti i kultura
6. sportski program
7. vjerski program
8. audiovizualna komercijalna komunikacija

4.5. Formatirani radio

“Formatirani radio” često se doživljava kao bauk i neprijatelj svake kreativnosti, iako su takve radijske stanice u pravilu pri vrhu lista slušanosti. Većina uspješnih radija na tržištu ima između 240 i 800 pjesama u rotaciji.

Šta je to formatirani radio? To je radio koji je profiliran da 24 sata vrti ujednačen program namijenjen nekom tipu slušatelja. To može biti žanrovski stil ili vremenski period koji se pokriva.

Nakon pojave prvih formatiranih radijskih stanica slušanost radija je porasla. Povećava se broj slušatelja koji radio slušaju svakodnevno, a publika češće koristi radio kao izvor informisanja i zabave. Istraživanja Europske radiodifuzijske unije u posljednjih pet godina pokazuju kako je radio medij kojemu se najviše vjeruje i ta stopa povjerenja iz godine u godinu raste.

Današnja publika voli biti uključena u medijski sadržaj, a upravo joj napredna tehnologija to i omogućuje. Mlađa publika koju čine slušatelji srednjoškolskog uzrasta i studentskih generacija, s radijem komunicira kroz „igru“ i praktična istraživanja te 24-satnu interakciju putem društvenih mreža koje su mjesto susreta i druženja. Dakle, povezanost radijske postaje sa slušateljem veća je nego ikada, a omiljeni radio publici postaje dio života. Komunikacija s publikom je interaktivna jer se medij koristi aktivno i kreativno, a publika se razvija iz uloge pasivnog konzumenta u ulogu korisnika i sudionika u stvaranju medijskog sadržaja.⁴⁸

Online streaming je omogućio i vizualni kontakt slušatelja s radijskom bazom. Razvoj moderne tehnologije unaprijedio je odnos radijske baze i slušatelja do jedne potpuno nove razine na kojoj se njihova komunikacija odvija putem različitih modernih platformi i aplikacija, poput mobitela, *online* platformi, društvenih mreža, *streama*, televizije, YouTube kanala, *podcasta*,

⁴⁸ Dostupno na: <https://vern.hr/novosti/nova-publika-radio-ne-slusa-ona-s-njim-komunicira/>, pristupljeno 24.9.2021.

itd. Nadalje, radijske kuće koriste sve dostupne platforme kako bi plasirale vijesti do publike, u formi koja je njoj najkorisnija, a takvo je umrežavanje dovelo do razvoja nove multimedije, koja pruža mogućnost konzumacije radijskog sadržaja kakav je ranije bio dostupan isključivo putem klasičnog FM prijemnika.⁴⁹

5. PROJEKAT „PET DANA BEZ EKRANA“

„Kad djeci dajete mobitel ili tablet to je kao da mu dajete bocu vina ili gram kokaina“.
(Mandy Saligari)

Djeca vole tehnologiju i danas se služe bolje nego odrasli. Često vidimo da roditelji djeci „od rođenja“ daju mobitel u ruke, umjesto priča za laku noć puste im crtane na TV-u.

Profesorica na Fakultetu političkih nauka Fahira Fejzić Čengić je u intervju za RSG radio iskazala da *„danas djeca ne izlaze vani, ne voze biciklo, ne padaju na koljena, ne druže se sa vršnjacima, ne skaču, ne obavljaju elementarne radnje koje su sastavni dio odrastanja, socijalizacije, zdravlja, formiranje čula i motorike“*.

Ekranički mediji su empatični i primamnjivi i ne možete malo dijete odvojiti od njega, a djeca nemaju mjeru u korištenju. Sve više osnovaca posjeduje smartphone na kojima prema našim istraživanjima provedu i više od 5h.

Kako bi provjerili koliko učenici provode vremena na ekraničkim medijima te ih pokušali „odvojiti“ od ekrana, Fakultet političkih nauka je, u saradnji sa RSG radiom i osnovnim školama u BiH, pokrenu projekat „Pet dana bez ekrana“.

„Pet dana bez ekrana“ je edukativni i stručni pokušaj da sagledamo koliko su mlađe generacije podložne življenju sa ekranom i koliko su zapravo stvarne komunikacije zapostavljene.⁵⁰

Cilj je potaknuti učenike razreda osnovnih škola na selektivno korištenje medija u razdoblju od pet dana. To bi značilo da će učenici apstinirati od svih medijskih sadržaja s posebnim naglaskom na sadržaje koji nisu obrazovnog karaktera. Glavni zadatak projekta je djeci smanjiti vrijeme provedeno uz ekrane (TV, mobiteli, tableti, internet) kreativnije osmišljavanje slobodnog vremena, razvoj kritičkog razmišljanja te bolja komunikacija djece sa roditeljima,

⁴⁹ Dostupno na: <https://vern.hr/novosti/nova-publika-radio-ne-slusa-ona-s-njim-komunicira/>, pristupljeno 24.9.2021.

⁵⁰ Intervju prof.dr. Fahira Fejzić Čengić za RSG radio.

djece i vršnjaka te učenika i učitelja/nastavnika. Za ovaj projekat smo se odlučili jer smo svjesni činjenice da su djeca "zarobljena medijima". Ovisnost o medijima kod djece i mladih već toliko uznapredovala i nadrasla mogućnosti „otpora“, pa se postravlja pitanje da li se oni više i mogu sami oduprijeti. Sve manje vremena provode sa vršnjacima na igrištu, ne komuniciraju dovoljno sa roditeljima i sva pažnja im je usmjerena na medijske sadržaje koji su često neprimjereni za njih i imaju manipulirajući sadržaj, a sve manje medije koriste za edukativne svrhe.

Cilj je, također, bio upoznati direktore, stručne saradnike, prosvjetne radnike osnovnih škola na području Bosne i Hercegovine sa problematikom medija, te ih aimirati za prihvatanje i provedbu ovog projekta u svojim školama.

Projekat bi obuhvatao učenike jednog ili više odjeljena osmog ili devetog razreda uz puno podršku i nadzor roditelja i nastavnog osoblja.

Realizacija projekta je osmišljena tako da će djeca smanjiti vrijeme korištenja ekrana tj. ne koristiti TV i Internet, a mobitele svesti na minimum (dozvoljena je kratka komunikacija sa roditeljima) a u slučaju korištenja, koristiti ekran samo za ono što je opravdano i bitno za nastavu (seminar, esej). Roditelji su, također, dužni ne koristiti ekrane te nadgledati djecu i pružiti im potpuno podršku. I djeca i roditelji su dužni voditi dnevnik aktivnosti tokom tih pet dana. Svaki dan upisivati koliko su koristili ekran, da li su koristili, u koje svrhe, koliko su vremena proveli u komunikaciji sa djecom/roditeljima, te koliko su vremena potrošili na druge aktivnosti. Na kraju svakog dana i djeca i roditelji trebaju napisati svoj komentar na taj dan.

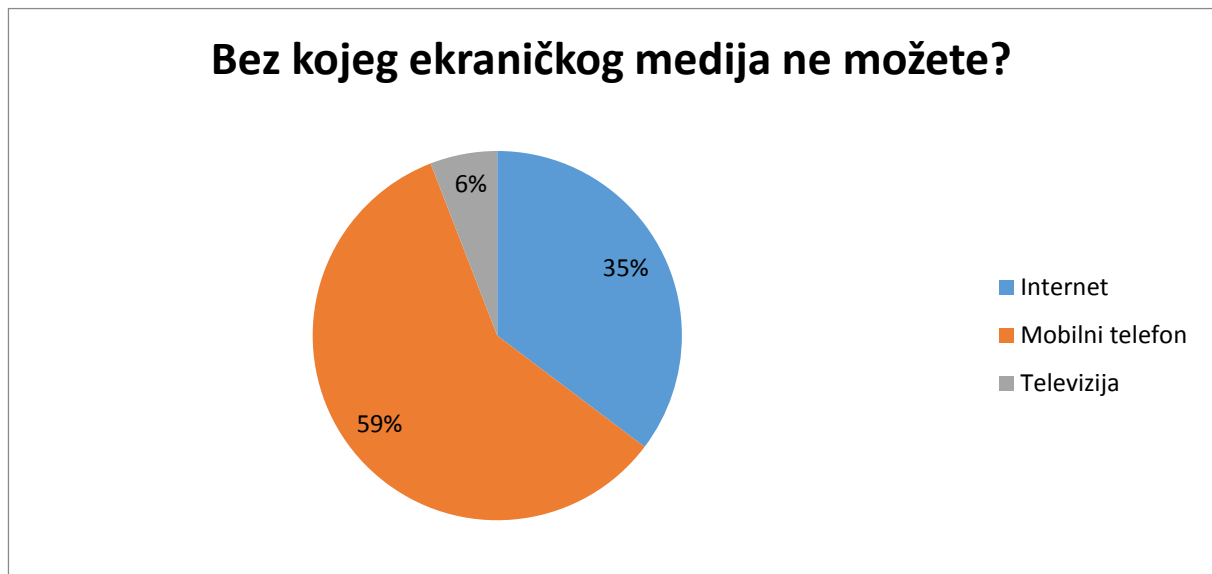
Kao partner u projektu, RSG radio, je sa zadovoljstvom ustupiti medijski prostor i vrijeme u nekoliko programa „Jutarnji program“, „Dan sa Lajlom“, informativna emisija „Četvrtkom u četiri“ kako bi informisao i potaknuo ostale škole na području Bosne i Hercegovine da se uključe u ovaj projekat.

Ovaj projekat je započeo u Francuskoj 2008. godine, a iste godine ga je preuzela i Hrvatska tj. Udruga za izvanškolske aktivnosti "Cinaz" iz Zadra.

Ovo bi ujedno bio i prvi projekat ovakve vrste u Bosni i Hercegovini.⁵¹

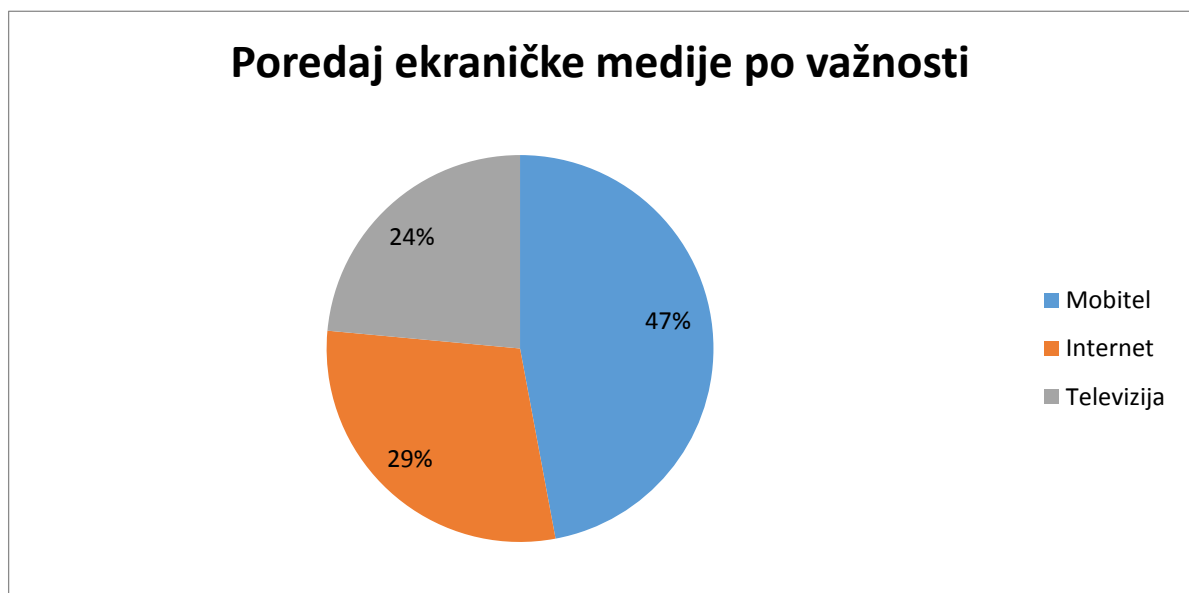
⁵¹ Cilj projekta je bio da se na početku svake školske godine u svim školama, koje prihvate projekat, sprovede izazov i na taj način pokazati djeci da se može bez ekraničkih medija. Cilj nam je bio napraviti jedinstaven projekat u Bosni i Hercegovini koji bi svake godine obuhvatao više škola i u kojem bi učestovalo što više učenika i roditelja.

UVODNA PITANJA UČENIKA OŠ „MIROSLAV KRLEŽA“ IZ ZENICE



Grafikon 1.

Na grafikonu 1. predstavljeno je prvo pitanje i odgovori na isto. Na pitanje „Bez kojeg ekраниčkog medija ne možete?“ od 17 ispitanika, najveći procenat od 59% su oni koji su obilježili mobilni telefon. Nešto manji procenat od 35% su oni koji su rekli da ne mogu bez interneta, dok je najmanji procenat od 6% pripao televiziji.



Grafikon 2.

Zbog pandemija korona virusa, ovaj projekat je stopiran, jer sistem nastave u svim osnovnim i srednjim školama i fakultetima odvija se online što znači i upotrebu ekраниčkih medija

Na grafikonu 2. prikazani su rezultati važnosti ekraničkih medija za ispitanike. Za njih, najvažniji jeste mobitel kojeg čini 47%. Nakon mobitela, internet je sa 29% drugi po važnosti, dok je na posljednjem mjestu, sa najmanjim procentom od 24% televizija.



Grafikon 3.

Na grafikonu 3. Predstavljani su odgovori na pitanje kojim smo željeli saznati da li naši ispitanici mogu izdržati 5 dana bez ekraničkih medija. Kao što možemo i vidjeti na grafikonu, najviše je onih koji ne znaju da li to mogu ispuniti, a njihov procenat iznosi 53%.

Od 17 ispitanika, njih 6 ili 35% je reklo da mogu, dok ostatak, odnosno 12% ne može izdržati bez ekraničkih medija.

Nakon ovog pitanja, ostavili smo slobodan prostor da svi ispitanici daju razlog za prethodni odgovor.

Neki od komentara zašto bi mogli izdržati su:

- „Mislim da se može koliko toliko, nekoliko dana, jer npr. Ako smo popustili u školi, a ne možemo koristiti mobitel, natjerat ćemo se da počnemo opet učiti kao prije. Većinu stvari koje vidimo na mobitelu i tv-u, možemo pročitati u novinama ili čuti od drugih osoba i moći ćemo se više posvetiti razgovoru sa roditeljima, braćom, sestrama.“

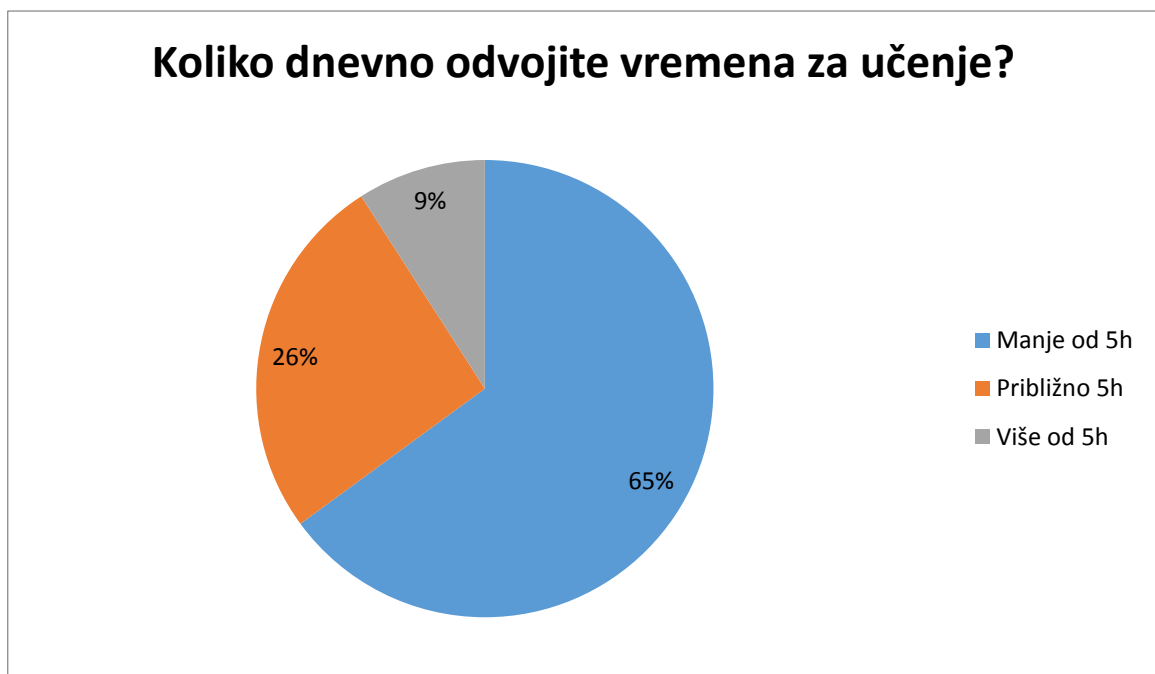
- „Smatram da svi možemo izdržati 5 dana bez ekrana, samo je potrebna volja. Jako će nam biti korisno, više vremena ćemo provoditi sa roditeljima, prijateljima i posvetiti pažnju školi.“
- „Zato što sam bio dvije sedmice bez telefona, interneta i televizije.“

Neki od komentara zašto ne bi mogli izdržati su:

- „Zato što sam previše vezan za njega.“
- „Teško bi mi bilo da se ne čujem sa prijateljima.“

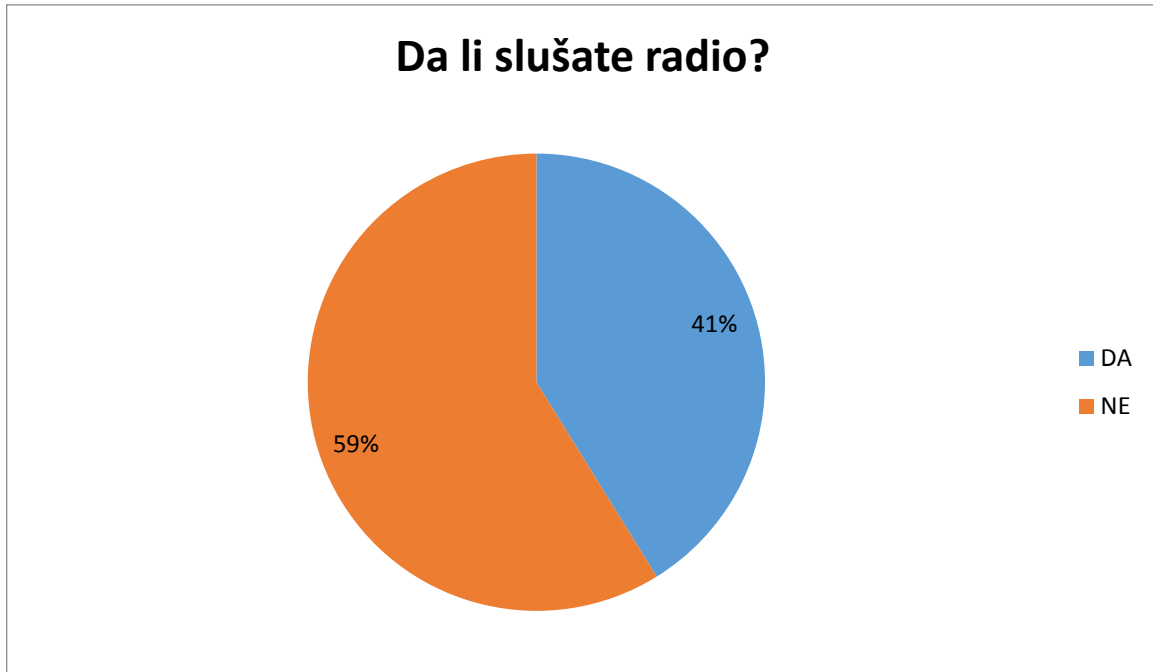
Neki od komentara zašto ne znaju da li bi mogli izdržati su:

- „Mislim da bih mogao ali ne znam čime bih ispunio to vrijeme koje inače ispunim internetom. Također ne znam kako bih mogao crtati bez slušanja muzike na nekom od ovih uređaja.“
- „Zato što to još nikad nisam probao.“
- „Zato što se često čujem sa drugovima i pričam sa njima.“



Grafikon 4.

Grafikon 4. daje nam rezultate na četvrto pitanje naše ankete. Ono se odnosilo na vrijeme koje ispitanici dnevno odvoje za učenje. Najviše njih, od 65% uči manje od pet sati dnevno. Približno pet sati uči njih 26%, dok samo 9% na učenje potroši više od pet sati dnevno.



Grafikon 5.

Grafikon 5. Prikazuje odgovore na peto pitanje koje glasi „Da li slušate radio?“. Ispitanicima je data mogućnost da obilježe jedan od dva ponuđena odgovora i obrazlože svoj odgovor.

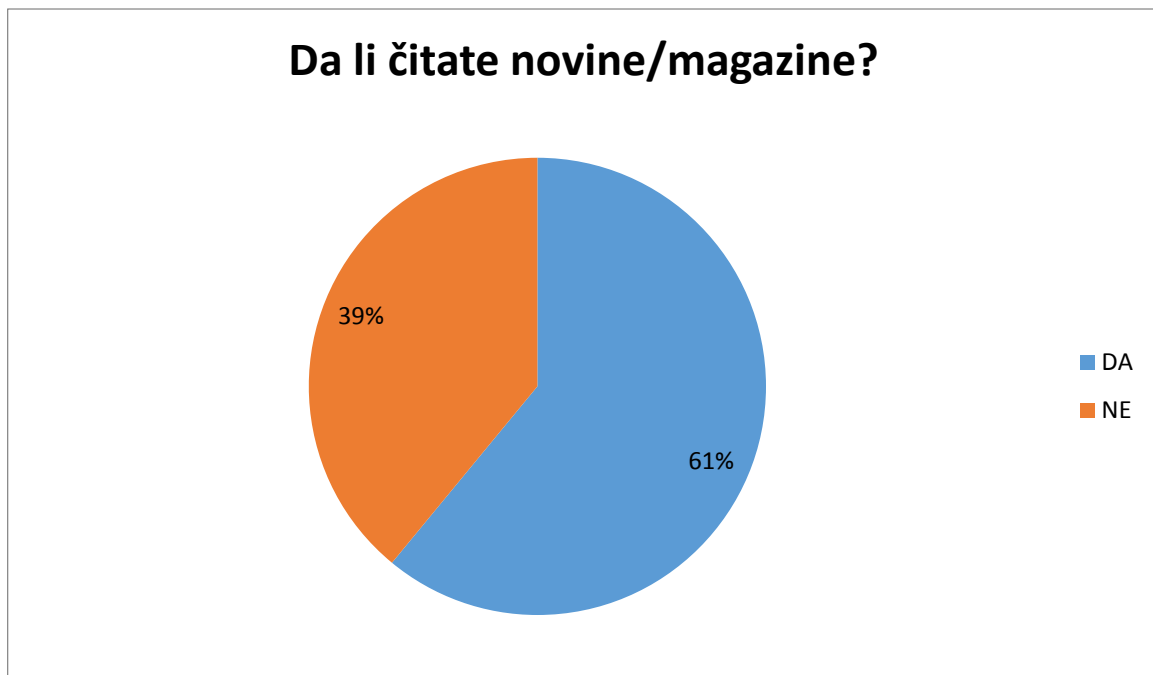
Više od polovine, tačnije 59% ispitanika obilježilo je odgovor „Ne“, dok je 41% ispitanika obilježili odgovor „Da“. Svoje odgovore su potkrijepili i obrazloženjima. Oni koji su obilježili odgovor „Da“, kao svoj razlog slušanja radija, rekli su sljedeće:

- „Najčešće u autu jer ima fine muzike i novosti i kad negdje duže putujemo, navika jednostavno.“
- „Radio slušam na putu od kuće do škole i to zahvaljujući mojim roditeljima jer da nije njih, ja nikad ne bih slušala.“
- „Nekad je zanimljivije od mobitela i televizije.“

Suprotno njima, oni koji su rekli da ne slušaju radio, dali su sljedeća obrazloženja:

- „Imam mobitel.“
- „Jer ne volim što ne mogu da kontrolišem program po svojoj volji.“

- „Ne zanima me politika, a pjesme lagano mogu naći i pretražiti na internetu, za ostale stvari vezane za radio jednostavno me ne zanimaju.“



Grafikon 6.

Na grafikonu 6., slikovito su prikazani odgovori na sljedeće pitanje. Njime smo željeli doći do saznanja, da li naši ispitanici čitaju novine/magazine. Data im je mogućnost da potvrde ili negiraju ovu tvrdnju uz dodatno objašnjenje svog odgovora. Više od polovine onih koji su pristupili našoj anketi je potvrdilo ovu tvrdnju, te njihov procenat iznosi 61%. A oni koji su negirali da čitaju novine/magazine broji procenat od 39%.

U narednom dijelu teksta izdvajamo komentare koje svrstavamo u dvije grupe, a to su oni koji su rekli „Da“ i oni koji su rekli „Ne“.

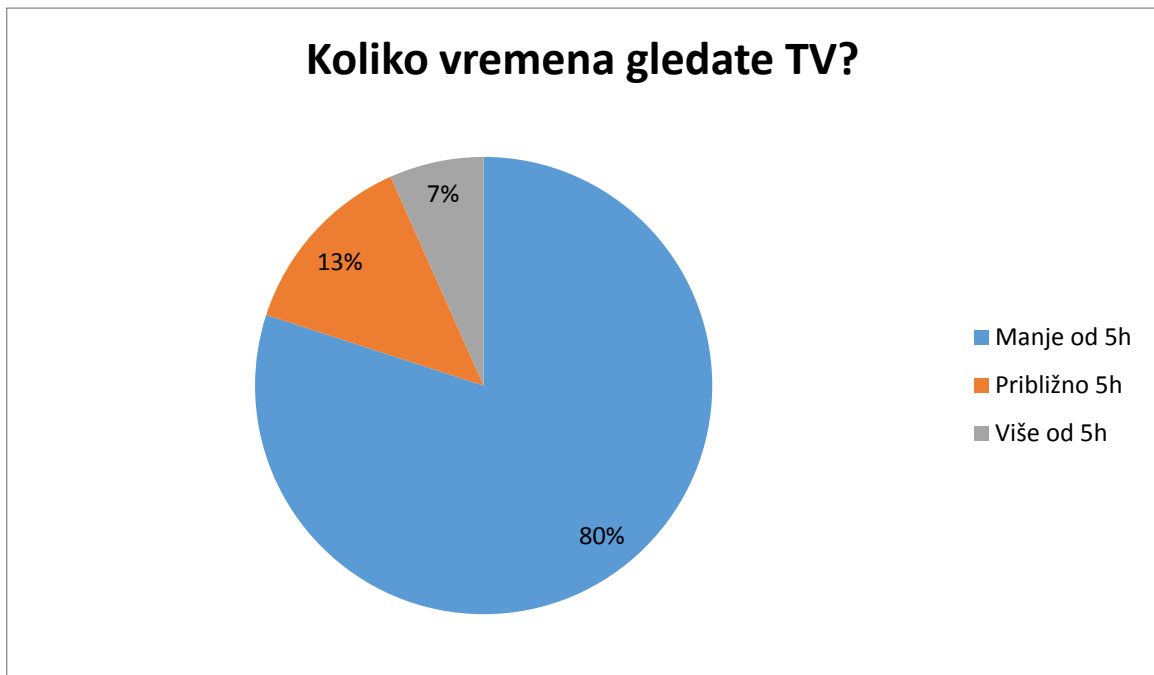
Komentari ispitanika koji čitaju novine/magazine:

- „Zato jer su zanimljivi.“
- „Jer tamo mogu da pronađem zanimljive priče i informacije koje mi mogu pomoći.“
- „Volim čitati magazine o vojnoj historiji.“
- „Čisto radi zabave“.

Komentari ispitanika koji ne čitaju novine/magazine:

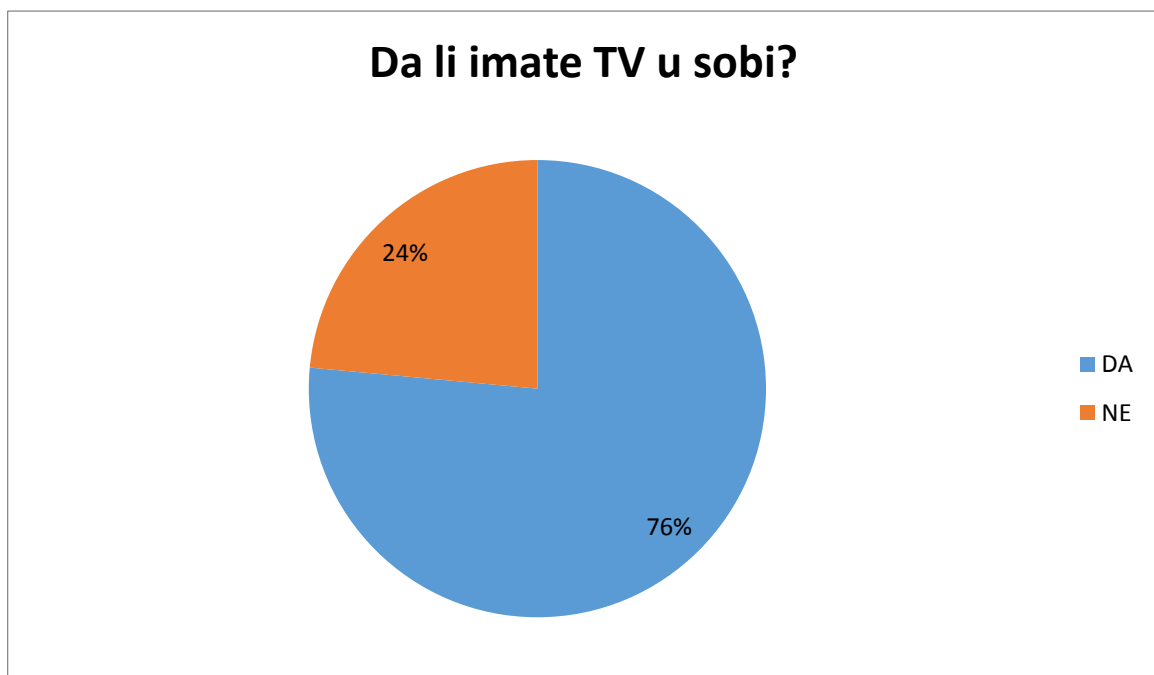
- „Mrsko mi čitati.“
- „Moje novine/magazini su mobilni telefon.“

- „*Dosadne, ne zanimaju me.*“
- „*Imam sve na Google-u.*“



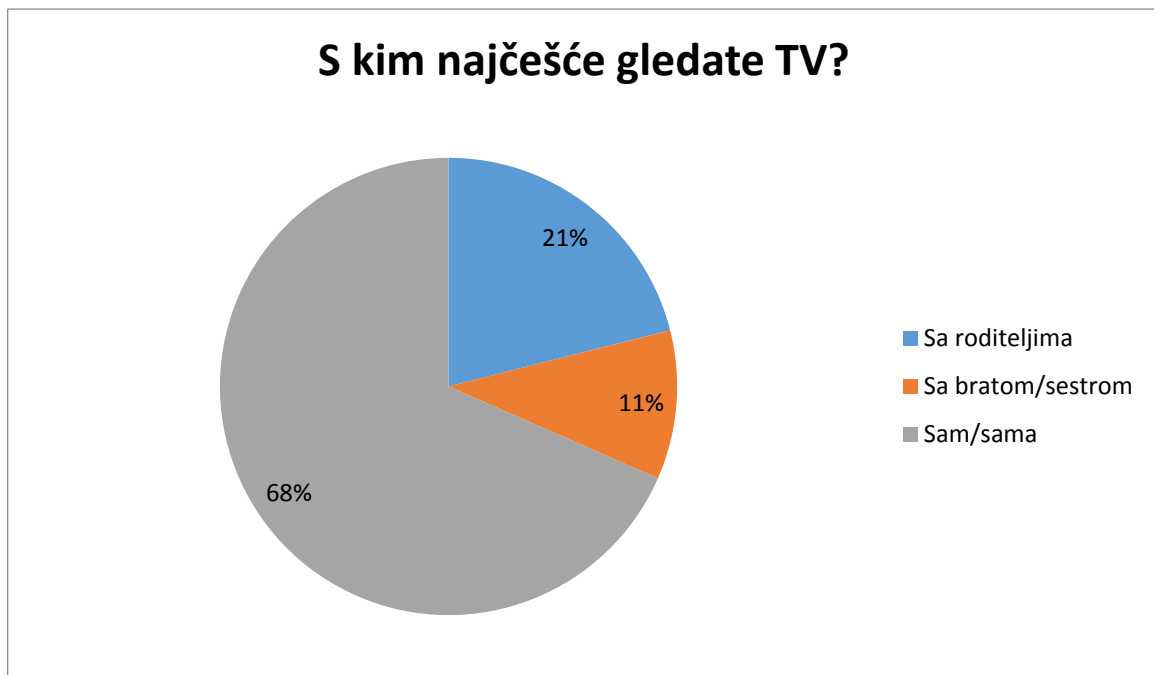
Grafikon 7.

Na grafikonu 7. Dobili smo rezultate o vremenu koje provedu naši ispitanici. Najviše njih, tačnije 80% provede manje od 5h. Približno 5 h televiziju gleda njih 13%, a najmanji procenat pripada onima koji ispred televizije provede više od 5 sati, a njihov procenat jeste 7%.



Grafikon 8.

Na grafikonu 8. slikovito smo prikazali odgovore na nama veoma važno pitanje. Razlog zašto smo postavili ovo pitanje je da bi došli do mogućeg zaključka o činjenici da oni koji gledaju televizor više od 5h posjeduju televizor u svojoj sobi. Na ovo pitanje dali smo mogućnost potvrde ili negiranja date pretpostavke. 76% onih koji su pristupili našoj anketi ima televizor u svojoj sobi, a 24% je onih koji nemaju. Iz ovih rezultata uočavamo da se naša pretpostavka nije uzročno-posljedična.

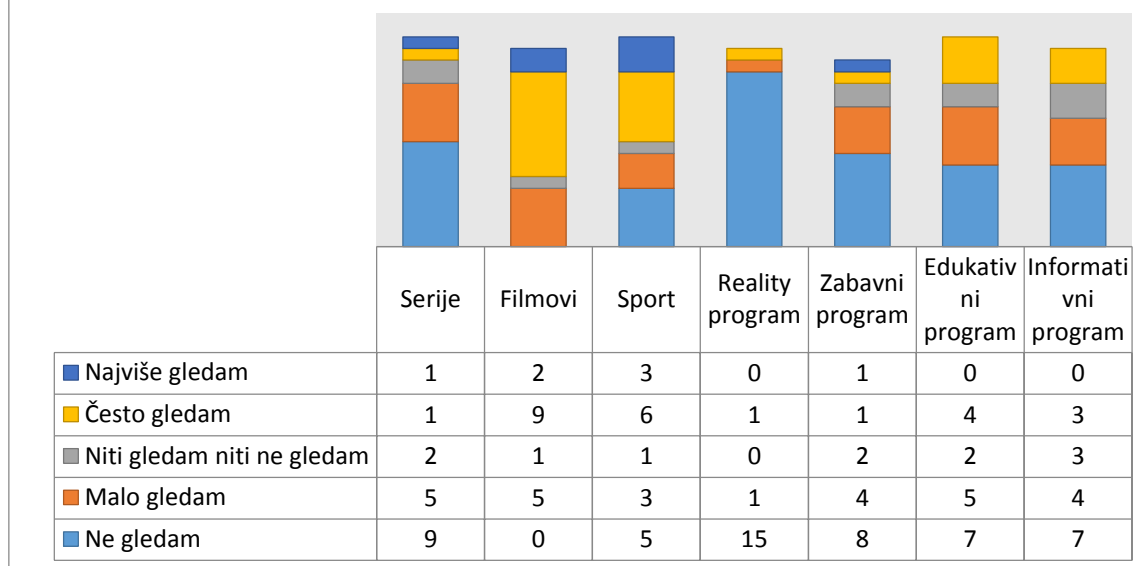


Grafikon 9.

Grafikon 9. daje nam prikaz rezultata na pitanje s kim naši ispitanici gledaju TV. Ponuđeni odgovori su a) Sa roditeljima; b) Sa bratom/sestrom; c) Sam/sama.

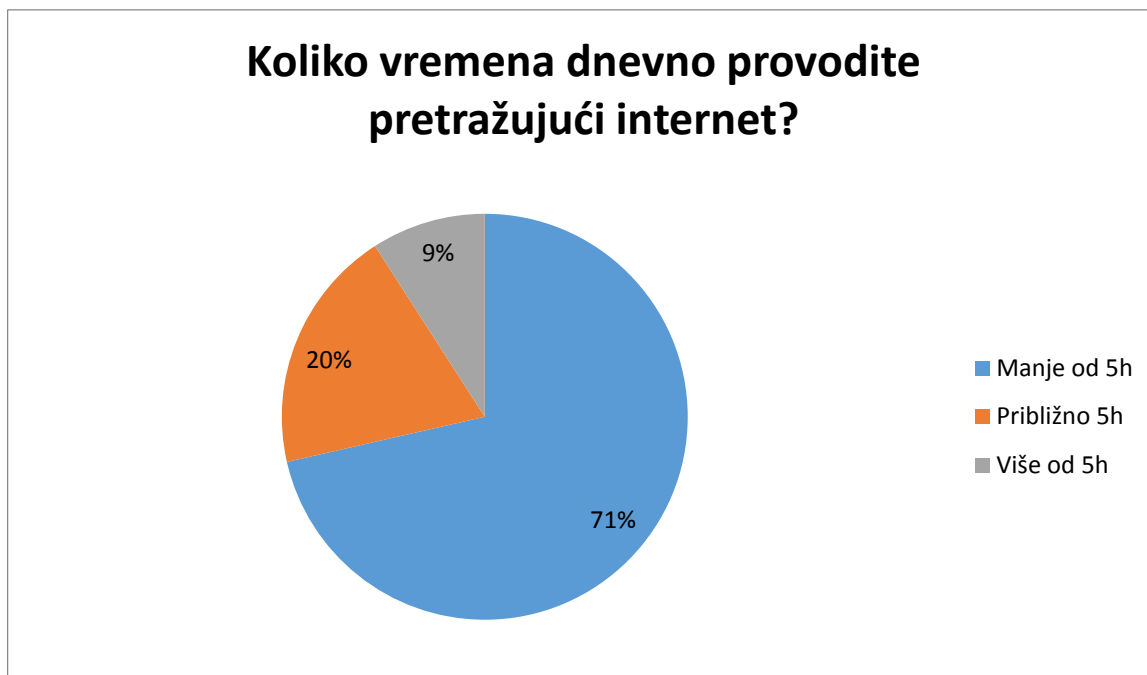
Prvi ponuđeni odgovor bilježi 21%. Odgovor b) obilježilo je 11%, dok je najveći procenat pripao odgovoru c) koji govori da ispitanici TV gledaju sami, a on iznosi 68%. Kao i na prethodnom pitanju i ovdje smo željeli dokazati uzročno-posljedičnu vezu da ispitanici koji imaju televiziju u svojoj sobi i gledaju je sami, provode ispred televizora više od 5h. Ovim rezultatima naša pretpostavka nije tačna.

Koje programe najviše gledate?



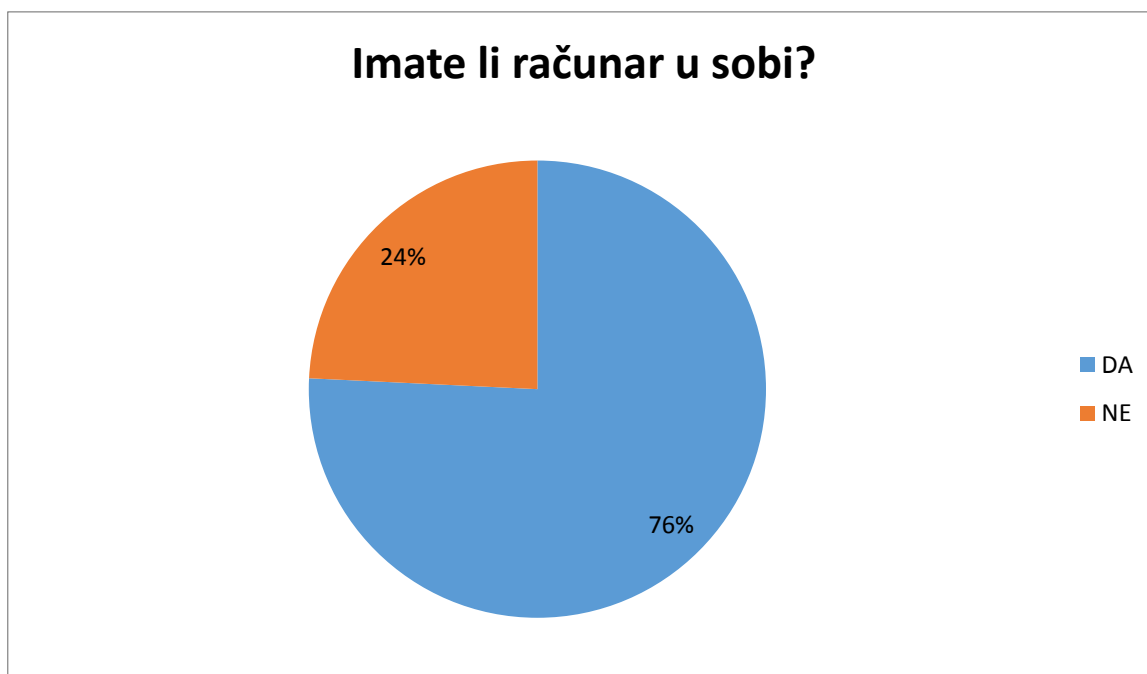
Grafikon 10.

Na grafikonu 10. slikovito smo prikazali, koje programene ispitanici najviše gledaju. Ispitanicima smo ponudili sedam različitih vrsta programa, a to su: serijski program, filmovi, sportski program, reality program, zabavni program, edukativni program i informativni program. Uz to, ponuđeni odgovori su: najviše gledam; često gledam; niti gledam niti ne gledam; malo gledam; ne gledam. Naši ispitanici najmanje gledaju reality program, malo gledaju edukativni, serijski i filmski program. Niti gledaju niti ne gledaju informativni program, dok često i najviše gledaju filmovi i sportski program.



Grafikon 11.

Jedanaestim pitanjem naše ankete došli smo do podataka koliko vremena dnevno ispitanici provode pretražujući internet. Najveći procenat na ovom grafikonu iznosi 71% koji označava prvi ponuđeni odgovor, odnosno manje od 5h. Njih 20% pretražuju internet približno 5h, dok više od 5h za računarom, laptopom ili tabletom provodi 9% ispitanika.

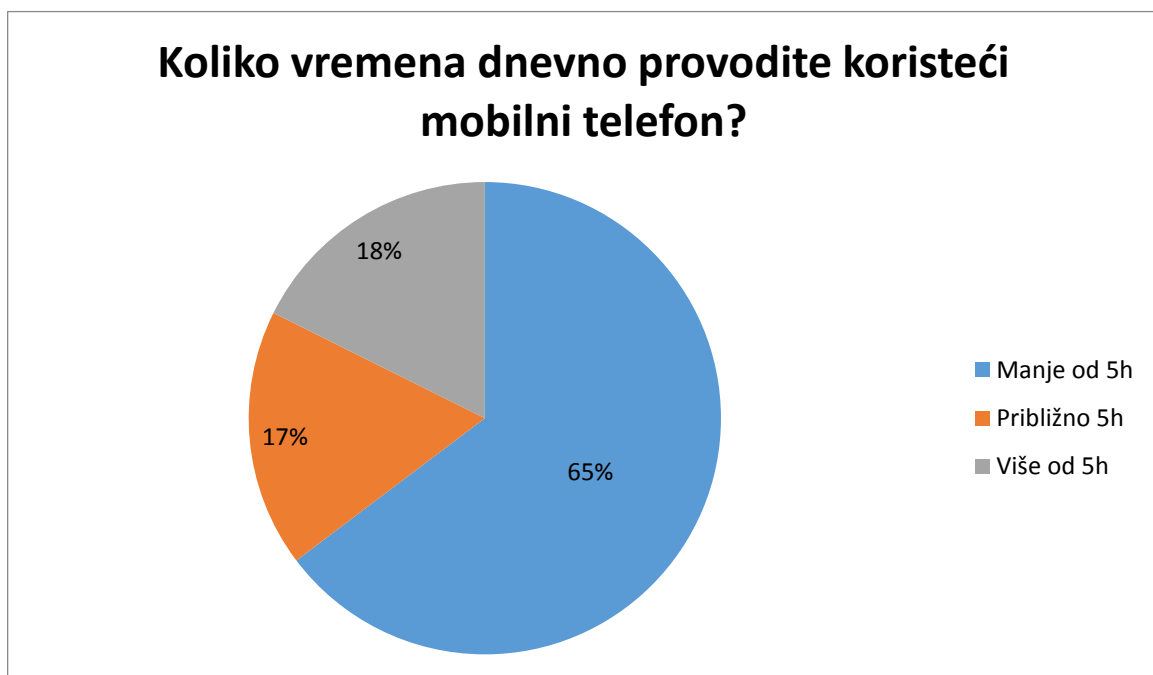


Grafikon 12.

Grafikon 12. predstavlja dobijene podatke o posjedovanju računara/laptopa/tableta u sobi. Ispitanici su mogli označiti samo jedan od dva ponuđena odgovora, koji govore o tome da li posjeduju ili ne posjeduju računar/laptop/tablet u svojoj sobi. Njih 76% posjeduje, dok 24% ne posjeduje računar u svojoj sobi.

Ovim pitanjem smo željeli dokazati našu pretpostavku da ispitanici zbog posjedovanja računara/laptopa/tableta u svojoj sobi više vremena provode pretražujući internet. Prikazanim rezultatima naša pretpostavka nije dokazana. Nakon odgovora o posjedovanju računara/laptopa/tableta, ispitanici su istakli šta to najviše pretražuju na internetu. Iako većina njih pretražuje youtube i društvene mreže poput Instragrama i stvari vezane za školu, ističemo i najzanimljivije komentare:

- „Sportske programe i historijske događaje u svijetu.“
- „Na internetu najviše pretražujem podatke o vojnim vozilima iz svijeta i igram igre na računaru.“
- „Vrijeme, ponekad sport, neke videe o šminkanju i smiješne videe.“
- „Citate o životu.“



Grafikon 13.

Na grafikonu 13. predstavljeni su odgovori na posljednje pitanje naše uvodne ankete. Ono se ticalo toga koliko vremena ispitanici dnevno provode koristeći mobilni telefon. Najveći dio naših ispitanika, odnosno 65% telefon koristi manje od 5h dnevno. Približno 5h telefon koristi 17%, a 18% su oni koji provode više od 5h uz svoj mobilni telefon. Pored zabilježenih

odgovora, ispitanici su imali priliku da daju obrazloženje za šta najviše koriste mobilni telefon. Svi ispitanici su se složili oko toga da vrijeme provedeno na telefonu koriste za društvene mreže, pozive sa roditeljima i prijateljima.

ZAVRŠNA ANKETA UČENIKA OŠ „MIROSLAV KRLEŽA“ U ZENICI

Nakon što su ispitanici završili izazov „5 dana bez ekrana“, Sproveli smo i završnu anketu koja se sastoji od 4 pitanja. Ovom anketom smo htjeli provjeriti da li su se navike bez ekraničkih medija promijenile ili su ostale iste.

1. Pitanje – Šta se promijenilo od navika u ovih 5 dana?

Prvim pitanjem smo željeli doći do podataka o tome koje su se navike promijenile tokom izazova. Svi ispitanici su popravili svoje ocjene u školi a neki od njihovih dodatnih odgovora su:

- *„Više sam se družio sa prijateljima, čitao knjigu, poboljšalo mi se zdravlje najviše vid, pričao sam više sa roditeljima.“*
- *„Promijenio sam naviku šta radim poslije škole. Prije ovoga sam kad bi došao kući spavao, a sad kad dođem kući pospremim svoju sobu i nakon toga izađem napolje.“*
- *„Poboljšao sam spavanje, bolje sam radio svoj trening.“*
- *„Promijenio sam ponašanje i pomagao sam ocu u mnogočemu.“*
- *„Nisam više lijen.“*



Grafikon 14.

Grafikon 14. je slikoviti prikaz rezultata na pitanje „Da li vam je komunikacija poboljšana? Ponuđenim odgovorima, ispitanici su mogli istaći da li im je komunikacija poboljšana ili ne. Oni koji su rekli da jeste spadaju u grupu ispitanika od 83%, a suprotno njima je grupa od 17% kojima se komunikacija nije popravila.



Grafikon 15.

Na grafikonu 15. prikazano je i pitanje o tome da li je predah od ekrana ispitanicima dobro došao, kao i odgovori na isto. Jasno vidljivo jeste da je većina ispitanika, sa 77% istaklo da im je predah dobro došao, dok je 23% reklo suprotno.

1. Pitanje – Šta biste drugima preporučili?

Svi ispitanici su dali svoj autentični odgovor i preporuku drugima da li trebaju pokušati ovaj izazov. Neki od njihovih komentara su:

- „Pokušajte ovaj izazov. Na početku bude teško, ali kasnije bude mnogo lakše. Zadnji dan nisam ni osjetio, nisam uopšte imao potrebu da koristim ekran. Nikad ne odustajte!“
- „Svima bih preporučila da ostave mobilne uređaje i da se bez njih može. Imamo više vremena za porodicu, sport, zabavu.“

- *„Preporučio bih drugima da nađu neku zanimaciju kojoj bi zamijenili vrijeme provedeno na ekranima ili da postepeno smanjuju vrijeme provedeno na ekраниčnim uređajima dok se ne odviknu.“*
- *„Ja bih preporučila drugima da pokušaju kao moj razred i ja. Ovo je jedno lijepo iskustvo i voljela bih da i drugi razredi iz škole ovo pokušaju.“*
- *„Bez ekrana se može i to nije bitno koliko ljudi smatraju i posvećuju vrijeme. Svi trebamo probati i možda pronađeno neki sport u kojem smo dobri, bolje ćemo upoznati okoliko i nova prijateljstva.“*

PETODNEVI DNEVIK RADA UČENIKA OŠ „MIROSLAV KRLEŽA“ U ZENICI

Učenici i roditelji su u toku 5 dana projekta zajedno vodili dnevnik rada i tu zapisivali svoje aktivnosti na ekраниčkim uređajima. Dnevnici rada su napravljeni posebno za učenike, posebne za roditelje. Petodnevni dnevnik rada je imao za cilj da učenici i njihovi roditelji svaki dan po kategorijama zapisuju svoju aktivnost na ekраниčkim uređajima. U dnevniku rada nalaze se tri kategorije: televizija, mobilni uređaji i internet te bodovi pored svake kategorije.

Ispod svake kategorije, ispitanici su trebali pisati nivo aktivnosti koji provedu na određenom uređaju, te broj bodova ostavljenih za taj dan. Nivo aktivnosti i bodove smo definisali:

1. Danas nisam gledao/la televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj nikako (1 bod)
2. Danas sam samnjio/la vrijeme provedeno gledajući televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj (0,5 bodova)
3. Danas sam gledao/la televiziju, koristila internet/mobilni uređaj kao i obično (0 bodova)

Nakon svake kategorije, učenici i roditelji, su po završetku izazova pisali završne komentare.

Učenici i roditelji OŠ „Miroslav Krleža“ uspješno su završili svoj petodnevni izazov i ostvarili ukupno 37 bodova. Po njihovim komentarima ovaj izazov za njih je bio pomalo težak, izazovan, ali i jako zanimljiv.

Zbog velikog obima prikupljenih podataka i komentara, u nastavku donosimo samo najzanimljivije komentare učenika i njihovih roditelja po kategorijama tokom i nakon završenog izazova. U dogovoru sa roditeljima, identitet učenika će ostati anoniman.

Komentari učenika OŠ „Miroslav Krleža“ na kategoriju „Televizija“

- *„Danas nisam gledao TV jer ga inače i ne gledam, čitao sam knjigu, izašao sa drugovima na polje.“*
- *„Jednostavno ja nikako ne gledam televiziju jer ja to smatram dosadnim i neadekvatnim.“*
- *„Vrijeme inače ne provodim gledajući TV tako da za svaki dan nisam se ni okrenuo prema televizoru.“*
- *„Danas sam smanjio vrijeme gledajući TV i to sam vrijeme posvetio svojoj porodici i sebi.“*
- *„Danas nisam nikako gledala TV. Družila sam se sa svojim roditeljima, išli smo šetati u grad. Došla sam kući, ponovila nešto za školu i otišla spavati.“*
- *„Prva dva dana nisam smanjio gledanje televizije jer sam bio bolestan i proveo sam mnogo vremena gledajući TV. Treći dan sam smanjio gledanje televizije i to vrijeme iskoristio pomagajući ocu. Četvrti i peti dan nisam nikako gledao televiziju, izašao sam vani i pomagao roditeljima.“*
- *„Vrijeme koje bi inače proveo pred televizorom iskoristio sam tako što sam pročitao lektiru, igrao košarke sa prijateljima, svirao gitaru, više sam učio i svirao.“*
- *„Prvi dan mi je bilo jako zanimljivo, vrijeme sam provodila sa prijateljicom. Narednih dana, nije bilo strašno, TV mi nije nedostajao jer sam vrijeme provodila sa svojim kućnim ljubimcima i prijateljima.“*
- *„Inače TV gledam samo pred spavanje, a to sam sada zamjenio igrajući društvenih igara.“*
- *„Svaki dan sam gledala seriju, ali osim toga nisam nikako gledala TV. Više sam se družila sa mamom i pravile smo palačinke zajedno.“*
- *„Čuvali smo se pravila i nismo gledali televiziju. Izašli smo i provodili vrijeme zajedno. Svaki dan je prošao bez smetnji i poteškoća.“*

Završni komentari učenika OŠ „Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- *„Nisam mislio da ću ikad ovo reći, ali moguće je biti bez ekraničnih medija.“*
- *„Bilo je zanimljivo učestvovati u projektu. Imala sam više slobodnog vremena koje sam posvetila prijateljima i porodici. Razgovarali smo o raznim stvarima, vodili debate, smijali se i zabavljali.“*

- *„Tokom ovih pet dana osjetio sam dosta promjena. Shvatio sam da sam bio ovisnik o TV. Prva dva dana je bilo veoma teško ispuniti ovaj cilj, ali kasnije je bilo puno lakše. Naučio sam kuhati novo jelo, više sam se igrao sa prijateljima i čitao sam više.“*
- *„U mom slučaju na dnevnoj bazi ja nemam potrebe koristiti televiziju, zato je bilo lako.“*
- *„Danas većina ljudi prekomjerno koristi televiziju. Najveće promjene se dešavaju u ponašanju. Osjećao sam se radosnije i uživao bih u svemu što bih radio.“*
- *„Ovaj projekat mi se veoma svidio jer sam vidjela da se može bez TV. Družila sam se više sa svojim roditeljima, gotovo svaku noć smo išli šetati gradom.“*
- *„Svako večer i skoro svaki ručak provodio sam više vremena sa svojim roditeljima, više mo izlazili i više pričali o svakom danu nego gledali TV.“*
- *„Više sam se družio sa svojim roditeljima i popravio ocjene u školi.“*

Komentari roditelja učenika OŠ „Miroslav Krleža“ na kategoriju „Televizija“

- *„Vrijeme provedeno ispred televizije zamjenili smo izletima i posjeti drugih gradova.“*
- *„Pridržavali smo se maksimalno i nismo palili TV nikako.“*
- *„Sve ove dane gledala sam TV samo u terminima od 22:00 do 22:30, kada svi idu spavati.“*
- *„Nismo palili TV. Nakon obavljenog zajedničkog ručka i kafe, imali smo porodičnu šetnju. Bilo je super!“*
- *„Volim gledati televiziju prije i poslije posla jer me to opušta pa je ovo bilo nemoguće za mene.“*
- *„Provodili smo dane sve više i više sa djecom, komunicirali i uglavnom uspostavljali bolje komunikacijske veze.“*
- *„Čitala sam knjigu i pravila palačinke s djecom.“*
- *„Prvi dan bez televizora je bio jako neobičan, ali smo dan proveli odlaskom u prirodu sa djecom, druženjem i igrom. Svaki naredni dan iskoristili smo za odlazak u kino, zajednički ručak, posvetili se kućnim ljubimcima, a najviše smo čitali knjige.“*
- *„Inače TV imam vremena gledati samo pred spavanje, pa sam gledanje zamjenila knjigom.“*
- *„Umjesto televizije, pred spavanje sam s djecom igrala „Ne ljuti se čovječe“*
- *„Svaki put kada bi mi se gledala televizija isla bih u setnju.“*
- *„Slobodno vrijeme provela sam u šoping u društvu prijateljice. Kupila sam sebi lijepu haljinu.“*

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“

- *„Život bez ekrana danas baš i nije moguć, ali to vrijeme treba skratiti i upotrijebiti za što više razgovora, druženja sa porodicom i prijateljima.“*
- *„Sinoć sam napokon imao izlazak sa prijateljima.“*
- *„Svako večer smo pravili kolače. Inače ne dopuštam petljanje u kuhinji, ali ovaj put sam popustila i kolač je ispao super.“*
- *„Bez televizora se itekako može. To nam oduzima vrijeme i zaboravimo na svoje drage osobe. Dani bez gledanja TV iskoristili smo jako dobro jer smo se dosta družili, smijali i uživali svi zajedno,“*
- *„Kao i svakog dana u toku večeri razgovaramo, ali u toku izazova imali smo više vremena za zajedničko druženje.“*
- *„Obavio sam nekoliko poslova više nego inače, jer sam imao više vremena.“*
- *„Bila sam istrajna i nije mi bilo teško. Svaku noć smo šetali, a to se ne dešava baš često, osim ako idemo u kupovinu.“*

Komentari učenika OŠ „Miroslav Krleža“ na kategoriju „Internet“

- *„Smanjio sam internet na minimum.“*
- *„Vrijeme provedeno na internetu iskoristila sam za izlazak vani.“*
- *„Veoma rijetko pretražujem internet. Ova zabrana mi nije teško pala.“*
- *„Danas sam uz internet proveo 30 minuta da odgovorim na poruke.“*
- *„Računar skoro nikad ne koristim i tokom ovih 5 dana nisam ga koristio nikako.“*
- *„Internet mi dođe kao zanimacija na dnevnoj bazi. Postao mi je kao navika koje se nemogu riješiti.“*
- *„Internet inače ne koristim pa mi nije bio u upotrebi.“*
- *„Nisam nikako koristila računar. Nije mi bilo teško zato što ga skoro nikad ne koristim.“*
- *„Računar nisam koristio. Jedva sam izdržao, ali sam uspio. To vrijeme sam iskoristio za čitanje lektire i odlazak na trening.“*
- *„Prvi dan mi je bilo jako teško izdržati bez interneta. Koristio sam ga pola sata što je ispod prosjeka. Ostali dani su bili lakši, igrao sam se sa prijateljima i razgovarao sa roditeljima.“*
- *„Nemam kompjuter.“*

- „Suzdržao sam se da ne koristim internet i uspio sam u tome. Veoma mi je drago.“
- „Koristio sam internet kao i obično jer mi je cura zaprijetila da će me ostaviti ako joj se ne javim.“
- *Od prvog do trećeg dana internet sam koristio u sve manjim i manjim mjerama, no ostalim danima sam skroz prekinuo. Vrijeme sam provodio trenirajući i učeći.“*

Završni komentari učenika OŠ „Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“

- „Nisam poželio pretraživati internet. Vise sam se družio sa roditeljima.“
- „Ovaj izazov mi je bio najteži, jer sam se morao odvojiti od svijete droge. Nisam vjerovao da mogu izdržati bez njega. Na početku je bilo jako teško i internet sam smanjio na minimum. Čitao sam knjige, družio se sa prijateljima, igrao košarke, svirao i pjevao. Tek sada vidim da mi život može biti zabavan i zanimljiv i bez interneta.“
- „Ne koristim internet i mogu bez njega. Slobodno vrijeme sam provela sa najboljom prijateljicom igrajući se sa macim i učenjem za školu.“
- „Nije mi bilo teško jer inače ne koristim internet.“
- „Nisam mogao bez interneta i informacija sa interneta.“
- „Ja veoma rijetko pretražujem internet. Ova zabrana mi nije teško pala.“
- „Internet nisam koristila jer se nisam imala skim dopisivati.“

Komentari roditelja učenika OŠ „Miroslav Krleža“ na kategoriju „Internet“

- „Vrijeme koje bi inače provodila na internetu, provela sam u druženju sa porodicom.“
- „Cijelu sedmicu nisam koristila računar. Inače rijetko palim računar za svoje potrebe.“
- „Ja inače ne koristim internet puno na dnevnoj bazi tako da je ovo vrijeme bez interneta bilo lako.“
- „Imala sam poslovnih i kućnih obaveza pa samim tim i manje vremena za internet.“
- „Svih pet dana bez interneta dobili smo više vremena za druženje sa djecom, odlaske na večere i izlete, druženje sa dragim osobama.“
- „Vrijeme koje koristim za surfanje na internetu je poslije posla uz kafu. To sam sada zamjenila kupovinom potrebnih i nepotrebnih stvari.“
- „Manje sam vremena provela za računarom, nego inače. Uspijela sam oprati prozore, a odavno nisam imala vremena za to.“

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“

- *„Kako je samo lijepo posmatrati grad kroz čiste prozore.“*
- *„Svako malo smo jedni druge podsjećali da ne koristimo internet. Bilo nam je teško, ali smo uspjeli. Poslije posla i škole odlazili bi u dječiji centar i tamo bi pravili nakit.“*
- *„Dani bez interneta su iskorišteni jako efektivno i efikasno. Život brzo prolazi tako da na prvo mjesto trebamo staviti svoju djecu i više vremena provoditi sa njima. Internet trebamo iskoristiti u jako malim količinama jer oduzima nam jako dosta vremena i zapostavljaju životne prioritete.“*
- *„Obavio sam više poslova nego inače jer sam imao više vremena.“*
- *„Ovih pet dana internet nisam poželjela i više sam vremena provela u druženju sa prijateljima.“*

Komentari učenika OŠ „Miroslav Krleža“ na kategoriju „Mobilni telefon“

- *„Svaki dan sam pet dana koristio mobitel za komunikaciju sa roditeljima i prijateljima. Da sam bio pet dana bez mobitela ne znam kako bi našao druge stvari za zabavu.“*
- *„Smanjio sam korištenje mobitela i to vrijeme sam kvalitetno iskoristio.“*
- *„Ovih 5 dana je bilo jako teško, ali sam uspio. Stavio sam mobitel u ladicu inisam ga nikako vadio.“*
- *„Smanjio sam korištenje mobitela, ali sam našao curu, pa sam se sa njom morao čuti.“*
- *„Mobitel nisam mogao izbaciti skroz iz upotrebe, ali sam smanjio korištenje.“*
- *„Prva dva dana nisam mogao bez mobitela, ali ostale dane sam izdržao bez problema.“*
- *„Tokom 5 dana mobitel sam koristio samo da pogledam notifikacije.“*
- *„Smanjio sam korištenje mobilnog telefona, a to vrijeme sam iskoristio za izlazak sa prijateljima.“*
- *„Svih 5 dana sam mislila na mobitel, bilo mi je baš teško, ali sam izdržala.“*
- *„Jako teško svih 5 dana. Mobitel mi je postao opsesija. Jedva sam čekala da prođe 5 dana i da ponovo koristim mobitel.“*
- *„Mobitel koristim samo da se javim roditeljima. Slobodno vrijeme sam provodio na treninzima.“*

- „Vrijeme koje bih proveo na mobitelu iskoristio sam za crtanje.“

Završni komentari učenika OŠ “Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“:

- „Bez mobitela se može.“
- „Ovaj mi je izazov bio najlakši jer nisam ovisnik o mobitelu. Koristio sam ga samo da se javim na poziv. Osjetim da mi se i vid popravio.“
- „Bez mobitela je bilo teško. Vrijeme koje bih provela na mobitelu teško sam ispunila. Bilo mi je dosadno, ali sam više pričala sa roditeljima i razgovarala o ekskurziji.“
- „Kako sam koristio mobitel, dobro sam.“
- „Kako sam manje koristio mobitel popravio sam ocjene.“
- „Mobitel sam koristila navečer pred spavanje pet minuta da navijem alarm za sljedeće jutro. Mobitel sam koristila u školi kako bi se javila roditeljima poslije nastave. Ovo mi se veoma sviđjelo jer nisam bila upućena u neke po meni nebitne novosti. Mami sam više pomagala u kuhinji pravile kolače i pospremale kuću.“
- „Od mobitela se lako odviknuti jer nije toliko potreban.“
- „Mislio sam da ovo neću nikad reći, ali bez mobitela se definitivno može“
- „Nisam imao veliku potrebu za korištenje mobitela.“
- „Na sebi sam primjeti da sam bez korištenja mobitela manje nervozan i više druželjubiv“

Komentari roditelja učenika OŠ “Miroslav Krleža“ na kategoriju „Mobilni telefon“:

- „Mobilni telefon sam koristio samo za pozive.“
- „Prvi dan dobila sam inspiraciju da naslikam konje. Peti dan slika se nalazi na zidu u hodniku.“
- „Telefon mi isključivo služi za slanje poruka.“
- „Jedna kolegica je objavila da imam projekat koji traje 5 dana. Svi su mi prestali slati poruke.“
- „Od prvog do petog dana je bilo tesko, ali sam vrijeme provela u društvu sa mužem i djecom, a našla sam vremena i za sebe.“
- „Mobitel mi je potreban na poslu, ali ga kući nisam koristila.“
- „Mobitel sam koristila pola sata pred spavanje da pročitam poruke. Imala sam više vremena za porodičnu šetnju i bila sam mnogo ispunjena zbog toga.“

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Miroslav Krleža“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobilni telefon“

- *„Vidjela sam da se zaista može bez ove tehnike, ali ne duže od 5 dana.“*
- *„Sve se može kada se hoće.“*
- *„Bez mobilnog telefona je jako teško jer tempo života i poslovne obaveza iziskuju korištenje mobilnog telefona.“*
- *„Sin i ja smo se trudili da olakšamo dane jedno drugom pa smo ih provodili zajedno.“*
- *„Više vremena smo provodili zajedno. Ranije smo išli na spavanje i dnevne aktivnosti smo obavljali na vrijeme što se ranije nije dešavalo.“*
- *„Bez mobilnog telefona mi je bilo prelagano.“*

Nakon završenog projekta „Pet dana bez ekrana“ u OŠ „Miroslav Krleža“ u Zenici, razgovarali smo sa nastavnicom Lejlom Dedić koja nam je dala svoj komentar i viđenje na ovaj projekat: *„Kada sam pročitala u zbornici o projektu djelovalo mi je zanimljivo. Kad sam predložila đacima, nisu bas bili oduševljeni, ali su pristali. U našoj školi već dvije godine važi pravilo da djeca ne smiju koristiti mobitel u školi, na odmoru ili školskom dvorištu.“*

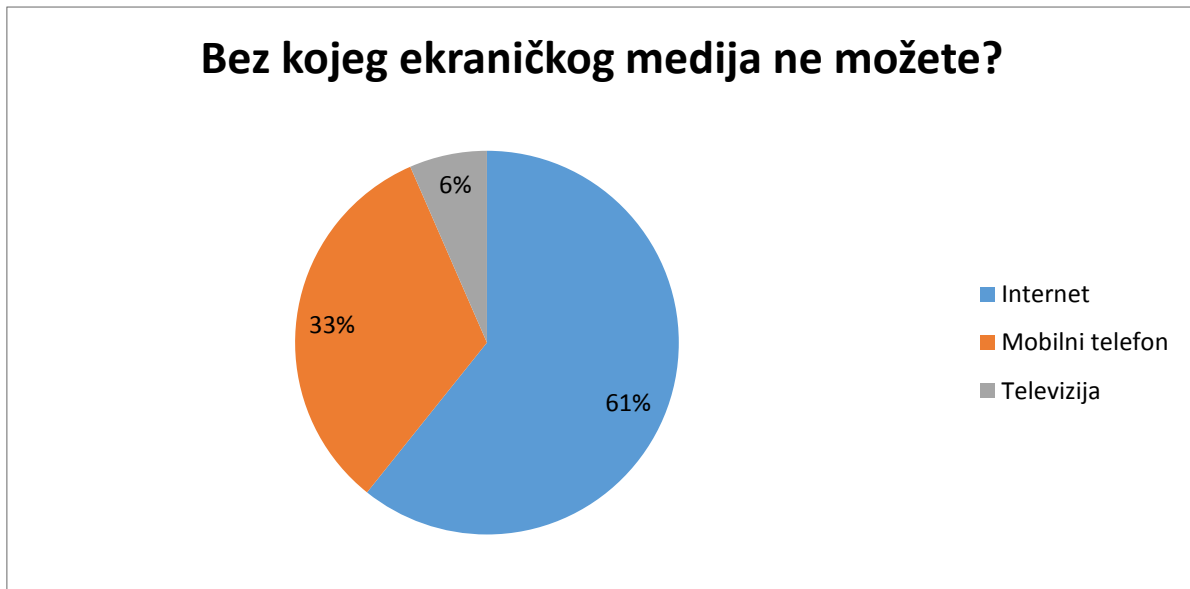
„Mislila sam da će im zbog toga biti lakše, ali su mi đaci rekli da sve to vrijeme bez mobitela nadoknade kući. Žalili su se da neće moći izdržati, da mogu bez TV-a, ali bez mobitela ne mogu, ali na kraju izaziva smo ipak vidjeli da je sve moguće. Pronašle su nove aktivnosti za koje nisu znali da su zanimljivi, više su se družili sa vršnjacima, međusobno, sa roditeljima komunicirali, više su učili i popravili ocjene. Bilo je i onih koji nisu mogli izdržati, jer jednostavno nisu htjeli.“

„Svjesni smo da su djeca ovisna o mobitelu i internetu i to na njih utiče kao droga i ako ne koriste mobitel određeni period, uđu u „krizu“. Također, roditelji su shvatili da su i djeca i oni ovisni i da previše vremena provode na ekranima.“

Nastavnica je i sama učestvovala u projektu te dala iznijela i svoje iskustvo: *„I sama sam učestvovala u projektu. Muž i ja samo de dogovorili da ćemo ostaviti mobitele i da ćemo se više posvetiti porodici. Shvatila sam da, kad me dijete nešto pita, ja mu kaže „Čekaj“ „Stani“ da bi pogledala nešto na mobitelu, a ustavri nisam bila svjesna da možda mom djetetu treba pomoć. Mislim da je ovaj projekat svima dobro došao“*

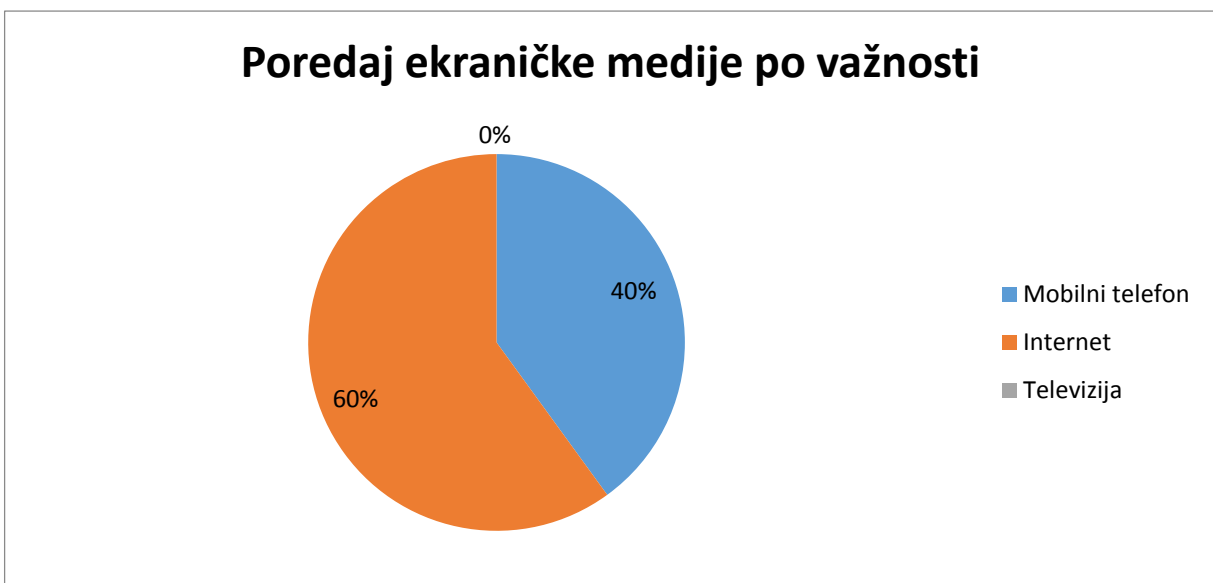
Nakon obrade svih komentara, možemo reći da je naš izazov ispunio naša očekivanja i ispunio svoju svrhu. Učenici i roditelji su više vremena provodili zajedno, više su komunicirali i provodili slobodno vrijeme jedni sa drugima.

UVODNA PITANJA UČENIKA OŠ „VLADISLAV SKARIĆ“ U SARAJEVU



Grafikon 16.

Na grafikonu 16. predstavljeno je prvo pitanje i odgovori na isto. Na pitanje „Bez kojeg ekраниčkog medija ne možete?“ od 20 ispitanika, najveći procenat od 61% su oni koji su obilježili mibilni telefineternet. Nešto manji procenat od 33% su oni koji su rekli da ne mou bez mobilnog telefona, dok je najmanji procenat od 6% pripao televiziji.



Grafikon 17.

Na grafikonu 17. prikazani su rezultati važnosti ekraničkih medija za ispitanike. Za njih, najvažniji jeste internet kojeg čini 60%. Nakon interneta, mobilni telefon je sa 40% drugi po važnosti, dok za ispitanike TV ne predstavlja veliku važnost.



Grafikon 18.

Na grafikonu 18. predstavljeni su odgovori na pitanje kojim smo željeli saznati da li naši ispitanici mogu izdržati 5 dana bez ekraničkih medija.

Na grafikonu možemo vidjeti da je jednak broj ispitanika koji ne znaju ili misle da neće izdržati, a njihov procenat iznosi po 35%. Ostali ispitanici, njih 30% je reklo da mogu izdržati bez ekraničkih medija. Nakon ovog pitanja, ostavili smo slobodan prostor da svi ispitanici daju razlog za prethodni odgovor:

Neki od komentara ispitanika zašto bi izdržali:

- „Zato što u toku dana ne koristim toliko često ekraničke medije“
- „Vjerujem da mogu, jer ja iskreno vjerujem da ni svijet bio bolje mjesto bez telefona ukoliko bih imala MP3. Educirati se mogu u knjigama“
- „Jer imam dosta za učiti“
- „Jer bi slobodno vrijeme iskoristila da se družim sa roditeljima i prijateljima.“
- „Zato što mogu čitati knjige.“
- „Već sam bio u sličnoj kazni.“

Neki od komentara ispitanika zašto ne bi mogli izdržati:

- „Ovisan sam previše.“
- „Zato što neću moći izdržati da se ne dopisujem sa prijateljima.“
- „Jer sam se navikla i zabavno je.“
- „Da ne bih poludio.“

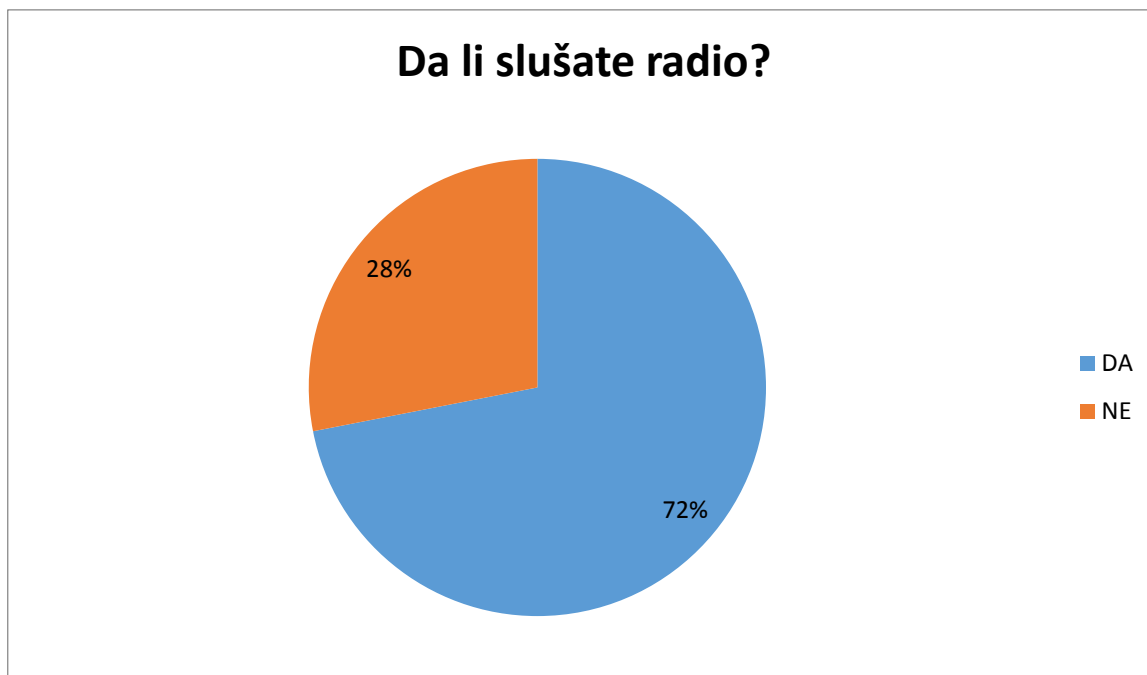
Neki od komentara ispitanika koji nisu sigurni da li će uspjeti:

- „Zato što me zanima šta se dešava na društvenim mrežama.“
- „Ako se potrudim uspjeh ću.“
- „Zato što sam 8 godina ovisan o ekraničkim medijima.“
- „Jednostavno nisam sigurna.“



Grafikon 19.

Grafikon 19. daje nam rezultate na četvrto pitanje naše ankete. Ono se odnosilo na vrijeme koje ispitanici dnevno odvoje za učenje. Najviše njih, od 64% uči manje od pet sati dnevno. Približno pet sati uči njih 25%, dok samo 11% na učenje potroši više od pet sati dnevno.



Grafikon 20.

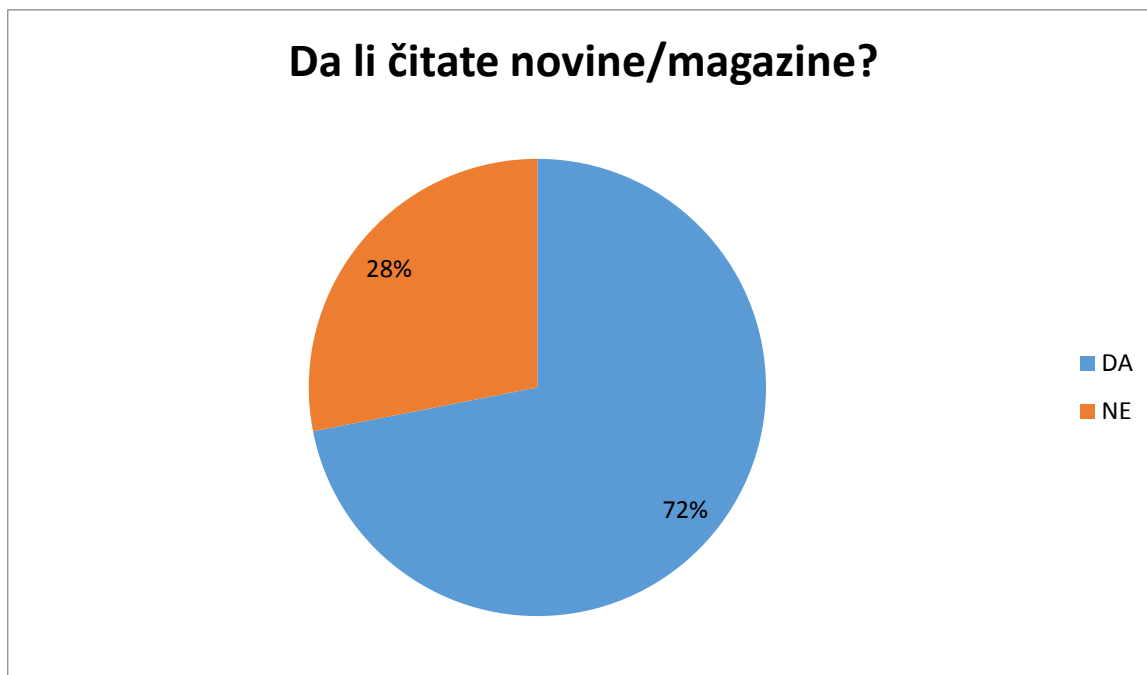
Grafikon 20. prikazuje odgovore na peto pitanje koje glasi „Da li slušate radio?“. Ispitanicima je data mogućnost da obilježe jedan od dva ponuđena odgovora i obrazlože svoj odgovor. Više od polovine, tačnije 72% ispitanika obilježilo je odgovor „Da“, dok je 28% ispitanika obilježili odgovor „Ne“. Svoje odgovore su potkrijepili i obrazloženjima.

Oni koji su obilježili odgovor „Da“, kao svoj razlog slušanja radija, rekli su sljedeće:

- „Najčešće u autu dok se vozim sa roditeljima“
- „Volim slušati staru muziku“
- „Mama sluša dok pravi ručak, pa i ja sa njom ponekad“

Suprotno njima, ispitanici koji su odgovorili sa „Ne“ su rekli sljedeće:

- „Nemam naviku da slušam radio“
- „To je dosadno i samo čujem vijesti i reklame“
- „To je zastarjelo“

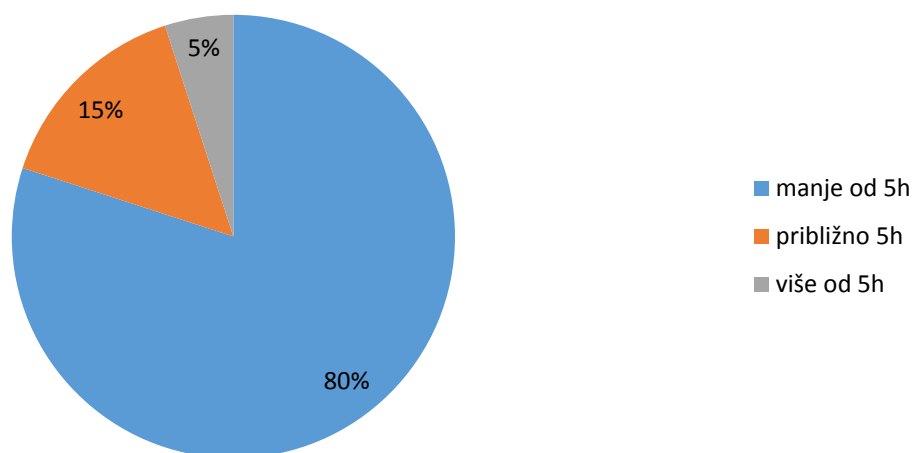


Grafikon 21.

Na grafikonu 21. slikovito su prikazani odgovori na sljedeće pitanje. Njime smo željeli doći do saznanja, da li naši ispitanici čitaju novine/magazine. Data im je mogućnost da potvrde ili negiraju ovu tvrdnju uz dodatno objašnjenje svog odgovora. Više od polovine onih koji su pristupili našoj anketi je potvrdilo ovu tvrdnju, te njihov procenat iznosi 72%. A oni koji su negirali da čitaju novine/magazine broji procenat od 28%. U narednom dijelu teksta izdvajamo komentare koje svrstavamo u dvije grupe, a to su oni koji su rekli „Da“ i oni koji su rekli „Ne“.

- „Čitam ponekad magazine koje kupi mama.“
- „Volim čitati teen magazine.“
- „U novinama ima dosta zanimljivih informacija.“
- „U novinama najviše voli čitati zanimljivosti sa putovanja.“
- „Novine ne čitam jer sve imam na netu i mobitelu.“
- „Novine više nisu u modi, to je samo za stare ljude.“

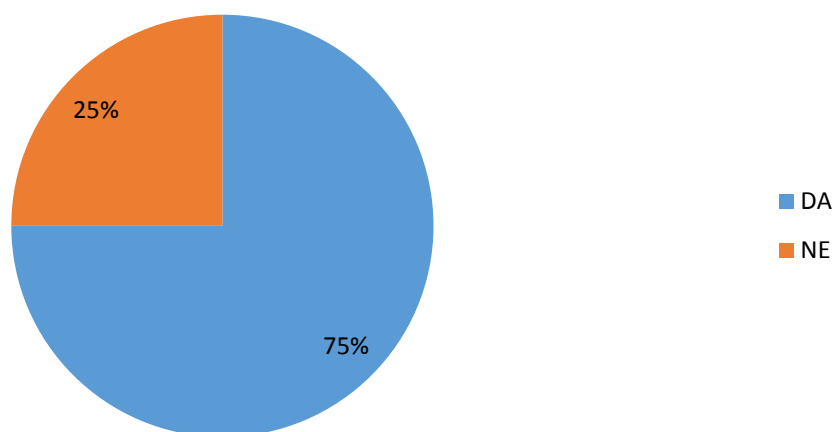
Koliko vremena dnevno gledate TV?



Grafikon 22.

Na grafikonu 22. dobili smo rezultate o vremenu koje provedu naši ispitanici. Najviše njih, tačnije 80% provede manje od 5h. Približno 5 h televiziju gleda njih 15%, a najmanji procenat pripada onima koji ispred televizije provede više od 5 sati, a njihov procenat jeste 5%.

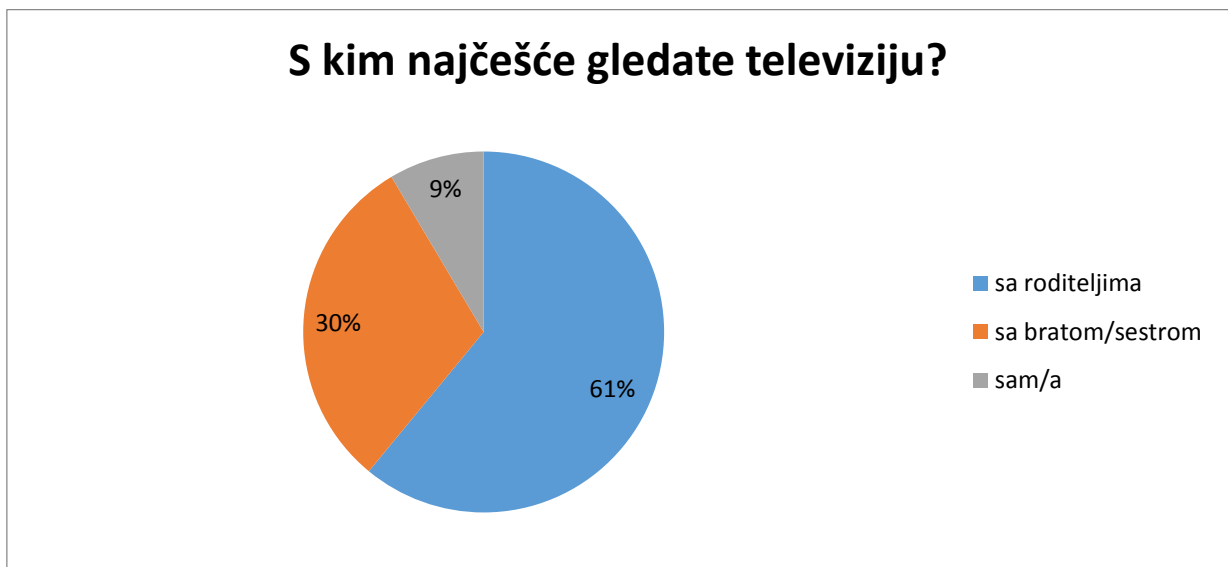
Imate li TV u svojoj sobi?



Grafikon 23.

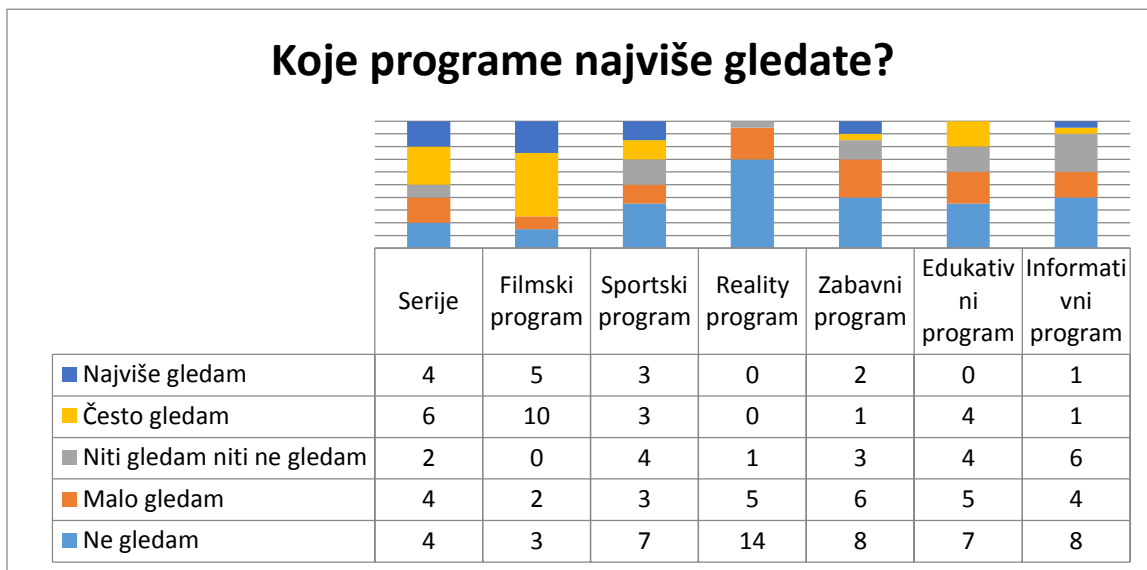
Na grafikonu 23. slikovito smo prikazali odgovore na nama veoma važno pitanje. Razlog zašto smo postavili ovo pitanje je da bi došli do mogućeg zaključka o činjenici da oni koji gledaju televizor više od 5h posjeduju televizor u svojoj sobi.

Na ovo pitanje dali smo mogućnost potvrde ili negiranja date pretpostavke. 75% onih koji su pristupili našoj anketi ima televizor u svojoj sobi, a 25% je onih koji nemaju. Iz ovih rezultata uočavamo da se naša pretpostavka nije uzročno-posljedična.



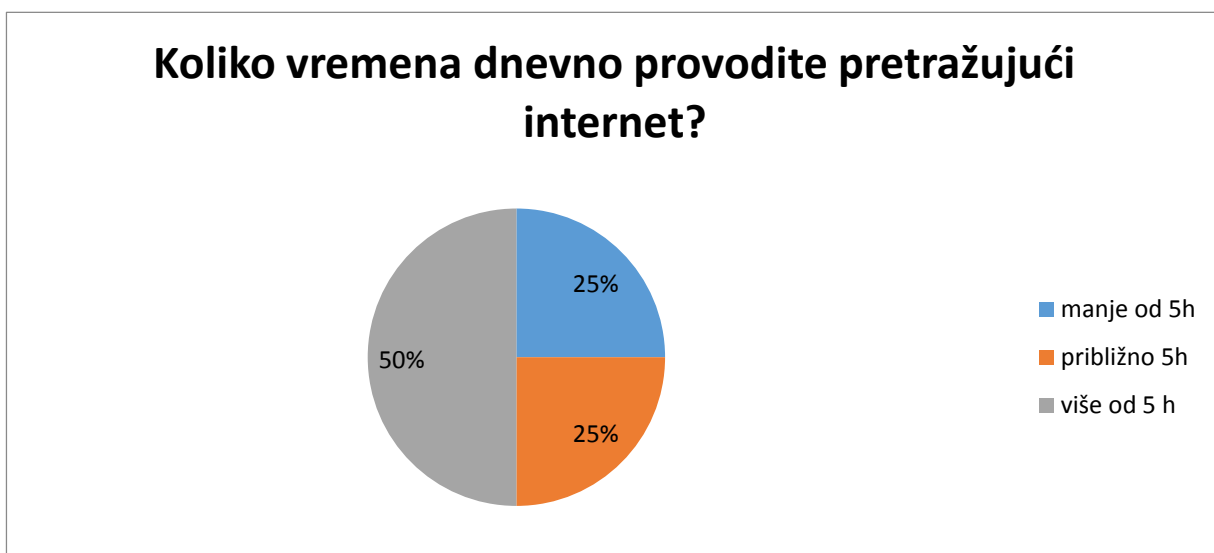
Grafikon 24.

Grafikon 24. daje nam prikaz rezultata na pitanje s kim naši ispitanici gledaju TV. Ponuđeni odgovori su a) Sa roditeljima; b) Sa bratom/sestrom; c) Sam/sama. Prvi ponuđeni odgovor bilježi 61%. Odgovor b) obilježilo je 30%, dok je najveći procenat pripao odgovoru c) koji govori da ispitanici TV gledaju sami, a on iznosi 9%. Kao i na prethodnom pitanju i ovdje smo željeli dokazati uzročno-posljedičnu vezu da ispitanici koji imaju televiziju u svojoj sobi i gledaju je sami, provode ispred televizora više od 5h. Ovim rezultatima naša pretpostavka nije tačna.



Grafikon 25.

Na grafikonu 25. slikovito smo prikazali, koje programene ispitanici najviše gledaju. Ispitanicima smo ponudili sedam različitih vrsta programa, a to su: serijski program, filmovi, sportski program, reality program, zabavni program, edukativni program i informativni program. Uz to, ponuđeni odgovori su: najviše gledam; često gledam; niti gledam niti ne gledam; malo gledam; ne gledam. Naši ispitanici najmanje gledaju reality program, malo gledaju zabavni, informativni i serijski. Niti gledaju niti ne gledaju sportski program, dok često i najviše gledaju filmski program.



Grafikon 26.

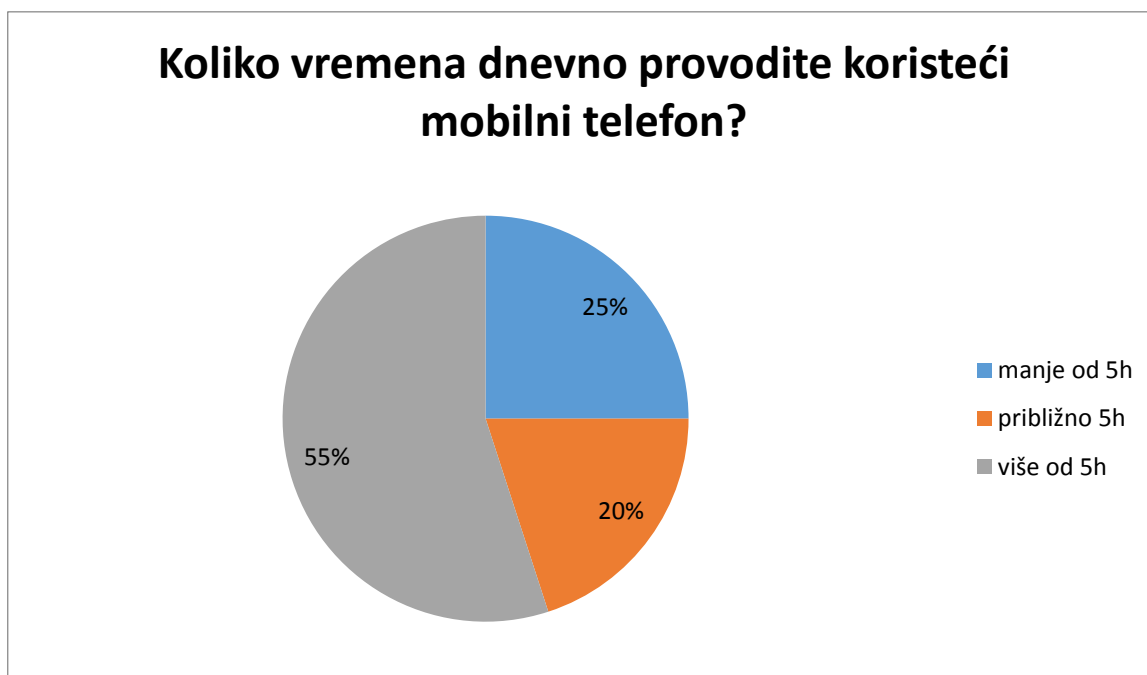
Dvadesetšestim pitanjem naše ankete došli smo do podataka koliko vremena dnevno ispitanici provode pretražujući internet. 50% ispitanika je odgovorilo da pretražuju internet više od 5h, a izjednačeni po procentu od 25% su oni koji internet pretražuju približno 5h i manje od 5h.



Grafikon 27.

Grafikon 27. predstavlja dobijene podatke o posjedovanju računara/laptopa/tableta u sobi. Ispitanici su mogli označiti samo jedan od dva ponuđena odgovora, koji govore o tome da li posjeduju ili ne posjeduju računar/laptop/tablet u svojoj sobi. Njih 90% posjeduje, dok 10% ne posjeduje računar u svojoj sobi. Ovim pitanjem smo željeli dokazati našu pretpostavku da ispitanici zbog posjedovanja računara/laptopa/tableta u svojoj sobi više vremena provode pretražujući internet. Prikazanim rezultatima naša pretpostavka je dokazana. Nakon odgovora o posjedovanju računara/laptopa/tableta, ispitanici su istakli šta to najviše pretražuju na internetu. Iako većina njih pretražuje youtube i društvene mreže poput Instragrama i stvari vezane za školu, ističemo i najzanimljivije komentare:

- „Kako dobiti besplatne stvari u igri, kodove, skidanje igrice, nešto za školu, kako napraviti animaciju od stvari kojih imam.“
- „Najviše pretrežujem nove filmove i serije koje izađu.“
- „Svakodnevne aktivnosti u svijetu.“
- „Serije i zabavne stvari.“
- „Zanimljive vijeti o poznatim.“
- „Najviše gledam video zapise i slušam muziku, a ponekad i edukativne emisije.“
- „Većinom gledam edukativne i naučne klipove na YouTubu.“
- „Sportske rezultate, golove i utakmice.“



Grafikon 28.

Na grafikonu 28. predstavljeni su odgovori na posljednje pitanje naše uvodne ankete. Ono se ticalo toga koliko vremena ispitanici dnevno provode koristeći mobilni telefon. Najveći dio naših ispitanika, odnosno 55% telefon koristi više od 5h dnevno. Približno 5h telefon koristi 20%, a 25% su oni koji provode manje od 5h uz svoj mobilni telefon. Pored zabilježenih odgovora, ispitanici su imali priliku da daju obrazloženje za šta najviše koriste mobilni telefon. Svi ispitanici su se složili oko toga da vrijeme provedeno na telefonu koriste za društvene mreže, pozive sa roditeljima i prijateljima.

ZAVRŠNA ANKETA UČENIKA OŠ „VLADISLAV SKARIĆ“ U SARAJEVU

Nakon što su ispitanici završili izazov „5 dana bez ekrana“, Sproveli smo i završnu anketu koja se sastoji od 4 pitanja. Ovom anketom smo htjeli provjeriti da li su se navike bez ekraničkih medija promijenile ili su ostale iste.

1. Pitanje – Šta se promijenilo od navika u ovih 5 dana?

Prvim pitanjem smo željeli doći do podataka o tome koje su se navike promijenile tokom izazova. Svi ispitanici su se složili da im se poboljšala komunikacija u porodici, a neki od njihovih dodatnih odgovora su:

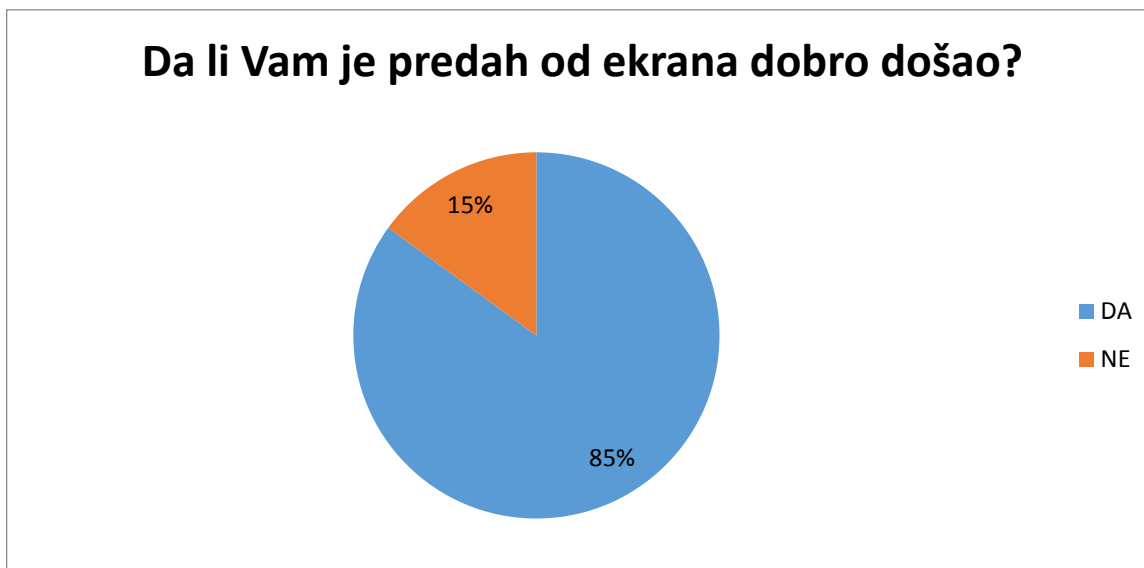
- „Više sam pomagao mami i družio se sa porodicom.“

- „Komunikacija među nama je puno bolja, puno smo stvari primjetili i primjenili.“
- „Promjenilo se vrijeme provedeno na ekraničkim medijima, drago mi je što je moja sestra učestvovala i bila najuspješnija u našoj porodici.“
- „Stekla sam bolje navike da učim više, izlazim u park sa drugaricama i sve to sa manjkom tehnologije.“
- „Manja ću koristiti uređaj u budućnosti.“
- „Od svojih navika promjenila sam to da kad odmaram ne koristim mobitel, TV-e i internet već knjigu.“



Grafikon 29.

Grafikon 29. je slikoviti prikaz rezultata na pitanje „Da li vam je komunikacija poboljšana? Ponuđenim odgovorima, ispitanici su mogli istaći da li im je komunikacija poboljšana ili ne. Oni koji su rekli da jeste spadaju u grupu ispitanika od 95%, a suprotno njima je grupa od samo 5% kojima se komunikacija nije popravila.



Grafikon 30.

Na grafikonu 30. prikazano je i pitanje o tome da li je predah od ekrana ispitanicima dobro došao, kao i odgovori na isto. Jasno vidljivo jeste da je većina ispitanika, sa 85% istaklo da im je predah dobro došao, dok je 15% reklo suprotno.

4. Pitanje – Šta biste drugima preporučili?

Svi ispitanici su dali svoj autentični odgovor i preporuku drugima da li trebaju pokušati ovaj izazov. Neki od njihovih komentara su:

- „Preporučujem da pokušaju, nemaju šta izgubiti.“
- „Preporučila bi svima 5 dana bez ekrana, zato što će im se popraviti navike.“
- „Da probaju ovaj izazov, poboljšaće se komunikacija i veza sa porodicom i što je najbitnije navike, a možda i život.“
- „Preporučila bi još mnogo djece da mogu živjeti bez interneta i da nije sve u tome.“
- „Da učine isto kao i ja, jer će se osjećati mnogo bolje.“
- „I drugima bi preporučila ovaj izazov jer je i meni bilo zabavno.“

PETODNEVI DNEVIK RADA UČENIKA OŠ „VLADISLAV SKARIĆ“ U SARAJEVU

Učenici i roditelji su u toku 5 dana projekta zajedno vodili dnevnik rada i tu zapisivali svoje aktivnosti na ekraničkim uređajima. Dnevnik rada su napravljene posebno za učenike, posebne za roditelje. Petodnevni dnevnik rada je imao za cilj da učenici i njihovi roditelji svaki dan po kategorijama zapisuju svoju aktivnost na ekraničkim uređajima. U dnevniku rada nalaze se tri kategorije: televizija, mobilni uređaji i internet te bodovi pored svake kategorije.

Ispod svake kategorije, ispitanici su trebali pisati nivo aktivnosti koji provedu na određenom uređaju, te broj bodova ostavljenih za taj dan. Nivo aktivnosti i bodove smo definisali:

1. Danas nisam gledao/la televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj nikako (1 bod)
2. Danas sam samnjio/la vrijeme provedeno gledajući televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj (0,5 bodova)
3. Danas sam gledao/la televiziju, koristila internet/mobilni uređaj kao i obično (0 bodova)

Nakon svake kategorije, učenici i roditelji, su po završetku izazova pisali završne komentare.

Pred početak izazova razgovarali smo i sa nastavnicom VIII-1 razreda, Esmom Čatović koj nam je kazala da je projekat veliki izazov i za djecu i roditelje, a i same nastavnike. „*Nadam se da ćemo se dobrovoljno odreći mobitela u korist dobre i zdrave komunikacije sa vršnjacima i roditeljima, druženja i boljeg učenja u školskoj godini.*“

Učenici i roditelji OŠ „Vladislav Skarić“ uspješno su završili svoj petodnevni izazov sa osvojenih 35 bodova. Po njihovim komentarima ovaj izazov za njih je bio pomalo težak, izazovan, ali i jako zanimljiv.

Zbog velikog obima prikupljenih podataka i komentara, u nastavku donosimo samo najzanimljivije komentare učenika i njihovih roditelja po kategorijama tokom i nakon završenog izazova. U dogovoru sa roditeljima, identitet učenika će ostati anonimn.

Komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Televizija“:

- „*Vrijeme koje bih provodila gledajući TV, posvetila sam učenju, pospremanju sobe i vježbanju.*“
- „*Vrijeme sam provodila učeći i igrajući se sa sestrom.*“
- „*TV sam gledala puno manje nego inače, tri dana nisam gledala nikako.*“
- „*Kada bi se mama vratila sa posla, umjesto gledanja televizije igrali smo se čovječe ne ljuti se, gledali stare slike i bilo nam je zabavno.*“
- „*Odmor od TV-a sam iskoritila učeći predmeta za školu.*“
- „*Televiziju nisam gledao, jer sam obećao da ću izdržati projekat.*“
- „*Televiziju ne gledam uopšte.*“
- „*Nisam dijete koje mnogo gleda televiziju, tako da mi ovaj izazov nije predstavljao veliki problem.*“

- „Televiziju sam zamjenio radeći zadaću, učio sam, igrao se sa sestrom i svi dani su mi bili ispunjeni.“
- „Umjesto što bi gledala televiziju i izležavala se, pomagala sam mami u kuhinji i raspremala svoju sobu.“
- „Smanjila sam korištenje televizije, imala sam drugih obaveza pa nisam stigla gledati, jedan dan sam sa porodicom gledala dječiju komediju.“
- „Zašto ne bih gledala televiziju, nije sve u knjigama npr. History Channel, gledala sam vrlo zanimljiv program o kraljici Elizabeti. Gledala sam TV kao i obično.“

Završni komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- „Televizija je jako korisna, nema razloga da je ne gledam, kraljica Elizabeta ima 90 godina, to do sad nisam znala.“
- „Shvatila sam da sam se više družila sa roditeljima i više radila zadaću.“
- „Uspio sam se oduprijeti ovisnosti.“
- „Ne volim gledati televizijske programe.“
- „Mnogo toga sam uradio i odmorio bez televizije. Može se zaključiti da na TV-u ima mnogo zanimljivih informacija, ali i raznih nebuloza.“
- „Ovih pet dana, bio je dobar podsjetnik da se može izdržati bez televizije.“
- „Nikad se više ovoliko družio sa mamom.“
- „Ni prije nisam posjećivao pažnju televiziji, ali sam shvatio da mi samo oduzima vrijeme koje mogu iskoristiti korisno i fino se odmoriti.“
- „Nisam imala želju za gledanjem televizije.“

Komentari roditelja OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Televizija“:

- „Vrijeme bez televizije provela sam u druženju sa djecom.“
- „Planirali smo kako provesti raspust na Vlačiću i prisjećali se dogotovština od prošle godine.“
- „Više sam pomagala mlađoj kćerci u rješavanju zadataka.“
- „Televizija mi je navika, volim pogledati dobar film ili sportski događaj.“
- „Televiziju ne gledam jer me to ne zanima.“

- „Inače ne provodim dosta vremena gledajući televiziju, više sam razgovarala sa djecom i pomagala im učenju.“
- „Odlučili smo umjesto gledanja televizije igrati društvenih igara. Našli smo stare albume, gledali slike i poredili vrijeme tad i sad.“
- „Televiziju gledam samo ciljano, uglavnom sport.“
- „Televiziju ne gledam nikad i nikako.“
- „Smanjila sam vrijeme gledajući televiziju zbog kućnih obaveza.“

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- „Mnogo je ljepše čuti i obratiti pažnju na onog ko nam se obraća, umjesto govoreći „ššš“ i slušamo „nešto bitno na TV-u“ barem se danas može TV vratiti a izgubljeni trenutak dječije pažnje nikad.“
- „Bez obzira na provedeno vrijeme ispred TV ekrana ja razgovaram svaki dan sa svojom prodicom.“
- „Nemam vremena za gledanje televizije.“
- „Definitivno je kuhinja moje središte kuće, pravim večeru i ručak za sutra, onda suđe, zadaća i spavanje i tako sve u krug.“
- „Ovih pet dana podjetili su nas na porodične vrijednosti, uspomene i sjećanja koliko su potrebni trenutci provedeni zajedno.“
- „Zbog mnogo obaveza ne gledamo televiziju.“
- „Bez televizije se može izdržati, ali samo jedan dan.“
- „Kuhinja i objedi su naša svakodnevica, djeca nam pričaju šta im se dogodilo tog dana te šta nas očekuje sutra.“

Komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Internet“:

- „Slobodno vrijeme sam koristila da pročitam knjigu „Krive su zvijezde“
- „Bez interneta sam uspjela četiri dana, petak je dan za internet i tako se odmaram.“
- „Probao sam smanjiti vrijeme koje provodim igrajući igrica, internet sam koristio samo za školske potrebe.“
- „Internet koristim samo kad su i potrebne informacije za prezentacije u školi.“
- „Svakog dana sam smanjivala upotrebu interneta.“
- „Kako nisam koristio internet više sam učio.“

- „Umjesto što bi koristili internet, mama i ja smo išli na trčanje Vilsom, sve vrijeme sam joj se smijao.“
- „Vrijeme koje bih inače iskoristila za igranje na računaru iskoristila sam za učenje i pravljenju novih jela.“
- „Na internetu sam provodio nešto više od 30 min, a ostatak sam učio.“
- „Jednostavno nisam imala želju za internetom.“
- „Vrijeme bez interneta sam proveo u čitanju knjige.“
- „Pretraživanje interneta je vrlo korisno, danas mi je trebalo za tehničko. Internet sam koristila kao i obično.“
- „Vrijeme provedeno bez interneta iskoristila sam u igrisima s sestrom i dugaricom.“

Završni komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“

- „Da nisam imala internet, ne bih imala 5 iz tehničkog.“
- „Internet mi nije bio potreban.“
- „Drago mi je što radim ovaj izazov, jer sam danas sa porodicom išla u šetnju.“
- „Iz dana u dan sve mi je lakše bez ekraničkih medija.“
- „Imao sam veliku želju za internetom, ali jednostavno sam radio i učio bez njega.“
- „Na internet uopšte nisam mislila i nije mi bio potreban.“
- „Primjetio sam da moja mama nema kondicije i da moramo na trčanje.“
- „Internet je vrlo koristan i informativan ali oduzima mnogo vremena koje možemo upotrijebiti na bolji način.“
- „Internet je dobra stvar ukoiko se koristi da bi saznali nešto novo, a loš ako gubimo vrijeme na igrice i društvene mreže.“
- „Tek sam shvatio da mogu bez interneta.“

Komentari roditelja učenika OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Internet“:

- „Internet sam koristio kao i obično, uglavnom da se informišem o događajima u svijetu i kod nas preko portala.“
- „Internet nisam koristila to vrijeme sam čitala knjigu koju sam nekad davno dobila na poklon.“
- „Internet nam je postao neophodan, ali sam smanjila njegovu upotrebu, više sam čistila kući i raspremala ormar.“

- „Računar koristim na radnom mjestu i to ne mogu izbjeći.“
- „Dane bez interneta iskoristila da sa sinom idem na trčanje. Bilo je zabavno i simpatično ali pomalo i žalosno jer mi je kondicija nula bodova.“
- „Internet koristim samo zbog posla, eventualno pročitam internet portale tako da mi to ne oduzima vrijeme sa porodicom. Ne koristim društvene mreže.“
- „Koristila sam internet kao i obično, ne oduzima mi vrijeme sa porodicom jer ga koristim ciljano.“
- „Zbog dnevnih obaveza nisam koristila internet, a slobodno vrijeme sam koristila šetajući sa roditeljima.“
- „Internet nastojim koristiti samo za edukaciju i informisanje.“
- „Ne znam kako, ali ću izdržati.“
- „Kad nemam poslovnih obaveza internet ne koristim.“
- „U danima kad nisam koristio internet pomagao sam djevojčicama u rješavanju zaostalih školskih obaveza, a pekli smo i kolačiće.“
- „Internet nisam koristila i ugodno sam provela vrijeme sa porodicom.“

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“:

- „Nije bilo veliko iskušenja biti bez interneta.“
- „Internet je neophodan u danjašnje vrijeme, samo je problem u neracionalnom korištenju.“
- „Život bez interneta je jako lijep.“
- „Internet je koristan izum, ali sve dok čovjek ne postane njegov rob jer treba naučiti da uče i saznaju nove stvari korisne za život uz pomoć interneta, a da izbjegavaju bezkorisne informacije koje nas masovno odvlače od normalnog života.“
- „Internet mi nije bio potreban, više sam uživala sa porodicom i pravili smo nova jela.“
- „Shvatili smo da se dugo nismo vidjeli sa prijateljima, internet nam je toliko oduzimao vrijeme.“
- „Svih pet dana pokušavala sam naći drugi vid zanimacije. Uspjela sam.“
- „Poslije radnog dana, ručka sa porodicom, odlazka kod mame, rješavanje domaćih zadataka korištenje interneta mi nije palo na pamet.“

Komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Mobitel“:

- *„Mobilni telefon sam koristio samo u svrhu pričanja sa drugovima oko škole, a ostatak vremena sam učio.“*
- *„Mobitel sam koristila isključivo u svrhu rješavanja domaćih zadataka.“*
- *„Mobitel sam koristila manje nego obično.“*
- *„Mobitel koristim samo kad trebam da se javim da sam stigao u školu, da pošaljem poruku ako je potrebno tako da nemam potrebe a smanjim korištenje mobilnog telefona.“*
- *„Nisam mogao izdržati bez korištenja mobilnog telefona niti jedan dan.“*
- *„Koristila sam mobitel kao pomoć u izradi zadaće, a ostatak vremena sam bila bez njega.“*
- *„Vrijeme provedeno bez mobitela iskoristio sam da sa tetkom igram stolni tenis. Ona me je podržala u ovom projektu tako da ni ona nije koristila mobilni telefon kako bi meni bilo lakše.“*
- *„Smanjila sam vrijeme koristeći mobilni telefon na 3-4 sata, a ostatak vremena sam se družila sa sestrom.“*
- *„Koristio sam mobitel puno manje nego inače, ali vjerujem da mi nije bio potreban i da nisam imao razlog za njegovo korištenje.“*
- *„Koristio sam telefon kao i obično, nemam razloga, ali sam opet sve stigao zato što sam rasporedio vrijeme upotrebe.“*
- *„Samo sam popustio zadnja dva dana, nemam opravdanja, žao mi je.“*
- *„Vrijeme bez mobitela provela sam sa mamom u kuhinji praveći ručak.“*
- *„Mobitel nisam koristila, jer sam učila historiju. Na kraju svakog dana sam imala 90% baterije.“*
- *„Mobitel sam koristila u svrhu slušanja muzike.“*
- *„Bez mobitela sm izdržao samo jedan dan, jer sam išao sa roditeljima na izlet.“*
- *„Mobitel sam koristila kao i obično, jedan dan sam ga koristila samo 30 min manje, jer sam učila, svo ostalo vrijeme sam provela na mobitelu.“*
- *„Mobitel nisam koristila kao i obično, zadnji dan sam nadoknadila sve bez njega jer je to moj vid relaksacije nakon radne sedmice.“*

Završni komentari učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobitel“:

- *„Ovaj projekat je ozbiljno utjecao na mene i moju porodicu.“*
- *„Telefon sam morala koristiti.“*
- *„Živimo u 21. vijeku, gdje korištenje ekraničkih uređaja sasvim normalno.“*
- *„Ovih pet dana bez ekrana više sam razgovarao sa roditeljima.“*
- *„Iz dana u dan sve mi je bilo lakše bez ekraničkih medija.“*
- *„Razlika današnjih telefona jeste da su prije telefoni bili na kablo, a ljudi su bili slobodni. Danas smo mi ti koji smo privezani za nešto što nam oduzima vrijeme. Mislim da bi svi trebali znati granicu i rasporediti vrijeme na uređajima.“*
- *„Mislim da ćemo ponoviti ovaj izazov, godio nam je.“*
- *„Bilo mi je zabavno bez ekraničkih uređaja.“*
- *„Itekako se može živjeti bez ekraničkih uređaja.“*

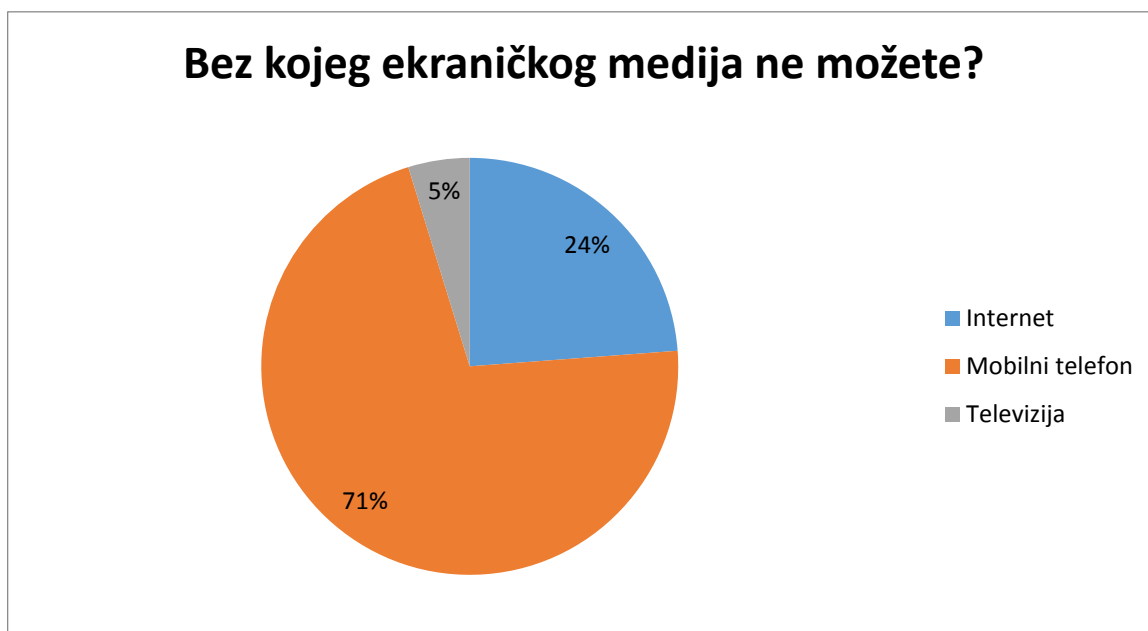
Komentari roditelja učenika OŠ „Vladislav Skarić“ na kategoriju „Mobilni telefon“:

- *„Ne znam kako, ali snašla sam se bez mobitela.“*
- *„Mobitel koristim samo za pozive.“*
- *„Pokušala sam posvetiti pažnju ovome projektu.“*
- *„Nisam uspjela skroz bez ekraničkih medija, a pogotovo bez mobilnog telefona.“*
- *„Mobitel sam koristila onoliko koliko sam morala.“*
- *„Mobitel nisam koristila nikako.“*
- *„Koristila sam ga samo za pozive, a ne za čitanje informativnih portala kao i obično.“*
- *„Mobitel koji imam ne podržava internet, tako da mi mobitel služi samo za pozive.“*
- *„Telefon koristim samo koliko mi je neophodno zbog posla i socijalne interakcije.“*
- *„Telefon koristim samo zbog posla jer uvijek moram biti dostupna.“*
- *„Koristila sam mobitel kao i obično, tu naviku nisam mijenjala jer mi je mobitel jedini izvor informacija.“*
- *„Telefon sam koristila uobičajeno kao što ga i koristim.“*
- *„Vrijeme koristeći mobitel sam smanjila i posvetila ga sebi radeći svoje omiljene vježbe.“*
- *„Mobilni telefon mi služi u poslovnoj korespondenciji i ne mogu zamisliti dan a da isti ne koristim.“*

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Vladislav Skarić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobitel“:

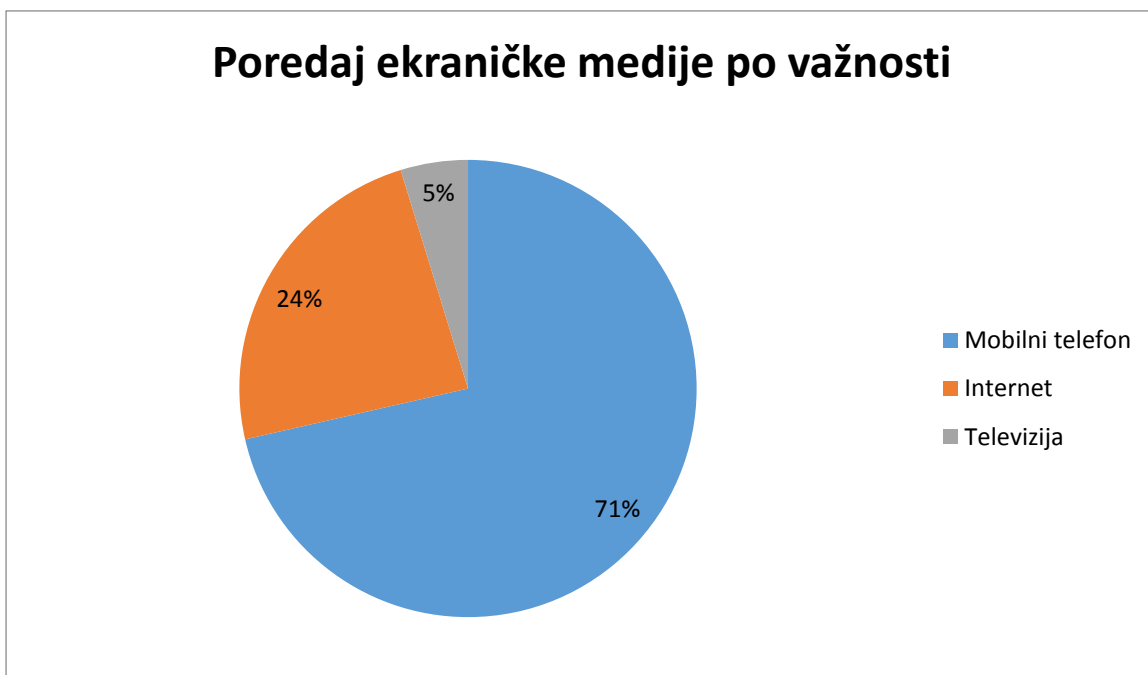
- *„Stvarno je moguće biti bez ekrana, svi se puno bolje osjećamo i više pažnje posvećujemo sebi i porodici. Najviše bih voljela da mobilne telefone odložimo u hodnik ugasimo televiziju i ne koristimo do ujutru.“*
- *„Nažalost telefon koristim svaki dan onoliko koliko mi posao i komunikacija sa porodicom zahtjeva. Voljela bih da je to manje.“*
- *„Ovih pet dana ponašala sam se kao i svakog drugog dana nije bilo bez ekrana.“*
- *„Ovih pet dana i nije bilo neko veliko iskušenje.“*
- *„Korištenje ekraničkih medija se smatra opštim obrazovanjem i treba da ih koristimo u velikoj mjer, nema potrebe za smanjivanjem ako ne utiče na kvlaitetno vrijeme provedeno sa najbližima.“*
- *„Najlakše mi je bilo bez mobitela, jer njega koristim samo za pozive.“*
- *„Najbolji lijek protiv mamifona je raditi „od zvijezde do zvijezde“. Nažalost, čovjek je često preumoran za razgovor ali se trebamo truditi.“*
- *„Bilo je veoma korisno biti više uključen u život ukućana, jer inače gledajući TV, mobitel i internet manje vidimo jedni druge.“*
- *„Iznenadjuće je kako i djeca imaju stav da ako treba biti bez TV-a, interneta i mobitela trdue se da tako i bude. Ovo nam je svima bio kao neki srednji teški izazov.“*
- *„Moram priznati da su današnji osnovci dosta vezani za upotrebu interneta dok im upotreba TV-a nije ustaljena kao starijim generacijama.“*
- *„Tokom ovih pet dana, trudili smo se da organizujemo život bez ekrana. U početku je bilo veoma teško, ali u zajedničku želju uspjeli smo. Razgovarali smo puno više o događajikma u školi i na poslu, o planovima za zimovanje, previli kolače i pripremali se za proslavu rođendana sa rodbinom i prijateljima.“*

UVODNA PITANJA UČENIKA VIII-1 OŠ „SAFVET-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI



Grafikon 31.

Na grafikonu 31. predstavljeno je prvo pitanje i odgovori na isto. Na pitanje „Bez kojeg ekraničkog medija ne možete?“ od 21 ispitanika, najveći procenat od 71% su oni koji su obilježili mobilni telefon. Nešto manji procenat od 24% su oni koji su rekli da ne mogu bez interneta, dok je najmanji procenat od 5% pripao televiziji.



Grafikon 32.

Na grafikonu 32. prikazani su rezultati važnosti ekraničkih medija za ispitanike. Za njih, najvažniji jeste mobitel kojeg čini 71%. Nakon mobitela, internet je sa 24% drugi po važnosti, dok je na posljednjem mjestu, sa najmanjim procentom od 5% televizija.



Grafikon 33.

Na grafikonu 33. predstavljeni su odgovori na pitanje kojim smo željeli saznati da li naši ispitanici mogu izdržati 5 dana bez ekraničkih medija. Kao što možemo i vidjeti na grafikonu, najviše je onih koji ne znaju da li to mogu ispuniti, a njihov procenat iznosi 48%.

Od 21 ispitanika, njih 6 ili 38% je reklo da mogu, dok ostatak, odnosno 14% ne može izdržati bez ekraničkih medija. Nakon ovog pitanja, ostavili smo slobodan prostor da svi ispitanici daju razlog za prethodni odgovor.

Neki od komentara zašto bi mogli izdržati su:

- „Zato što nije pod moranje da se mora koristiti.“
- „Moje mišljenje je da ima mnogo više prioriteta i bitnijih stvari.“
- „Zato što nisam ovisnih o tome.“
- „Zato što mislim da previše pred ekranima šteti mom zdravlju.“

Neki od komentara zašto ne bi izdržali:

- „Jer sve što trebam nađem na internetu.“

- „Zato što je teško.“
- „Zbog dopisivanja sa prijateljima.“

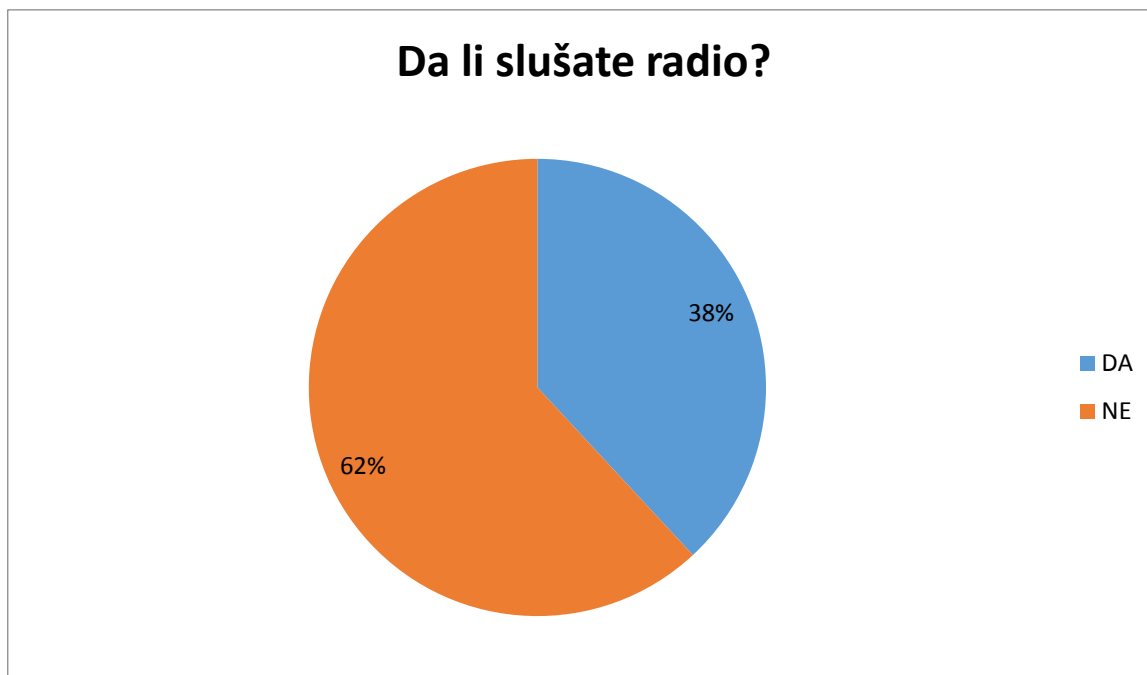
Neki od komentara ispitanika koji nisu sigurni da bi mogli izdržati:

- „Većina moje komunikacije je preko mobitela.“
- „Zbog društvenih mreža i pretraživača.“
- „Već sam naviknut na elektronsku komunikaciju sa prijateljima, ali vrijedi pokušati.“
- „Zato što to ne može ni jedan čovjek, svi su ovisni o telefonima.“
- „Mogu probati, ali ne vjerujem sama sebi tako da nisam sigurna.“



Grafikon 34.

Grafikon 34. daje nam rezultate na četvrto pitanje naše ankete. Ono se odnosilo na vrijeme koje ispitanici dnevno odvoje za učenje. Najviše njih, od 61% uči približno pet sati dnevno. Manje od pet sati uči njih 33%, dok samo 6% na učenje potroši više od pet sati dnevno.



Grafikon 35.

Grafikon 35. prikazuje odgovore na peto pitanje koje glasi „Da li slušate radio?“. Ispitanicima je data mogućnost da obilježe jedan od dva ponuđena odgovora i obrazlože svoj odgovor. Više od polovine, tačnije 62% ispitanika obilježilo je odgovor „Ne“, dok je 38% ispitanika obilježili odgovor „Da“. Svoje odgovore su potkrijepili i obrazloženjima:

- *„Zato što mi je to baš dosadno.“*
- *„Radio slušam najviše zbog pjesama.“*
- *„Slušam samo RSG i to kad putujemo.“*
- *„Radio ne slušam jer ne puštaju muziku koju ja slušam.“*



Grafikon 36.

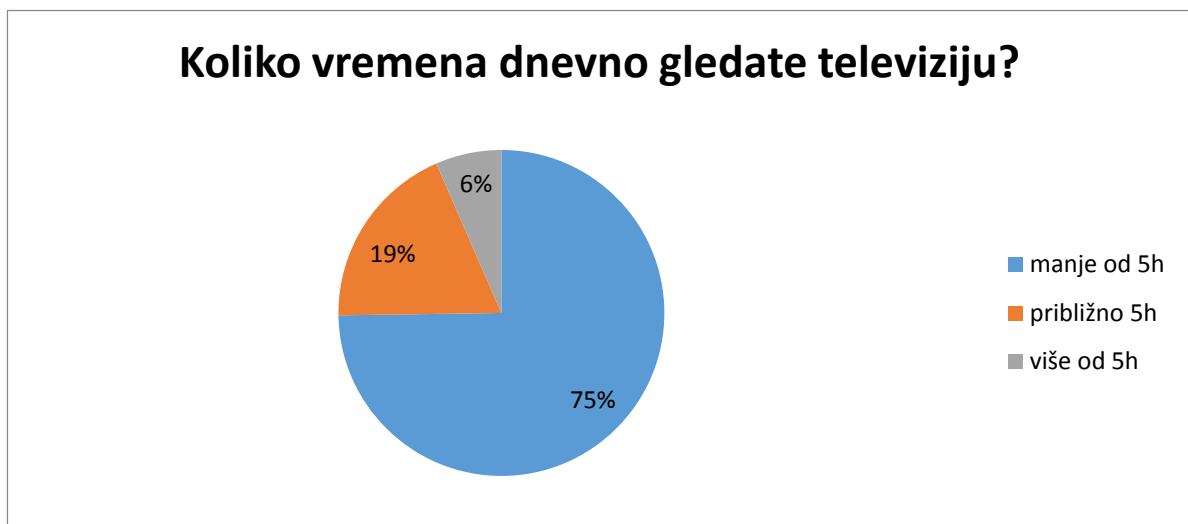
Na grafikonu 36. slikovito su prikazani odgovori na sljedeće pitanje. Njime smo željeli doći do saznanja, da li naši ispitanici čitaju novine/magazine. Data im je mogućnost da potvrde ili negiraju ovu tvrdnju uz dodatno objašnjenje svog odgovora. Više od polovine onih koji su pristupili našoj anketi je potvrdilo ovu tvrdnju, te njihov procenat iznosi 71%. A oni koji su negirali da čitaju novine/magazine broji procenat od 29%. U narednom dijelu teksta izdvojamo komentare koje svrstavamo u dvije grupe, a to su oni koji su rekli „Da“ i oni koji su rekli „Ne“.

Komentari ispitanika koji su rekli da čitaju novine:

- „Jer ima mnogo lijepih priča, tekstova i stvari.“
- „Zbog novih informacija i zanimljivosti“
- „Ima mnogo tema koje su zapravo korisne i poučne.“
- „Zato jer čitanjem obogaćujemo naš vokabular“
- „Kad nemam šta raditi, odnosno kad mi je dosadno uzmem neki magazin i čitam.“

Komentari ispitanika koji su rekli da ne čitaju:

- „Zato što sve novosti i vijesti imam na internetu.“
- „Sadržaj mi nije zanimljiv.“
- „Novine ne čitam jer sve znam preko radija.“
- „Novine nisu zanimljive.“



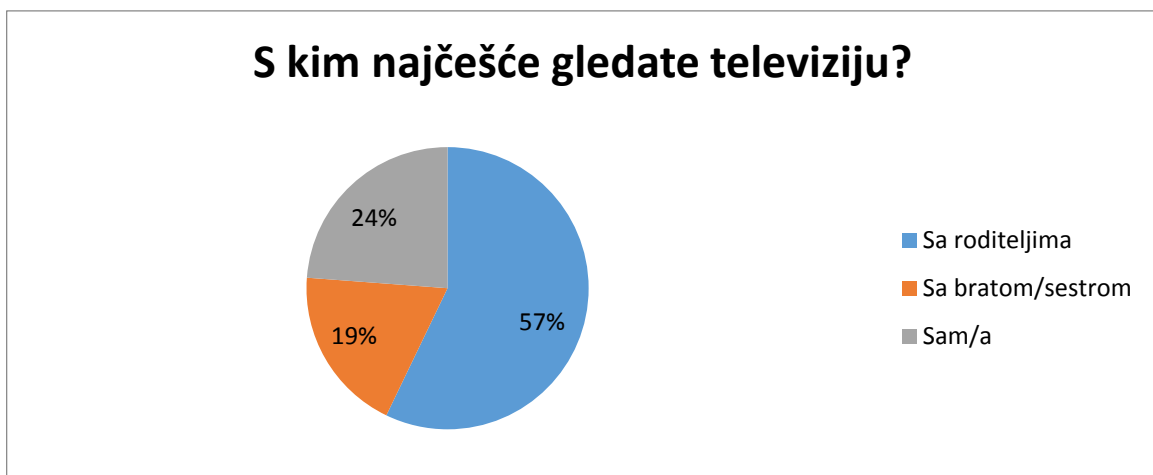
Grafikon 37.

Na grafikonu 37. dobili smo rezultate o vremenu koje provedu naši ispitanici. Najviše njih, tačnije 75% provede manje od 5h. Približno 5 h televiziju gleda njih 19%, a najmanji procenat pripada onima koji ispred televizije provede više od 5 sati, a njihov procenat jeste 6%.



Grafikon 38.

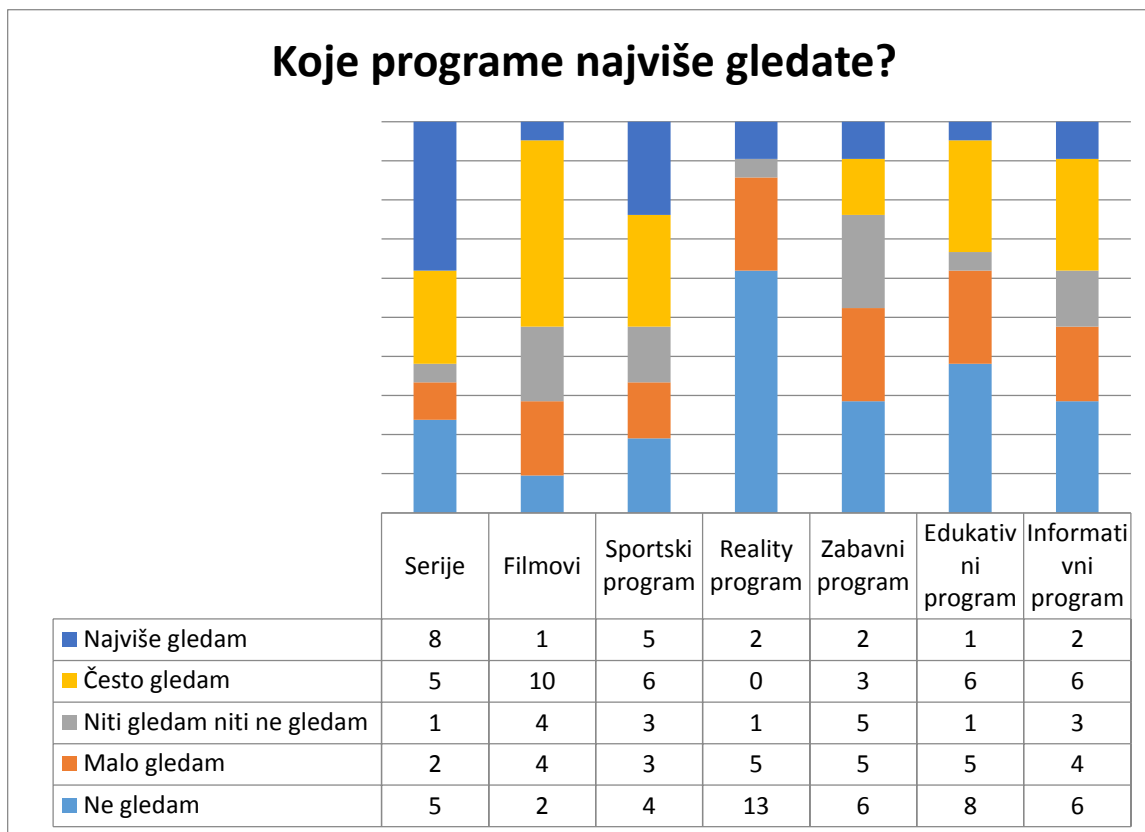
Na grafikonu 38. slikovito smo prikazali odgovore na nama veoma važno pitanje. Razlog zašto smo postavili ovo pitanje je da bi došli do mogućeg zaključka o činjenici da oni koji gledaju televizor više od 5h posjeduju televizor u svojoj sobi. Na ovo pitanje dali smo mogućnost potvrde ili negiranja date pretpostavke. 57% onih koji su pristupili našoj anketi ima televizor u svojoj sobi, a 43% je onih koji nemaju. Iz ovih rezultata uočavamo da se naša pretpostavka nije uzročno-posljedična.



Grafikon 39.

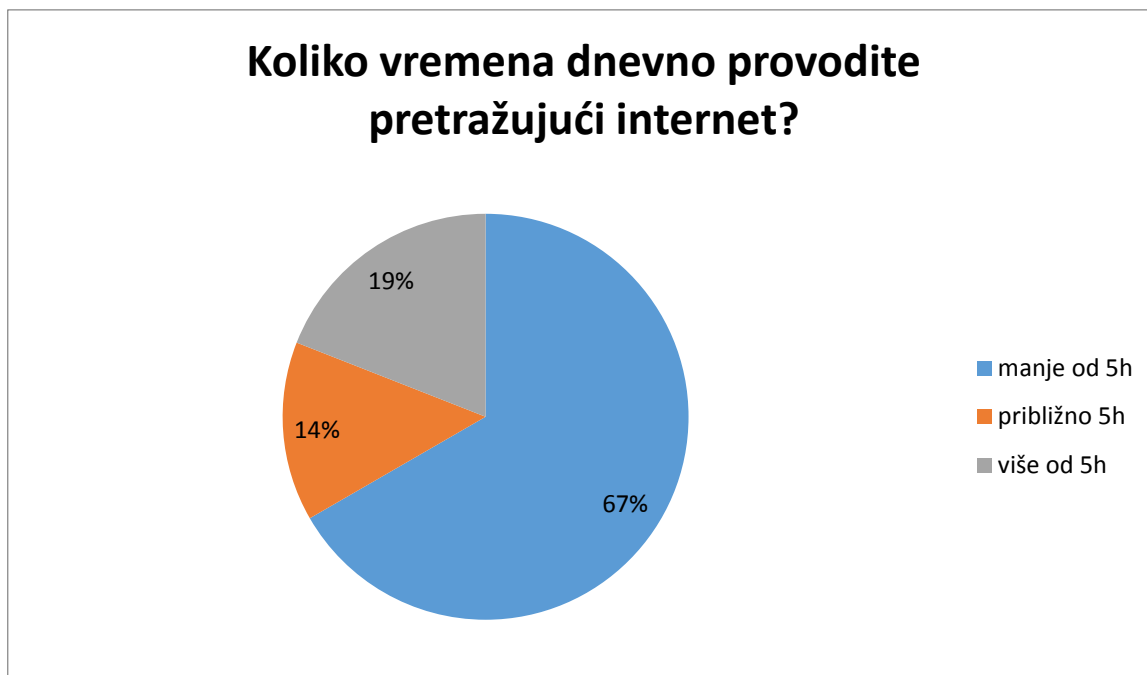
Grafikon 39. daje nam prikaz rezultata na pitanje s kim naši ispitanici gledaju TV. Ponuđeni odgovori su a) Sa roditeljima; b) Sa bratom/sestrom; c) Sam/sama. Prvi ponuđeni odgovor

bilježi 57%. Odgovor b) obilježilo je 19%, dok je najmanji procenat pripao odgovoru c) koji govori da ispitanici TV gledaju sami, a on iznosi 19%. Kao i na prethodnom pitanju i ovdje smo željeli dokazati uzročno-posljedičnu vezu da ispitanici koji imaju televiziju u svojoj sobi i gledaju je sami, provode ispred televizora više od 5h. Ovim rezultatima naša pretpostavka nije tačna.



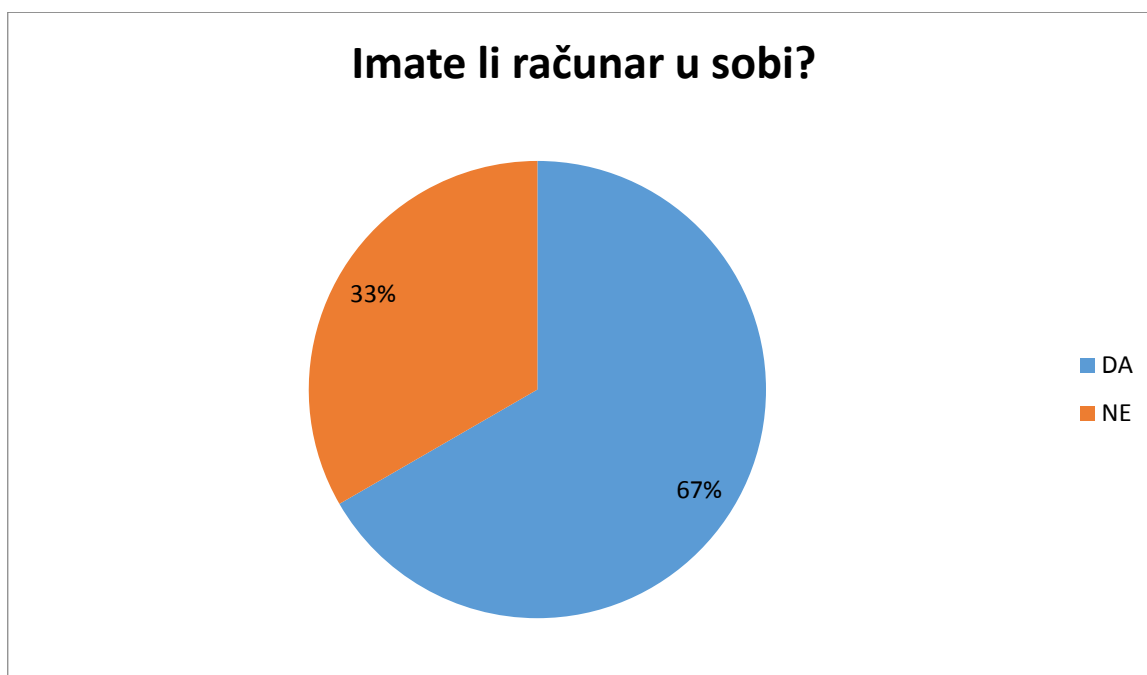
Grafikon 40.

Na grafikonu 40. slikovito smo prikazali, koje programene ispitanici najviše gledaju. Ispitanicima smo ponudili sedam različitih vrsta programa, a to su: serijski program, filmovi, sportski program, reality program, zabavni program, edukativni program i informativni program. Uz to, ponuđeni odgovori su: najviše gledam; često gledam; niti gledam niti ne gledam; malo gledam; ne gledam. Naši ispitanici najmanje gledaju reality program, malo gledaju edukativni program. Niti gledaju niti ne gledaju zabavni i informativni program, dok često i najviše gledaju filmovi i sportski program.



Grafikon 41.

Četrdesetprvim pitanjem naše ankete došli smo do podataka koliko vremena dnevno ispitanici provode pretražujući internet. Najveći procenat na ovom grafikonu iznosi 67% koji označava prvi ponuđeni odgovor, odnosno manje od 5h. Njih 14% pretražuju internet približno 5h, dok više od 5h za računarom, laptopom ili tabletom provodi 19% ispitanika.



Grafikon 42.

Grafikon 42. predstavlja dobijene podatke o posjedovanju računara/laptopa/tableta u sobi. Ispitanici su mogli označiti samo jedan od dva ponuđena odgovora, koji govore o tome da li posjeduju ili ne posjeduju računar/laptop/tablet u svojoj sobi. Njih 67% posjeduje, dok 33% ne posjeduje računar u svojoj sobi. Ovim pitanjem smo željeli dokazati našu pretpostavku da ispitanici zbog posjedovanja računara/laptopa/tableta u svojoj sobi više vremena provode pretražujući internet. Prikazanim rezultatima naša pretpostavka nije dokazana. Nakon odgovora o posjedovanju računara/laptopa/tableta, ispitanici su istakli šta to najviše pretražuju na internetu. Iako većina njih pretražuje youtube i portale, ističemo i najzanimljivije komentare:

- „Na internetu najviše pretražujem filmove i gledamo automobile.“
- „Internet najčešće koristim za zadaću.“
- „Na internetu najviše koristim instagram.“
- „Sajtove za serije ili da provjerim mail-ove.“
- „Najviše pretražujem zanimljive informacije.“
- „Na internetu najviše pretražujem aplikacije za čitanje i pisanje knjiga.“
- „Smatram da je žalosno što pored toliko knjiga internet koristim za čitanje.“



Grafikon 43.

Na grafikonu 43. predstavljeni su odgovori na posljednje pitanje naše uvodne ankete. Ono se ticalo toga koliko vremena ispitanici dnevno provode koristeći mobilni telefon. Najveći dio naših ispitanika, odnosno 55% telefon koristi približno 5h dnevno. Manje od 5h telefon koristi 37%, a 8% su oni koji provode više od 5h uz svoj mobilni telefon. Pored zabilježenih odgovora,

ispitanici su imali priliku da daju obrazloženje za šta najviše koriste mobilni telefon. Svi ispitanici su se složili oko toga da vrijeme provedeno na telefonu koriste za društvene mreže, pozive sa roditeljima i prijateljima i slušanje muzike.

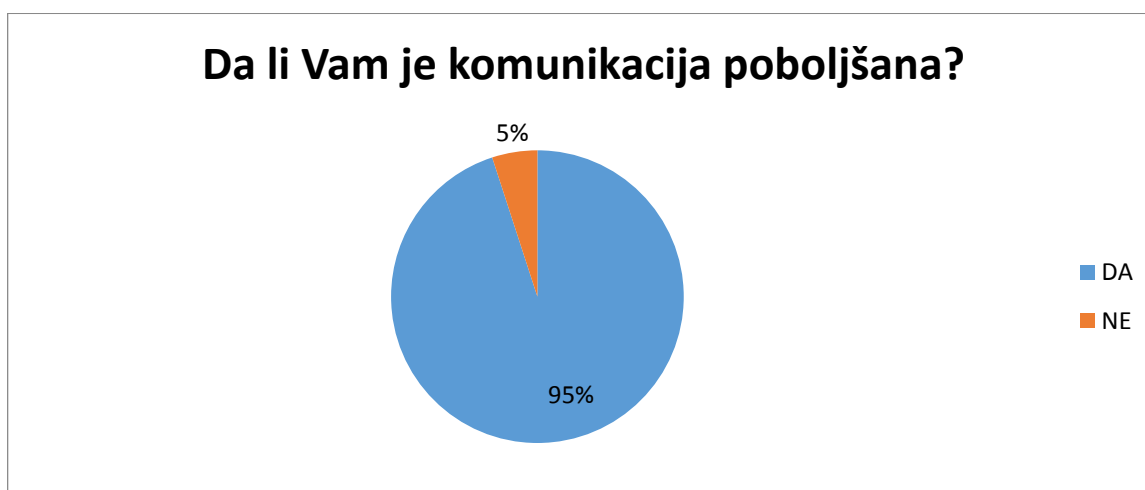
ZAVRŠNA PITANJA UČENIKA VIII-1 OŠ „SAFVT-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI

Nakon što su ispitanici završili izazov „5 dana bez ekrana“, Sproveli smo i završnu anketu koja se sastoji od 4 pitanja. Ovom anketom smo htjeli provjeriti da li su se navike bez ekraničkih medija promijenile ili su ostale iste.

1. Pitanje – Šta se promijenilo od navika u ovih 5 dana?

Prvim pitanjem smo željeli doći do podataka o tome koje su se navike promijenile tokom izazova. Svi ispitanici su promijenili svoje navike i više su izlazili vani, a neki od njihovih dodatnih odgovora su:

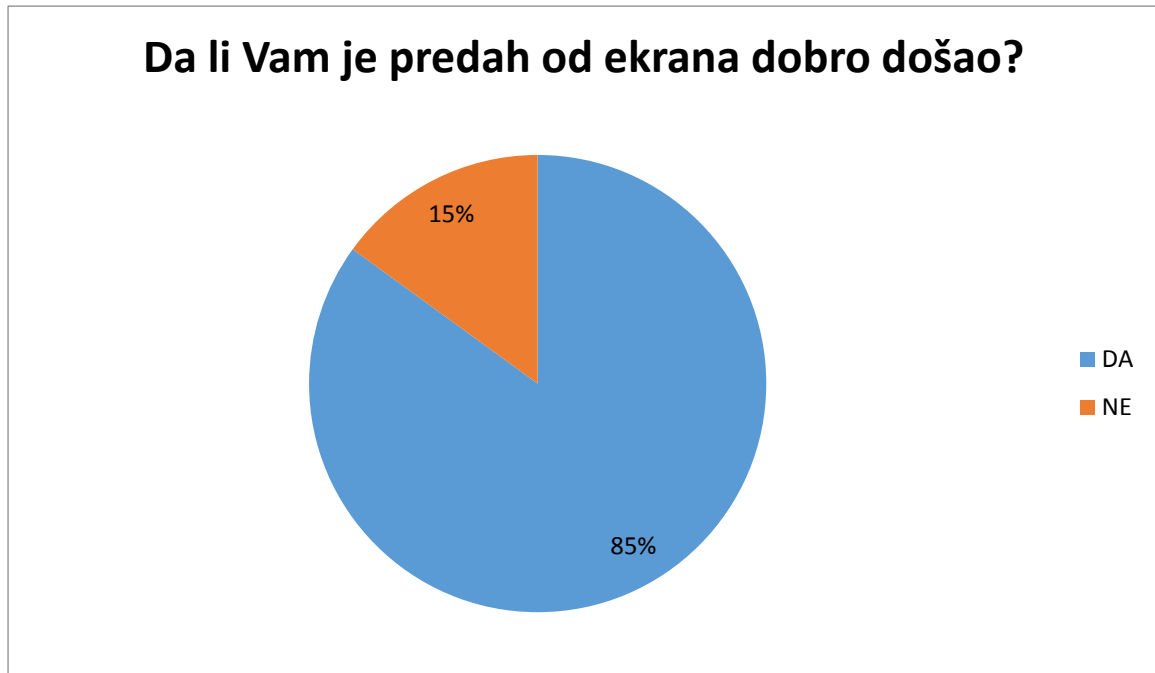
- „Promjenio sam komunikaciju sa porodicom i prijateljima i vrijeme sam usredotočio za učenje.“
- „Smanjio sam vrijeme provedeno za ekranima.“
- „Više sam upoznao sebe i porodicu.“
- „Smanjila sam korištenje telefona i interneta, a TV nisam gledala nikako.“
- „Počela sam više čitati i baviti se fizičkim aktivnostima.“



Grafikon 44.

Grafikon 44. je slikoviti prikaz rezultata na pitanje „Da li vam je komunikacija poboljšana? Ponuđenim odgovorima, ispitanici su mogli istaći da li im je komunikacija poboljšana ili ne.

Oni koji su rekli da jeste spadaju u grupu ispitanika od 95%, a suprotno njima je grupa od 5% kojima se komunikacija nije popravila.



Grafikon 45.

Na grafikonu 45. prikazano je i pitanje o tome da li je predah od ekrana ispitanicima dobro došao, kao i odgovori na isto. Jasno vidljivo jeste da je većina ispitanika, sa 85% istaklo da im je predah dobro došao, dok je 15% reklo suprotno.

4. Pitanje – Šta biste drugima preporučili?

Svi ispitanici su dali svoj autentični odgovor i preporuku drugima da li trebaju pokušati ovaj izazov. Neki od njihovih komentara su:

- „Svi bi trebali pokušati i koliko toliko poboljšati komunikaciju sa ostalima.“
- „Da manje budu na uređajima, a više izlaze vani i driže se sa prijateljima.“
- „Da internet, mobitel i telefon koriste u određenim količinama.“
- „Da se više posvete učenju i druženju i da ostave tehnologiju, jer gube vrijeme zato što to nije stvarni svijet.“
- „Preporučila bi svima da budu 5 dana bez ekrana, jer to stvarnno oduzima previše dragocijenog vremena.“
- „iako smo svi mnogo vezani za ekran opet je dobro makar malo smanjiti upotrebu ekrana.“
- „Svima bi preporučila da bude 5 dana bez ekrana, jer je mnogo zabavno i zanimljivo.“

PETODNEVI DNEVIK RADA UČENIKA I RODITELJA VIII-1 OŠ „SAFVET-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI

Učenici i roditelji su u toku 5 dana projekta zajedno vodili dnevnik rada i tu zapisivali svoje aktivnosti na ekraničkim uređajima. Dnevnici rada su napravljeni posebno za učenike, posebne za roditelje. Petodnevni dnevnik rada je imao za cilj da učenici i njihovi roditelji svaki dan po kategorijama zapisuju svoju aktivnost na ekraničkim uređajima. U dnevniku rada nalaze se tri kategorije: televizija, mobilni uređaji i internet te bodovi pored svake kategorije.

Ispod svake kategorije, ispitanici su trebali pisati nivo aktivnosti koji provedu na određenom uređaju, te broj bodova ostavrenih za taj dan. Nivo aktivnosti i bodove smo definisali:

1. Danas nisam gledao/la televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj nikako (1 bod)
2. Danas sam samnjio/la vrijeme provedeno gledajući televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj (0,5 bodova)
3. Danas sam gledao/la televiziju, koristila internet/mobilni uređaj kao i obično (0 bodova)

Nakon svake kategorije, učenici i roditelji, su po završetku izazova pisali završne komentare.

Učenici i roditelji VIII-1 razreda OŠ „Safvet-beg Bašagić“ uspješno su završili svoj petodnevni izazov i ostvarili ukupno 38 bodova. Po njihovim komentarima ovaj izazov za njih je bio pomlo težak, izazovan, ali i jako zanimljiv.

Zbog velikog obima prikupljenih podataka i komentara, u nastavku donosimo samo najzanimljivije komentare učenika i njihovih roditelja po kategorijama tokom i nakon završenog izazova. U dogovoru sa roditeljima, identitet učenika će ostati anonimn.

Komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić na kategoriju „Televizija“:

- *„TV sam gledala manje nego obično za to vrijeme družila sam se više sa bratom. Pregledala sam samo jedan TV program.“*
- *„Smanjila sam provedeno vrijeme gledajući televizor, zato što sam htjela više vremena provesti sa porodicom.“*
- *„Vrijeme koje bi provela gledajući TV sam iskoristila za druženje sa porodicom i igranje igara. Televiziju inače ne gledam jer sve imam na YouTubu.“*
- *„Umjesto što sam gledala televiziju, to vrijeme sam iskoristila za odmor i relaksaciju i crtanje.“*
- *„ TV nisam gledala, već sam išla kod prijateljice da vježbam za školu.“*

- „Imao sam učiti, a poslije učnja, umjesto gledanja televizije, igralo bih košarku sa prijateljima.“
- „Nisam gledala televiziju nikako, umjesto toga čitala sam knjigu.“
- „Smanjio sam vrijeme gledajući televiziju. Više sam se družio sa prijateljima.“
- „Gledala sam TV manje nego inače, a ostatak vremena sam se družila sa bratom.“
- „Inače ne gledam TV, pa sam to vrijeme provela pričajući sa roditeljima.“

Završni komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- „Nakon završenog petodnevnog izazova bez gledanja televizije shvatila sam da sam više razgovarala sa roditeljima.“
- „Vrijeme bez TV-a je odlično! Kreativno i produktivno je iskorišten.“
- „Za ovih pet dana bez televizije više sam se družio sa prijateljima.“
- „Vrijeme bez TV-a je odlično, zato što imam vremena koje možemo iskoristiti za sebe bolje i kreativnije.“
- „Pet dana bez televizije sam iskoristila u igri sa sestrom nakon mnogo vremena.“
- „Televizor mi nije nedostajao, zato što vrijeme volim provoditi sa roditeljima i prijateljima.“
- „Pet dana bez televizije iskristila sam da posjetim nanu, koju nisam dugo vidjela.“
- „Izdržala sam, ali jedva.“

Komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Televizija“:

- „Gledao sam TV samo jedan sat, za televiziju nismo imali vremena.“
- „Četri dana nismo gledali televiziju nikako, samo smo !5. Novembra gledali utakmicu BiH – Italija i tako proveli vrijeme zajedno u krugu porodice.“
- „Dane bez televizije sam iskoristila da napokon pročitam knjigu.“
- „Vrijeme koje bih provela pred televizijom, iskoristila sam tako što sam izvela dijecu u šetnju iako je bilo hladno.“
- „TV nisam gledao, pa vrijeme sam proveo u razgovoru sa djecom, zajedničke večere i društvene igre.“

Završni komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- *„Tokom ovih pet dana, više vremena sam posvetio porodici i dosta vremena smo proveli razgovarajući.“*
- *„Zbog obaveza i posla ne provodimo puno vremena zajedno, ali predah od TV-a nam je svima dobro došao.“*
- *„Vrijeme provedeno bez televizije nam je bio podsjetnik da se vrijeme može iskoristiti na bolji način osim gledanja u televiziju.“*
- *„Pet dana bez televizije vratilo me u djetinjstvo. Podsjetilo me kako smo se prije zabavljali na razne načine i igrali razne igre.“*
- *„Više smo se zbližili i igrali društvenih igara.“*

Komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Internet“:

- *„Internet sam koristila dosta manje nego inače, a ostatak vremena sam provela igrajući se sa bratom čovječe ne ljuti se.“*
- *„Internet nisam koristio nikako pet dana.“*
- *„Nisam koristio internet nikako, a vrijeme koje bih inače proveo igrao sam se sa prijateljima.“*
- *„Računar nisam koristila ni prije, ali umjesto da gledam seriju na laptopu izašla sam vani.“*
- *„Smanjio sam vrijeme koristeći internet, zato što sam učio i proveo vrijeme na igralištu sa drugovima.“*
- *„Internet nisam koristila, to vrijeme sam provela u crtanju i učenju. Samo sam jedan dan manje od sat vremena pričala sa tetkom iz Njemačke i pretražila određene informacije za školu.“*
- *„Internet inače ne koristim puno. Vrijeme sam provela u razgovoru sa sestrom i igranju igara koje su dijeca igrala prije razvoja tehnologije.“*
- *„Internet sam pretraživala manje od 1h zbog informacija za školu, ostalo vrijeme sam se igrala sa sestrom.“*
- *„Umjesto korištenja interneta zbližila sam se sa bratom.“*

Završni komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“:

- *„Vrijeme bez interneta mi nije bilo teško, više sam pomagala mami u kuhinji i u kućanskim poslovima.“*
- *„Bilo je teško, ali sam se više družio sa prijateljima.“*
- *„Vrijeme bez interneta je bilo baš teško, ali sam uspio.“*
- *„Skontala sam da postoji i svijet bez interneta i da su mnoge internet stranice nepotrebne u mom životu.“*
- *„Inače ne provodim puno vremena na internetu i slobodno vrijeme koristim za učenje i druženju sa prijateljima na igralištu.“*
- *„Vrijeme bez interneta je dobro došlo jer sam više vremena posvetila učenju.“*
- *„Napokon je prošlo pet dana.“*

Komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Internet“:

- *„Smanjio sam korištenje interneta, služio mi je samo za provjeru mail-ova.“*
- *„Internet sam koristio u više navrata u kratkim teminima.“*
- *„Nažalost moj posao je usko vezan za internet, pretraživanje zakona i prakse, ali vrijeme poslije posla sam provodio sa porodicom.“*
- *„U danima kada se nisam pripremala za predavanje, internet nisam koristila nikako.“*
- *„Pet dana bez interneta sam kvalitetno odmorila uz čitanje najdraže knjige.“*
- *„Smanjila sam vrijeme koristeći internet. Posvetila sam se raspremanju kuće, izlasku u laganu šetnju, pa nisam ni imala vremena za internet.“*

Završni komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“:

- *„Kuća i porodica su važnija od interneta.“*
- *„Moguće je provesti vrijeme bez interneta.“*
- *„Internet može biti koristan ako ga koristite razumno, ali isto tako vrijeme provedeno sa porodicom ne smije da trpi.“*
- *„Zbog prirode posla internet mi je neophodan, ali iza 16h internet ne koristim i ostatak dana provodim sa svojom porodicom.“*
- *„Internet više koristim u informativne svrhe.“*
- *„Internet je sastavni dio naše današnjice, stalno mi je potreban, ali sam ipak smanjio upotrebu.“*

Komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Mobilni telefon“:

- *„Telefon nisam koristila nikako, jedan dan sam se samo javila mami.“*
- *„Telefon sam koristila samo da obavim poziv sa roditeljima.“*
- *„U danima kada nisam nikako koristila mobitel, vrijeme sam provela crtajući i šetajući sa porodicom, a u danima kada sam koristila mobitel bilo je samo da se javim roditeljima i pogledam informacije vezano za školu.“*
- *„Telefon sam koristio za učenje i malo sam igrao igrice.“*
- *„Smanjila sam korištenje telefona, a za to vrijeme sam učila.“*
- *„Smanjio sam korištenje telefona, služio mi je samo za pozive.“*
- *„Mobilni telefon mi treba za zadaću i komunikaciju sa prijateljima koji nisu u mom gradu.“*
- *„Mobitel inače koristim da gledam video na YouTubeu, ali ovih pet dana to vrijeme sam spavala.“*

Završni komentari učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobilni telefon“:

- *„Mislila sam da ne bih izdržala ni dan bez svog telefona, ali ipak jesam.“*
- *„Provela sam dosta vremena na telefonu, ali sam smanjila to, prije sam više koristila mobitel nego sad.“*
- *„Nisam poželio koristiti mobilni telefon i više sam razgovarao sa svojom porodicom.“*
- *„Svih pet dana mobitel sam koristio samo za javljanje.“*
- *„Popravila ocjene jer sam učila umjesto da sam na telefonu i od sad ću tako da radim redovno“*
- *„Ako se potrudimmo sve se može.“*
- *„Svih pet dana koristila sam ga 1h, za razgovor sa drugaricom.“*
- *„Mislila sam da je nemoguće da provedem dan bez ekraničkih medija, a kamoli pet dana. U početku je bilo teško ali sam se kasnije navikla. Puno je bolje bez medija nego sa njima. Više vremena sam provela sa porodicom i prijateljima.“*
- *„Mislila sam da je nemoguće, ali sam uspjela.“*

Komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Mobilni telefon“:

- *„Mobitel sam koristio samo za hitne pozive.“*
- *„Mobilni koristim zbog posla jer mi je potreban.“*
- *„Koristio sam telefon kao i obično, ali samo za vrijeme posla.“*
- *„Ovih pet dana smanjila sam vrijeme provedeno koristeći mobilni telefon, jer sam više šetala sa prijateljicama.“*
- *„Na mobitelu sam provodila samo po pola sata da bih se čula sa sestrom iz Njemačke i u razgovoru sa roditeljima.“*
- *„Koristila sam mobitel puno manje, ali mi je jako falio. Bila sam odlučna da manje provedem vremena na telefonu.“*

Završni komentari roditelja učenika VIII-1 OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobilni telefon“:

- *„Uz malo truda sve se može.“*
- *„Ne pretjerujem sa korištenjem mobitela, služi mi samo za razgovor sa sestrom.“*
- *„Život se može organizovati bez ekraničkih medija, ali teško.“*
- *„Pokušavamo da ne koristimo ni TV ni mobitel kada smo zajedno, uživamo u porodičnom druženju.“*
- *„Inače sve koristim u informativne svrhe samo mobitel poslovno.“*
- *„Shvatili smo da više vremena provodimo zajedno bez ekraničkih medija.“*

UVODNA PITANJA UČENIKA VIII-3 OŠ „SAFVET-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI



Grafikon 46.

Na grafikonu 46. predstavljeno je prvo pitanje i odgovori na isto. Na pitanje „Bez kojeg ekraničkog medija ne možete?“ od 20 ispitanika, najveći procenat od 65% su oni koji su obilježili internet. Nešto manji procenat od 26% su oni koji su rekli da ne mogu bez mobilnog telefona, dok je najmanji procenat od 9% pripao televiziji.



Grafikon 47.

Na grafikonu 47. prikazani su rezultati važnosti ekraničkih medija za ispitanike. Za njih, najvažniji jeste internet kojeg čini 67%. Nakon interneta, mobitel je sa 28% drugi po važnosti, dok je na posljednjem mjestu, sa najmanjim procentom od 5% televizija.



Grafikon 48.

Na grafikonu 48. predstavljeni su odgovori na pitanje kojim smo željeli saznati da li naši ispitanici mogu izdržati 5 dana bez ekraničkih medija. Kao što možemo i vidjeti na grafikonu, najviše je onih koji misle da će izdržati, a njihov procenat je obećavajući i iznosi 95%.

Od 20 ispitanika, njih 6 ili 10% je reklo da ne znaju da li će izdržati bez ekraničkih medija, dok niko od ispitanika nije dao negativan odgovor. Nakon ovog pitanja, ostavili smo slobodan prostor da svi ispitanici daju razlog za prethodni odgovor.

Neki od komentara ispitanika zašto bi mogli izdržati su:

- „Zato što imam puno učiti“
- „Zato što se često igram napolju“
- „Zato što znam da mogu izdržati 5 dana bez ekraničkih medija“
- „Pet dana mogu izdržati, ali nemam želju ostati bez interneta“
- „Mogu, jer sam i prije provodila vrijeme bez ekraničkih medija“
- „Imam prećih stvari od interneta“
- „Prije sam bio puno opterećen mobitelom pa ću sad probati 5 danabez mobitela“

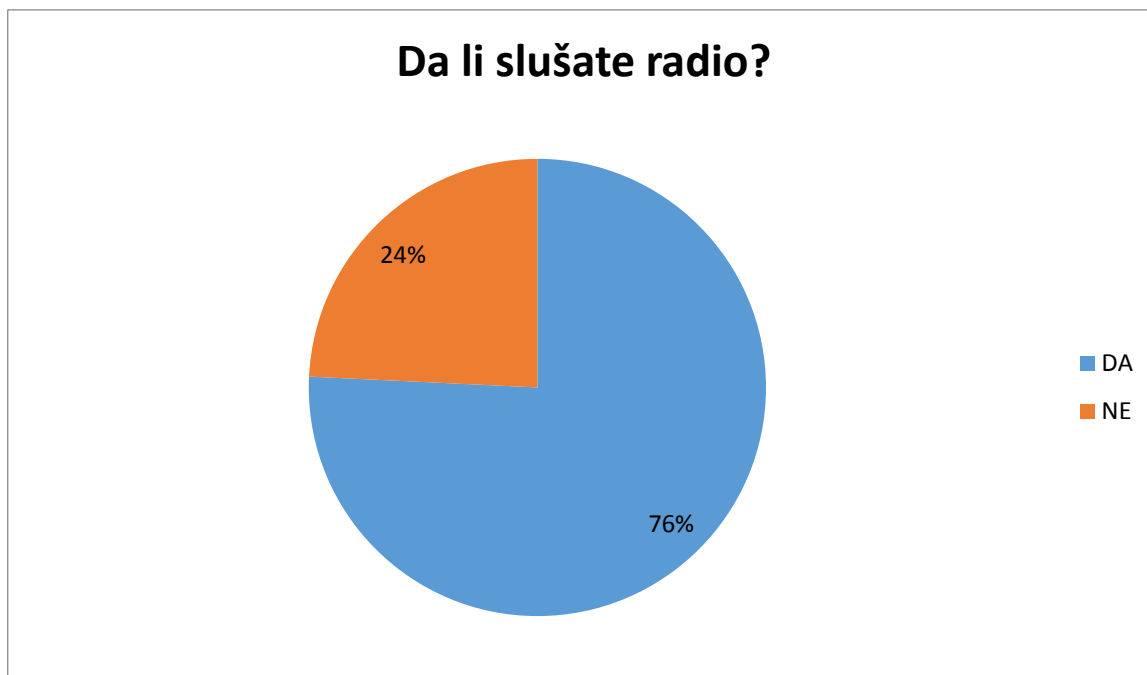
Neki od odgovora ispitanika zašto ne znaju da li će izdržati bez ekraničkih medija:

- „Zato što volim igrati igrice“
- „Tehnologija je neophodna za moj jedan dan, uz to se najviše odmaram“
- „Možda bih i mogao izdržati“
- „Jer sam ovisan o telefonu“
- „Internet mi pomaže da se odmorim i zabavim“



Grafikon 49.

Grafikon 49. daje nam rezultate na četvrto pitanje naše ankete. Ono se odnosilo na vrijeme koje ispitanici dnevno odvoje za učenje. Najviše njih, od 78% uči manje od pet sati dnevno. Približno pet sati uči njih 22%, dok niko od ispitanika na učenje ne potroši više od pet sati dnevno.



Grafikon 50.

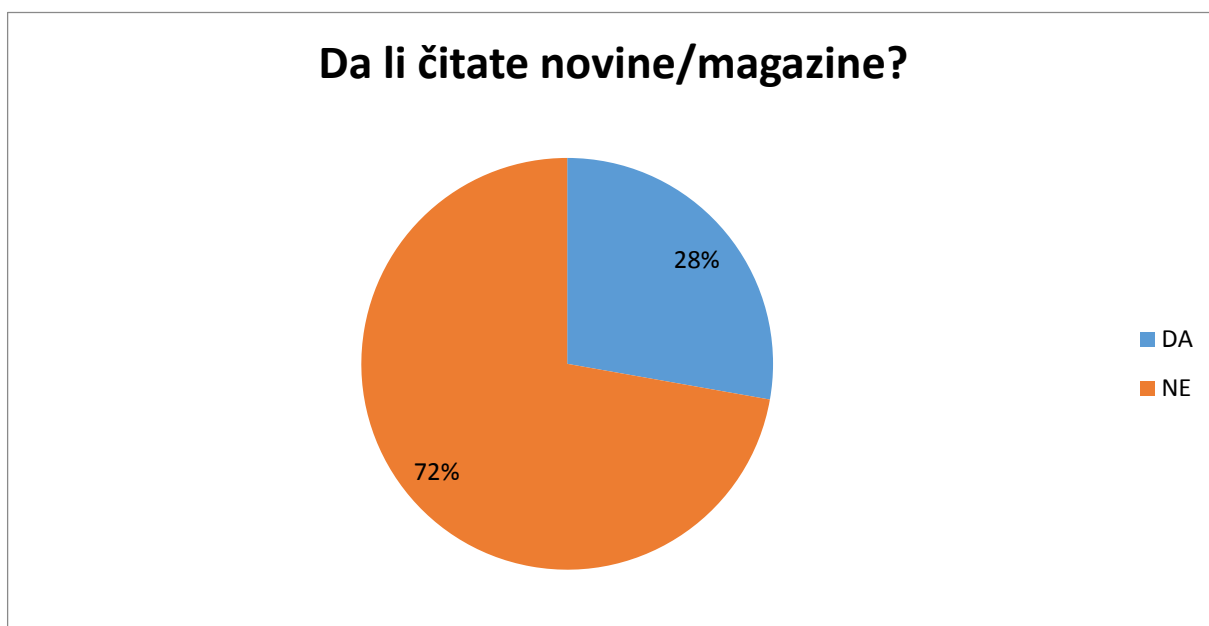
Grafikon 50. prikazuje odgovore na peto pitanje koje glasi „Da li slušate radio?“. Ispitanicima je data mogućnost da obilježe jedan od dva ponuđena odgovora i obrazlože svoj odgovor. Više od polovine, tačnije 76% ispitanika obilježilo je odgovor „Da“, dok je 24% ispitanika obilježili odgovor „Ne“. Svoje odgovore su potkrijepili i obrazloženjima.

Oni koji su obilježili odgovor „Da“, kao svoj razlog slušanja radija, rekli su sljedeće:

- *„Zato što volim muziku“*
- *„Na radiju čujem šta se dešava po svijetu“*
- *„Zabavno mi je kad slušam radio i volim muziku“*
- *„Često putujem autom i tad slušam radio“*

Oni koji su obilježili odgovor „Ne“, kao svoj razlog slušanja radija, rekli su sljedeće:

- *„Muziku slušam na USB-u“*
- *„Nemam radio“*
- *„Radio mi nije zanimljiv“*
- *„Pored televizije, mobitela i interneta, radio mi nije pao na pamet“*
- *„Došle su savremene tehnologije od radija, tako da je to zastarjelo“*



Grafikon 51.

Na grafikonu 51. slikovito su prikazani odgovori na sljedeće pitanje. Njime smo željeli doći do saznanja, da li naši ispitanici čitaju novine/magazine. Data im je mogućnost da potvrde ili negiraju ovu tvrdnju uz dodatno objašnjenje svog odgovora. Više od polovine onih koji su pristupili našoj anketi je negiralo ovu tvrdnju, te njihov procenat iznosi 72%. A oni koji su potvrdili da čitaju novine/magazine broji procenat od 28%. U narednom dijelu teksta izdvajamo komentare koje svrstavamo u dvije grupe, a to su oni koji su rekli „Da“ i oni koji su rekli „Ne“.

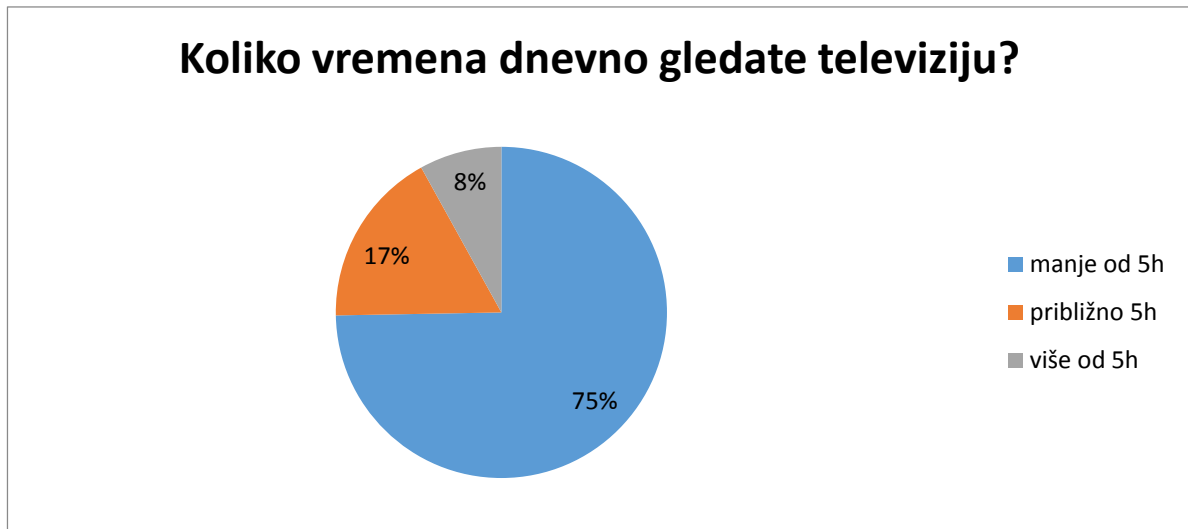
Komentari ispitanika koji čitaju novine/magazine:

- „Zato što u novinama nekad ima nekih zanimljivosti“
- „Najčešće čitam fudbalske magazine, jer me zanima fudbal“
- „Zato što ima mnogo interesantnih stvari, a i najljepše je kad se papir osjeti pod rukom“
- „Čitam ponekad, kad mi je dosadno“
- „Novine čitam da znam šta se dešava i čitam nešto o poznatim ličnostima“
- „Čitanjem novina vježbam čitanje i učim šta se dešava u svijetu“

Komentari ispitanika koji ne čitaju novine/magazine:

- „To me ne interesuje“
- „Nemam naviku“
- „Ne kupujemo novine“

- „Jednostavno ne volim novine“
- „Ni to mi nije zanimljivo jer sve što me zanima imam na internetu“
- „Ne pronalazim se u tome“



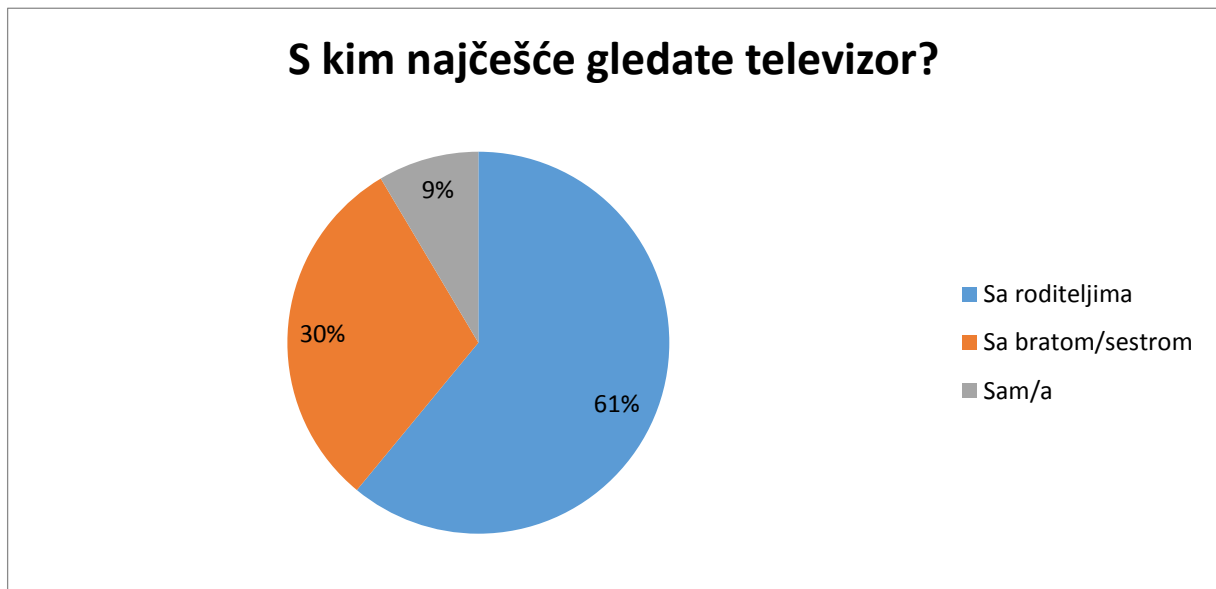
Grafikon 52.

Na grafikonu 52. dobili smo rezultate o vremenu koje provedu naši ispitanici. Najviše njih, tačnije 75% provede manje od 5h. Približno 5 h televiziju gleda njih 17%, a najmanji procenat pripada onima koji ispred televizije provede više od 5 sati, a njihov procenat jeste 8%



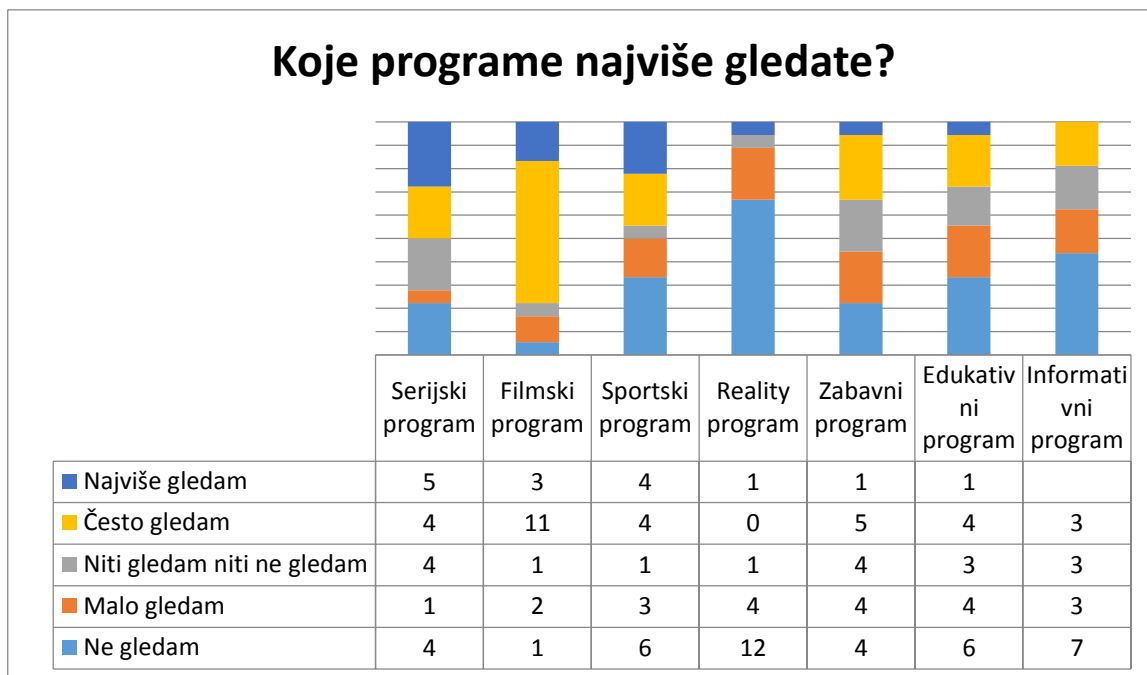
Grafikon 53.

Na grafikonu 53. slikovito smo prikazali odgovore na nama veoma važno pitanje. Razlog zašto smo postavili ovo pitanje je da bi došli do mogućeg zaključka o činjenici da oni koji gledaju televizor više od 5h posjeduju televizor u svojoj sobi. Na ovo pitanje dali smo mogućnost potvrde ili negiranja date pretpostavke. 71% onih koji su pristupili našoj anketi ima televizor u svojoj sobi, a 29% je onih koji nemaju. Iz ovih rezultata uočavamo da se naša pretpostavka nije uzročno-posljedična.



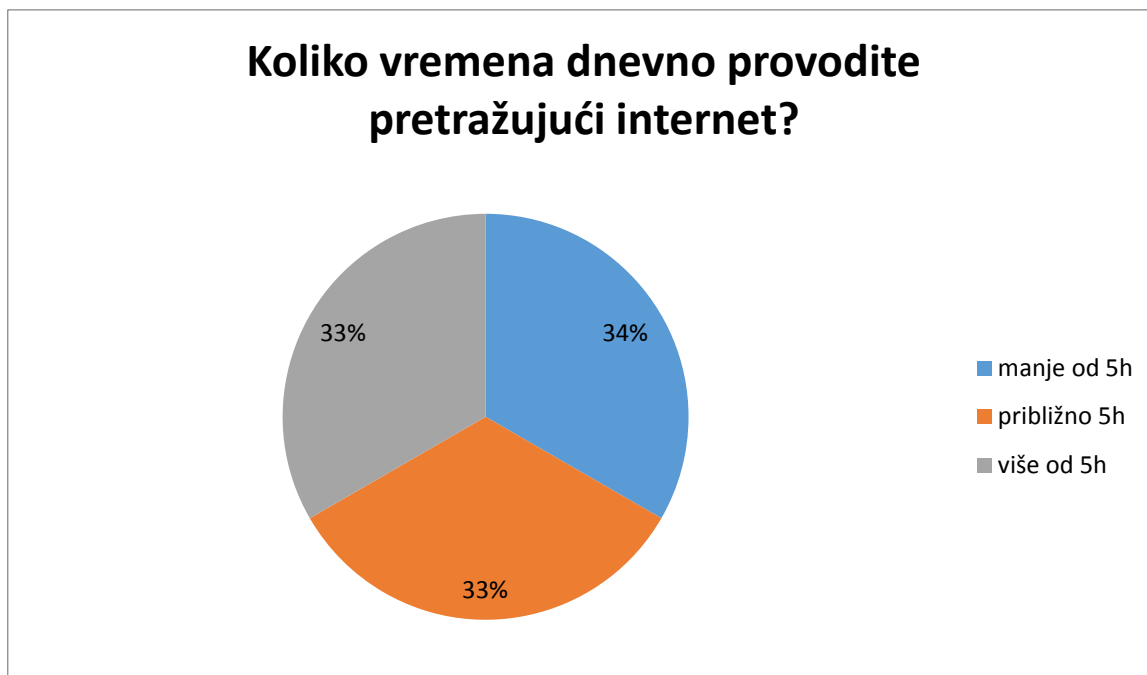
Grafikon 54.

Grafikon 54. daje nam prikaz rezultata na pitanje s kim naši ispitanici gledaju TV. Ponuđeni odgovori su a) Sa roditeljima; b) Sa bratom/sestrom; c) Sam/sama. Prvi ponuđeni odgovor bilježi 61%. Odgovor b) obilježilo je 30%, dok je najveći procenat pripao odgovoru c) koji govori da ispitanici TV gledaju sami, a on iznosi 9%. Kao i na prethodnom pitanju i ovdje smo željeli dokazati uzročno-posljedičnu vezu da ispitanici koji imaju televiziju u svojoj sobi i gledaju je sami, provode ispred televizora više od 5h. Ovim rezultatima naša pretpostavka nije tačna.



Grafikon 55.

Na grafikonu 55. slikovito smo prikazali, koje programene ispitanici najviše gledaju. Ispitanicima smo ponudili sedam različitih vrsta programa, a to su: serijski program, filmovi, sportski program, reality program, zabavni program, edukativni program i informativni program. Uz to, ponuđeni odgovori su: najviše gledam; često gledam; niti gledam niti ne gledam; malo gledam; ne gledam. Naši ispitanici najmanje gledaju reality program, malo gledaju edukativni i zabavni program. Niti gledaju niti ne gledaju informativni i serijski program, dok često i najviše gledaju filmovi i sportski program.



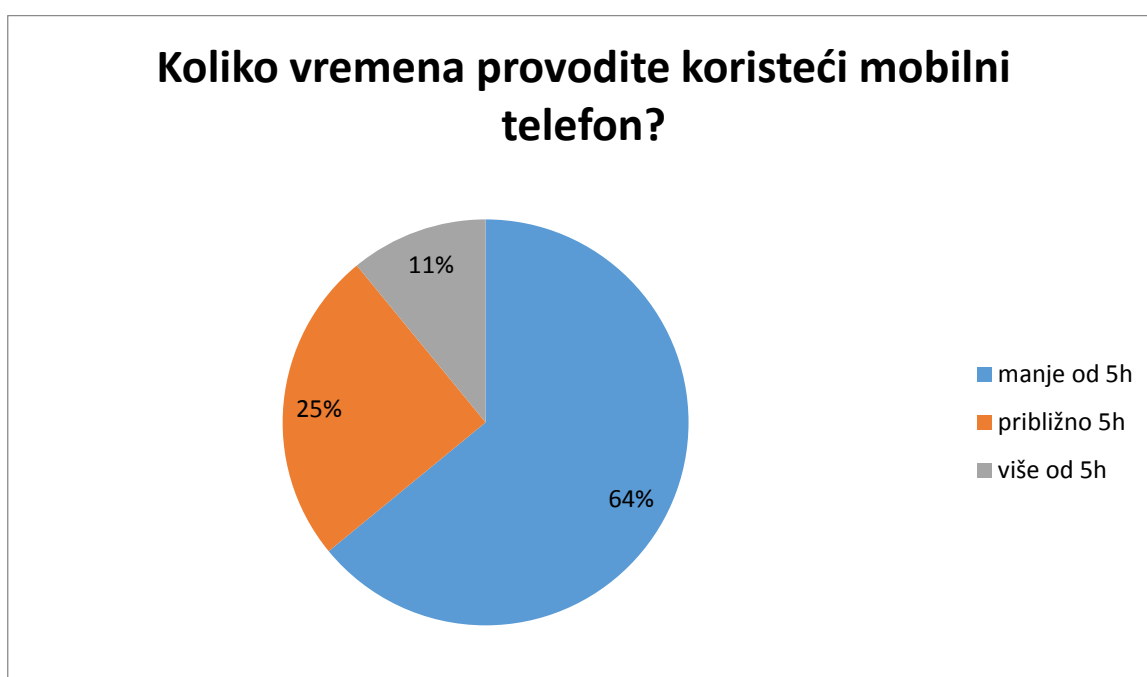
Grafikon 56.

Grafikon 56. jedanaestim pitanjem naše ankete došli smo do podataka koliko vremena dnevno ispitanici provode pretražujući internet. Najveći procenat na ovom grafikonu iznosi 34% koji označava prvi ponuđeni odgovor, odnosno manje od 5h. Njih 33% pretražuju internet približno 5h, i isto toliko ispitanika više od 5h je za računarom, laptopom ili tabletom.



Grafikon 57.

Grafikon 57. predstavlja dobijene podatke o posjedovanju računara/laptopa/tableta u sobi. Ispitanici su mogli označiti samo jedan od dva ponuđena odgovora, koji govore o tome da li posjeduju ili ne posjeduju računar/laptop/tablet u svojoj sobi. Njih 78% posjeduje, dok 22% ne posjeduje računar u svojoj sobi. Ovim pitanjem smo željeli dokazati našu pretpostavku da ispitanici zbog posjedovanja računara/laptopa/tableta u svojoj sobi više vremena provode pretražujući internet. Prikazanim rezultatima naša pretpostavka nije dokazana. Nakon odgovora o posjedovanju računara/laptopa/tableta, ispitanici su istakli šta to najviše pretražuju na internetu. Svi ispitanici su napisali da na internetu najčešće gledaju YouTube, igraju igrice i pretražuju stvari vezane za školu, a najčešće lektiru.



Grafikon 58.

Na grafikonu 58. predstavljeni su odgovori na posljednje pitanje naše uvodne ankete. Ono se ticalo toga koliko vremena ispitanici dnevno provode koristeći mobilni telefon. Najveći dio naših ispitanika, odnosno 64% telefon koristi manje od 5h dnevno. Približno 5h telefon koristi 25%, a 11% su oni koji provode više od 5h uz svoj mobilni telefon. Pored zabilježenih odgovora, ispitanici su imali priliku da daju obrazloženje za šta najviše koriste mobilni telefon. Svi ispitanici su se složili oko toga da vrijeme provedeno na telefonu koriste za društvene mreže i slušanje muzike.

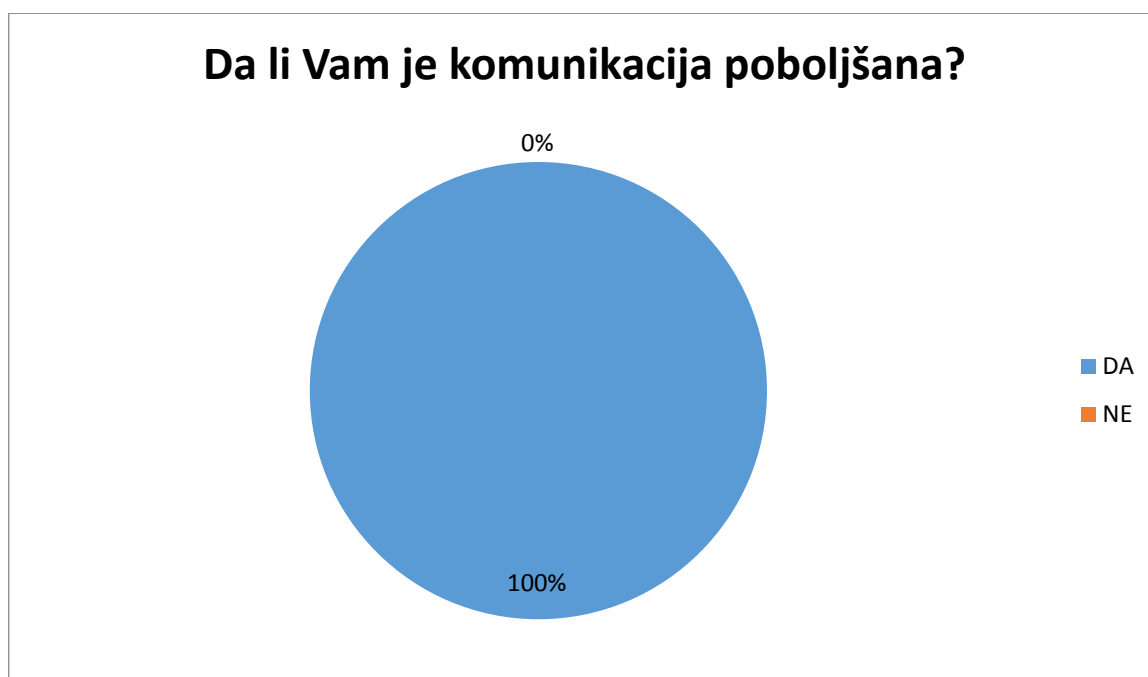
ZAVRŠNA PITANJA UČENIKA I RODITELJA VIII-3 OŠ „SAFVET-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI

Nakon što su ispitanici završili izazov „5 dana bez ekrana“, Sproveli smo i završnu anketu koja se sastoji od 4 pitanja. Ovom anketom smo htjeli provjeriti da li su se navike bez ekraničkih medija promijenile ili su ostale iste.

1. Pitanje – Šta se promijenilo od navika u ovih 5 dana?

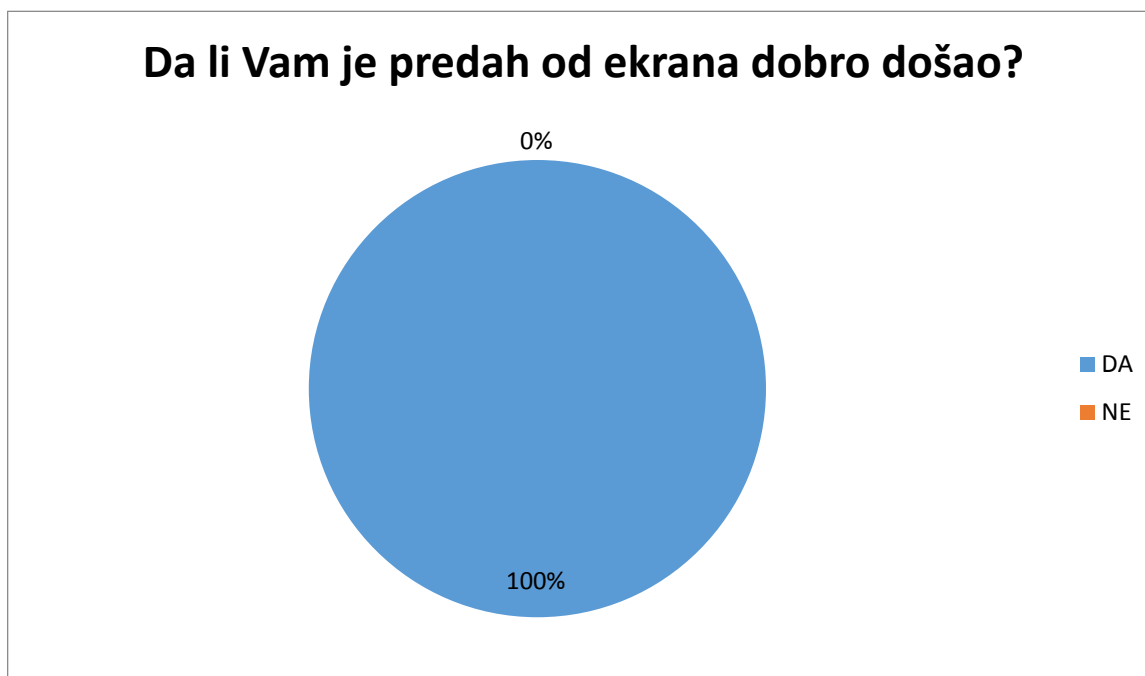
Prvim pitanjem smo željeli doći do podataka o tome koje su se navike promijenile tokom izazova. Svi ispitanici su popravili svoje ocjene u školi a neki od njihovih dodatnih odgovora su:

- „Promijenio sam komunikaciju sa roditeljima i drugovima“
- „Nisam koristio ekraničke medije i osjećam se mnogo bolje i više izlazim vani“
- „Promijenio sam broj sati provedenih na ovim uređajima i komunikaciju sa roditeljima“
- „Poboljšao sam fizičku aktivnost i više sam čitao i crtao“
- „Više pomagala roditeljima i izlazila vani“
- „Igrala sam se više sa sestrom društvenih igara“
- „Promijenio sam stav prema porodici. To je glavni faktor“



Grafikon 59.

Grafikon 59. je slikoviti prikaz rezultata na pitanje „Da li vam je komunikacija poboljšana? Ponuđenim odgovorima, ispitanici su mogli istaći da li im je komunikacija poboljšana ili ne. Jednoglasno 100% ispitanika je potvrdilo da im je nakon petodnevnog izazova komunikacija sa roditeljima, porodicom i prijateljima poboljšana.



Grafikon 60.

Na grafikonu 60. prikazano je i pitanje o tome da li je predah od ekrana ispitanicima dobro došao, kao i odgovori na isto. Jasno vidljivo jeste da je i na ovo pitanje potvrdnim odgovorom, da im je predah od ekrana dobro došao odgovorilo svih 17 ispitanika i procenat je 100%.

4. Pitanje – Šta biste drugima preporučili?

Svi ispitanici su dali svoj autentični odgovor i preporuku drugima da li trebaju pokušati ovaj izazov. Neki od njihovih komentara su:

- „Da dok mogu, dok još nisu već opsjednuti tome, da svoje slobodno vrijeme iskoriste sa porodicom i prijateljima i da svi moraju probati ovo jer je ovo lijepo iskustvo“
- „Preporučio bi svima da više vremena provedu uz knjigu, a ne medije“
- „Svi da probaju ovaj izazov jer poslije budu ponosni na sebe i definitivno se isplati“
- „Preporučila bih i drugim školama i učenicima da probaju ovaj projekat jer bi bili dosta produktivniji i bolje se osjećali“

PETODNEVI DNEVIK RADA UČENIKA I RODITELJA VIII-3 OŠ „SAFVET-BEG BAŠAGIĆ“ U BREZI

Učenici i roditelji su u toku 5 dana projekta zajedno vodili dnevnik rada i tu zapisivali svoje aktivnosti na ekraničkim uređajima. Dnevnici rada su napravljeni posebno za učenike, posebno za roditelje. Petodnevni dnevnik rada je imao za cilj da učenici i njihovi roditelji svaki dan po kategorijama zapisuju svoju aktivnost na ekraničkim uređajima. U dnevniku rada nalaze se tri kategorije: televizija, mobilni uređaji i internet te bodovi pored svake kategorije.

Ispod svake kategorije, ispitanici su trebali pisati nivo aktivnosti koji provedu na određenom uređaju, te broj bodova ostavrenih za taj dan. Nivo aktivnosti i bodove smo definisali:

1. Danas nisam gledao/la televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj nikako (1 bod)
2. Danas sam samnjio/la vrijeme provedeno gledajući televiziju, koristio/la internet/mobilni uređaj (0,5 bodova)
3. Danas sam gledao/la televiziju, koristila internet/mobilni uređaj kao i obično (0 bodova)

Nakon svake kategorije, učenici i roditelji, su po završetku izazova pisali završne komentare.

Učenici i roditelji OŠ „Safvet-beg Bašagić“ uspješno su završili svoj petodnevni izazov i ostvarili ukupno 39 bodova. Po njihovim komentarima ovaj izazov za njih je bio pomlo težak, izazovan, ali i jako zanimljiv.

Zbog velikog obima prikupljenih podataka i komentara, u nastavku donosimo samo najzanimljivije komentare učenika i njihovih roditelja po kategorijama tokom i nakon završenog izazova. U dogovoru sa roditeljima, identitet učenika će ostati anonimn.

Komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Televizija“:

- *„Danas nisam gledao televiziju jer sam dan proveo igrajući se sa svojim psom.“*
- *„Danas sam uspio da ne gledam televizor. Vrijeme sam proveo sa roditeljima u prirodi.“*
- *„Televiziju nisam gledao. Pomagao sam roditeljima u kućnim poslovima.“*
- *„Gledala sam televiziju dva sata manje, a to vrijeme sam posvetila svojoj porodici.“*
- *„Malo mi je bilo teško bez TV-a.“*
- *„Nisam gledala TV. Igrala sam društvenu igru sa sestrom „*
- *„Danas sam gledao televiziju jer sam bio umoran i nisam imao šta raditi.“*

- „Gledao sam malo jer mi je bilo dosadno.“
- „TV sam gledao jedan sat a ostalo vrijeme sam proveo razmišljajući o sebi i svojim postupcima.“
- „Proveo sam pola sata gledajući TV jer nisam mogao više izdržati, bilo mi je dosadno.“
- „Jednostavno nisam htjela preskočiti pravilo i nisam imala potrebu. Htjela sam svoje vrijeme provesti sa porodicom i nisam stigla upaliti TV.“
- „Televiziju sam gledala tri sata manje. Za to vrijeme sam se družila sa porodicom i djecom.“
- „Vrijeme koje bi provela gledajući televiziju posvetila sam stvarima koje sam zapostvila, više sam čitala i družila se sa prijateljima.“

Završni komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- „Vidim da mogu bez televizora. Bravo ja.“
- „Nakon ovih pet dana shvatila sam da više vremena trbam posvetiti sebi i svojim roditeljima.“
- „Primjetila sam da više razgovaram sa svojim roditeljima, više sam pomagala mami u kuhinji u pripremi jela.“
- „Više sam sa roditeljima išao na izlet. Bilo je lijepo i zanimljivo.“
- „Ovih pet dana bez TV promjenio je moj život na bolje, jer nisam posvetila svoje vrijeme gledajući TV niti sam imala koristi od toga i ponosna sam na sebe.“
- „Ostavio sam TV jer sam skontao da se trebam više družiti sa svojim bratom.“
- „Menije život lakši bez TV medija. Samo se džaba stresem kad vidim šta se dešava u svijetu.“
- „Tek sad sam vidjela koliko sam stvari zapostavila zbog televizije.“

Komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Televizija“:

- „Na početku je bilo teško, ali brzo sam se navikao.“
- „Tek sada shvatam da je ovo jedan vid ovisnosti.“
- „Vrijeme koje bih inače provodila gledajući TV iskoristila sam za sebe, otišla sam na frizuru i u šoping po nove stvari.“
- „Ovaj dan mi je bio napoan i morao sam se opustiti uz TV.“
- „Morala sam odgledati zadnju epizodu serije.“

- *„Televiziju ne gledam nikako tako da mi nije bio problem bez televizije.“*

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Televizija“:

- *„Bilo nam je teško, ali uz svu upornost i uzajamnu podršku sve smo izdržali.“*
- *„Idemo ludo idemo jako.“*
- *„Priroda je lijek za sve.“*
- *„Mislim da bi djeca uz kontrolu roditelja mogli smanjiti vrijeme provedeno uz TV. Tako bi se mnogo povećao njihov uspjeh u školi i drugim vannastavnim aktivnostima.“*
- *„Uspijeli smo se povezati u kratkom vremenskom roku. Bilo je više priče i druženja.“*
- *„Nismo ni svjesni kolika je razlika da djeca i roditelji budu bez televizije. Puno više vremena prododimo igrjući se i više komuniciramo.“*
- *„Bez TV je bilo teško. Tražila sam načine da se zaokupim drugim stvarima i uspjela sam.“*
- *„Bez televizije se može osim kada pada kiša.“*

Komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Internet“

- *„Vrijeme sam proveo u debati sa roditeljima. Izdržao sam bez interneta.“*
- *„Danas sam smanjio vrijeme na internetu. Koristio sam ga samo pola dana.“*
- *„Inatio sam se da ne koristim internet. Bilo je teško, ali uspio sam.“*
- *„Interne sam koristio jer me otac molio da mu nešto guglam.“*
- *„Trudila sam se da ne koristim internet i više sam pomagala mami u kuhinji.“*
- *„Vrijeme koje bih inače provela na internetu iskoristila sam u rasporemanju sobe.“*
- *„Smanjila sam vrijeme koristeći internet i više sam šetala sa drugaricom.“*
- *„Internet sam koristio samo u svrhu škole.“*
- *„Bilo mi je dosadno i morala sam koristiti internet.“*
- *„Bilo mi je teško bez interneta jer nisam mogao pratiti klub za koji navijam, ali sam uspio.“*

Završni komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“

- *„Bilo je teže nego sam mislio.“*
- *„Internet je nekad i koristan.“*
- *„I bez interneta se može lijepo zabavljati.“*
- *„Kako sam uspjela smanjiti internet mislim da je moguće i bez njega. Da vrijeme sa ljudima koji su sa nama u stvarnom svijetu možemo bolje iskoristiti nego sa onima u virtuelnom.“*
- *„Bilo mi je malo neobično i uspjela sam bar malo.“*
- *„Bez interneta je bilo naporno, ali i zanimljivo.“*
- *„Shvatio sam da je internet kao neka vrsta droge i da je život zdraviji bez interneta.“*

Komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Internet“

- *„Internet je nekada koristan.“*
- *„Svih pet dana bez interneta supruga i ja smo se nagradili ručkom u restoranu.“*
- *„Internet sam koristila kao i obično. To mi je jedini vid animacije.“*
- *„Inrenet sam koristila samo za poslovne sastanke.“*

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Internet“

- *„Jedva sam dočekaao peti dan.“*
- *„Može se živjeti bez interneta. Slažem se da se život može organizovati bez interneta, ali s obzirom u kakvom vremenu živimo sve se svodi na život sa internetom. „*
- *„Život bez interneta u današnje vrijeme je jako teško. Bez interneta bi bili mnogo uspješniji u školi, ali i životu“*
- *„Ovih pet dana sam shvatila da previše vremena provodim na internetu i zapostavljam djecu i supruga.“*
- *„Internet je koristan za pretraživanje edukativnih sadržaja, ali svih pet dana sam uspio izdržati.“*

Komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Mobilni telefon“

- *„Mobitel nisam koristio. Mislio sam da neću uspijetii, zato sam ponosan na sebe.“*
- *„Sebe sam bodrio i podržavao da ne koristim mobitel. Uspio sam.“*

- „Koristio sam mobitel za igranje igrice.“
- „Smanjila sam vrijeme provedeno koristeći mobitel i to vrijeme sam provela crtajući.“
- „Mobilni telefon nisam koristila i više sam pričala sa sestrom.“
- „Svih pet dana sam proveo u želji za mobilnim telefonom“
- „Kako nisam koristila miobilni telefon, više sam pomagala sestri u domaćoj zadaći što prije nisam radila.“
- „Mobitel sam koristila za objavljivanje slika.“
- „Nisam mogla skroz bez mobitel, ali sam smanjila upotrebu.“

Završni komentari učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobilni internet“

- „Shvatio sam da mogu bez telefona i da nisam previše okupiran sa njim.“
- „Kako sam smanjila upotrebu mobitela zanimljivije mi je čitati knjige.“
- „Predah od mobitela mi je dobro došao jer sam nasla stare fascikle i prijetila se uspomena.“
- „Bez mobitela je bilo naporno i dosadno.“
- „Vrijeme koje sam provodio bez mobitela je puno zanimljivije nego sa mobitelom.“
- „Uspio sam bez mobitela čak je i stanje u kući mnogo bolje.“
- „Bez mobitela mi je bilo najteže, ali sam uspio jer sam se igrao sa bratom.“

Komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ na kategoriju „Mobilni internet“

- „Mobitel nismo koristili jer smo svima rekli da imamo projekat i da nas ne zovu.“
- „Jedini razlog zašto sam koristio mobitel je da bih odgovorio na poslovne pozive.“
- „Ovih pet dana nisam znala šta ću sa rukama.“
- „Prva dva dana je bilo teško, ali uz uzajamnu podršku smo izgurali do kraja.“

Završni komentari roditelja učenika OŠ „Safvet-beg Bašagić“ nakon završenog petodnevnog izazova na kategoriju „Mobilni internet“

- „Ovo je zlo bez koga nemožemo iako vidimo da na šteti.“
- „Vrijeme provedeno bez mobitel zblížilo je našu porodicu.“
- „Bez mobitela moraš biti nadzornik svih 24 sata, a to je veoma teško.“
- „Ranije sam isla na spavamje, bolje sam spavala i lijepo se odmorila.“
- „Dao sam sve od sebe da izdržim.“

- *„Ovaj projekat nas je podsjetio kako je život bio ljepši bez ekraničkih medija. Više se družilo, putovalo, organizovale radne akcije, više smo brinuli jedni za druge. Sa zadovoljstvom smo ispunili ove zadatke.“*
- *„Definitivno ćemo ponoviti ovaj izazov svakog mjeseca.“*

ZAKLJUČAK

Shodno navedenom tekstu na temu „Edukativna uloga radijskog programa“ i provedenom projektu zaključuje se sljedeće:

1. Osnovna zadaća radija kao medija bila je prenijeti informaciju u što kraćem vremenskom period, što je značilo mogućnost bržeg prijenosa informacija od printanih medija. Vremenom radio postaje istovremeno informativni i zabavni medij oko kojeg se okupljaju široke narodne mase.
2. Gledajući sa historijskog aspekta, radio emisije su imale mnogo veći edukativni karakter u prošlosti, nego što je to slučaj u 21. vijeku, jer se od radija isključivo očekuje da bude „pokretna muzička kutija“ i zabavi slušatelje, što u prilog govori i činjenica da danas vladaju „formatirani“ programi radija.
3. Sa stajališta odgoja i obrazovanja za medije, koji podrazumijevaju i radijski program, se može reći da su nositelji, odnosno posrednici informacija u odgojno- obrazovnom domenu, samim time utiču na formiranje stavova, vrijednosti i ponašanja, kako odraslih, tako i djece, što je dokazano kroz navedeni projekat u radu.
4. Radio se danas sluša na drugačiji način, ali očekivanja publike ostala su ista – slušatelji žele čuti relevantne vijesti te stvarne ljude s kojima se mogu poistovjetiti i njihove priče. Sadržaj koji je slušatelju već poznat mora pružiti novu perspektivu, dati dodanu vrijednost već primljenoj informaciji te više nego ikada ranije dati publici odgovor na postavljeno pitanje i ponuditi rješenje na zadani problem.

LITERATURA

Knjige i časopisi

Ćutuk I. Kultura dijaloga na Hrvatskom radiju. Sveučilište u Zadru, Zadar. Dostupno na: file:///C:/Users/Dell/Downloads/937573.Kultura_dijaloga_na_Hrvatskome_radiju_07042015.pdf, pristupljeno 20.9.2021.

Fejzić-Čengić, Fahira (2008): „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo

Malović, Stjepan (2007): „Mediji i društvo“, ICEJ, Zagreb

Milenković, Dejan (2010): „Ljudska i manjinska prava, sloboda izražavanja i uloga medija u uslovima sukoba i napetosti“.

Šingler, Marin (2000): Viringa, Sindi „Radio“ Clio

Štavljanin, Dragan (2013): „*Balkanizacija interneta i „smrt“ novinara*“, Radio Slobodna Evropa; Čigoja štampa, Beograd

Thompson Mark, Price E. Monroe (2002): „ *FORGING PEACE: Intervention, Human Rights and the Management of Media Space*“ Indiana University Press

Vukić T. Studentski radio u Hrvatskoj. Izvorni znanstveni rad. UDK: 070.1:654.19-057.875(497.5)

Internet izvori i ostalo

Dostupno na: <http://www.bhrt.ba/lat/default.wbsp?p=51>, pristupljeno 24.5.2016

Dostupno na: <https://vern.hr/novosti/nova-publika-radio-ne-slusa-ona-s-njim-komunicira/>, pristupljeno 24.9.2021

Edukacija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 26. 9. 2021. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=17088>>

Kodeks o emitovanju radio televizijskog programa,
https://www.parlament.ba/data/dokumenti/press-kutak/kodeks_o_emitiranju_radiotelevizijskog_programa_bs.pdf, pristupljeno 20.9.2021

UNICEF (2018), <https://www.unicef.org/croatia/medijska-pismenost>, pristupljeno 15.9.2021

Upute za pripremu programske dokumentacije,

file:///C:/Users/Dell/Downloads/1.%20UPUTE%20za%20izra%C4%8Dun%20programske%20osnove_FINAL%2005022015.pdf, pristupljeno 22.9.2021

Bilješke sa predavanja prof. Amile Šljivo Grbo, predmet „Etika javne riječi“

Bilješke sa predavanja pro. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“

Bilješke sa predavanja prof. Jelenke Vočkić Avdagić, predmet „Komercijalni mediji i javni servisi“

Intervju prof.dr. Fahira Fejzić Čengić za RSG radio



Naziv odsjeka i/ili katedre: Komunikologija

Predmet: Magistarski rad

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Jasna Hrnjičić

Naslov rada: Edukativna uloga radijskog programa

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 127

Potvrđujem:

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

Mjesto, datum

Sarajevo, 2021.

Potpis
