



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

*MEDIJSKA SLIKA O MIGRANTIMA NA PUTU
KROZ BOSNU I HERCEGOVINU*
- magistarski rad -

Kandidat:

Alen Inajetović

Mentorica:

Prof. dr. Fahira Fejzić - Čengić

Broj indeksa:

1061/II-K

Sarajevo, juli 2022.

Sadržaj

UVOD	5
I. NAUČNA I DRUGA SAZNANJA O PREDMETU/TEMI ISTRAŽIVANJA	6
1.1. Polazna saznanja o predmetu istraživanja	6
1.2. Fundamentalna pitanja koja proizlaze iz predmeta istraživanja?	6
1.3. Koncept mogućih odgovora.....	6
II. UVOD U STUDIJE MEDIJA/OPĆE INFORMACIJE	7
III. METODOLOŠKI OKVIR RADA.....	9
3.1. Problem i predmet istraživanja	9
3.1.1. Obrazloženje problema i predmeta istraživanja	9
3.2. Ciljevi istraživanja.....	9
3.3. Motiv za izradu teme	10
3.4. Generalna hipoteza	10
3.5. Kategorijalno – pojmovni i terminološki sistem	10
IV. VRSTE MASOVNIH MEDIJA	11
4.1. Postavljanje teze	11
4.1.2. Definicije medija	12
4.1.3. Komparativne prednosti medija.....	14
4.1.4. Masovno društvo	15
4.1.5. Medijski sadržaj.....	16
4.1.6. Medijska kultura	18
V. VRSTE MASOVNIH MEDIJA	19
5.1. Televizija	21
5.2. Štampani mediji.....	25
5.3. Radio.....	27
5.3. Novi mediji	29
VI. POZICIONIRANJE MIGRANATA U BOSNI I HERCEGOVINI.....	35

6.1. Migracija, migranti i izbjeglice: Terminologija i brojke	35
6.2. Migrantska kriza u Europi	36
6.3. Predrasude o migrantima	39
6.4. Integrativna teorija prijetnje	42
6.5. Položaj migranata u Bosni i Hercegovini	43
VII. Izvještavanje o migrantima u Bosni i Hercegovini	45
7.1. Kratki vodič za novinare.....	45
7.2. Izvještavanje o migrantskoj krizi: insinucije, rasizam i ksenofobija	48
7.3. Istraživanje o načinima izvještavanja medija o migrantima.....	51
7.4. Migranti i izbjeglice kao prestupnici	53
7.5. Migranti i izbjeglice kao žrtve, empatično izvještavanje	54
7.6. Stvaranje negativne slike o migrantima i izbjeglicama: kako prosječan građanin zamišlja migranta	55
7.7. Stanje na terenu: Policija demantuje medije.....	58
VIII. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	69
8.1. Analiza ankete	69
IX. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA.....	77
X. LITERATURA.....	78
Knjige.....	78
IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA	82
Potvrđujem:	82

UVOD

Iako migracije ne predstavljaju novi sistem izučavanja, 2015. godina smatra se veoma važnom u pogledu izbjegličke ili „migrantske krize“ na području Europe. Zbog Sirijskog građanskog rata, značajan broj migranata bio je primoran napustiti zemlje Pakistana, Sirije, Afganistana. Siriju je napustilo više od milion stanovnika, a više od 440.000 njih stiglo u Europu morskim putem. Takvim redosljedom događaja i na prostoru Balkana događa se prolazak migranata, prvenstveno kroz Sjevernu Makedoniju i Srbiju, a zatim i Bosnu i Hercegovinu i Hrvatsku.

Medijsko okruženje u Bosni i Hercegovini ima značajnu ulogu u prezentaciji migrantskih skupina kroz kreiranje sadržaja koji mogu uticati na publiku. U ovom radu ću prikazati kako to medijsko okruženje kreira sliku o migrantima, putem štampanih medija, televizije, društvenih mreža i vizuelne prezentacije. Također, terminološki ću definirati termin „migrant“, te odredit ću njihove glavne odrednice i razlike.

Migrantska i izbjeglička kriza u Bosni i Hercegovini jedna je od glavnih medijskih tema u proteklom godinama. Situacija za život u kampu svojevremeno u kojem migranti i izbjeglice nemaju elementarne uslove za život kao i nespremnost i nesposobnost bh. vlasti da se suoče sa ovom vrstom problema, dovela je do toga da mediji kontinuirano izvještavaju o ovom problemu, a problemu se ne nazire kraj.

Mediji su glavni posrednici između javnosti i stvarnosti i oni danas konstruiraju javno mnijenje. Glavni zadatak im je naravno da informiraju, zabave ali i da poduče javnost. Mediji informiraju javnost najčešće na način odgovarajući na pet osnovnih pitanja: ko, šta, kako, kada i zašto.

Osim zadatka da izvjestite javnost o svemu, blagovremeno je u bh. medijima postao sinonim biti prvi, objaviti sve po bilo koju cijenu, ne ispitati sve činjenice i imati nezvanične izvore. To su fraze koje susrećemo kako u medijima tako i u analizama koje prate sami rad medija. Internet kao globalna mreža za komunikaciju kao i internet portali teže da budu najčitaniji i najbrži.

Migrantska kriza podrazumijeva određene žrtve nastale kao posljedice rata i nepravde načinjene ljudima koji su izbjeglice. Najveće žrtve u ovom momentu su ljudi – migranti i izbjeglice koji idu sa jednog mjesta na drugo tražeći dom i spas. Mediji imaju zapravo najveću odgovornost za to kako su migranti prihvaćeni, te kako se na njih gleda.

Commented [FF1]: Poravnajte i desnu stranu teksta

Commented [FF2R1]: Pet miliona od početka rata

Commented [FF3]: svojevremeno

Commented [FF4]: Konstruiraju

I. NAUČNA I DRUGA SAZNANJA O PREDMETU/TEMI ISTRAŽIVANJA

1.1. Polazna saznanja o predmetu istraživanja

Polaznim saznanjem došli smo do spoznaje da sintagmu "medijsko okruženje u Bosni i Hercegovini" i njihovi sadržaji koji plasiraju informacije, potpomognuti su mnogim novim tehnologijama kao to su društvene mreže, portali i slično, imaju veliku ulogu u procesu izvještavanja i samom kreiranju svijesti društva. Migrantska kriza u Bosni i Hercegovini i mediji koji izvještavaju o njihovim kretanjima, ponašanjima, dovodi do toga da društvo nesvjesno upija i prihvata sve oblike vijesti, a mediji ne biraju sredstva kako će doći do korisnika, nije bitno da li su ti sadržaji tačni ili ne.

Commented [FF5]: Sintagmu

Commented [FF6]: pun naziv

Commented [FF7]: Iza zarez prazno mjesto

Commented [FF8]: Nije bitno

1.2. Fundametalna pitanja koja proizlaze iz predmeta istraživanja?

Možemo postaviti pitanje koji su ciljevi plasiranja vijesti o migrantima i da li te vijesti imaju uticaj na svijest na građane i društvo? Da li kompetentno medijsko izvještavanje o migrantima utiče na javno mnijenje i na koji način prepoznati neprovjerene, manipulativne ili propagadne sadržaje?

Commented [FF9]: utiče

1.3. Koncept mogućih odgovora

Medijski sadržaji koji nude i plasiraju informacije vezano za migrante u Bosni i Hercegovini dat će nam odgovore da li medijsko okruženje kreira javno mišljenje o migrantima, da li su oni suodgovorni za lošu percepciju o ovim ljudima u našem društvu i da li predstavljaju opasnost po lokalno stanovništvo. Mediji su najbolje sredstvo za informisanje i njihovo izvještavanje na najbolji mogući način pokazuju s kojim ciljem žele postići popularnost među stanovništvom ili u publici.

Commented [FF10]: višak

II. UVOD U STUDIJE MEDIJA/OPĆE INFORMACIJE

Migracije oduvijek predstavljaju važnu konstantu u ljudskoj civilizaciji. Pokretljivost jedinkama označava način preživljavanja u svijetu. One su „jedno od temeljnih svojstava čovjekova nagona za kretanjem, njegove egzistencijalne nužde i refleksi njegove opće znatiželje.“ Prema tome, historijski gledano postojale su brojne selidbe ljudi. (Friganović, 1989).

Osim što migracije ljudima otvaraju razne poslovne mogućnosti koje kasnije rezultiraju u povećanju umreženosti i boljim trgovinskim razmjenama, ovakve situacije imaju sposobnost da ljude u toku putovanja dovedu u opasne situacije. Tako novinari web stranice „Themigrantfiles.com“ u detaljnom istraživanju provedenom 2016. govore kako je od 2000. godine u Europi radi migracija živote izgubilo čak 30 hiljada ljudi.¹

Riječ *medij* latinskoga je porijekla (lat. medius – srednji, u sredini). Medij najčešće određujemo kao sredstvo komuniciranja ili prenošenja vijesti, međutim, da bismo na konkretan i precizan način definirali medij, ali i njegove uloge i funkcije, moramo imati u vidu da postoji mnogo tumačenja svrhe, ali i funkcije medija i novinarstva. Ovisno o tome ko tumači medije (znanost, poslovni ili politički krugovi), razlikuju se pogledi na medije, odnosno uloge medija u suvremenome svijetu. U komunikacijskim naukama medij je fizičko ili tehničko sredstvo pretvorbe poruke u signal koji se može slati kanalom. Oni su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija, posrednici su između vlasti i javnosti, informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu, a sve to kako bi ispravno informisali (ili danas, nažalost, sve više, manipulirali) javno mišljenje građana. Pri tome valja, više nego je uobičajeno, uzimati u obzir i njihovu ideologiziranost.²

John Fiske razlikuje tri vrste medija: prezentacijske (lice, glas, tijelo), koje su ograničeni na „ovdje“ i „sada“ jer je medij sam komunikator; reprezentacijske (fotografije, knjige, slike), koje se koriste kulturnim i estetskim konvencijama za stvaranje komunikacijskih djela i određenoga diskursa; i mehaničke medije (radio, televizija, telefon), koji odašilju i prezentacijske i reprezentacijske medije, a kategorije se izvode na osnovi međusobnih razlika. Zadatak medija je prenošenje različitih vrsta informacija široj javnosti. Nema sumnje da su mediji vrlo važni, a u tome kontekstu duboko su ukorijenjeni u sve društvene aspekte. Usporedo s razvojem tehničke, ali i tehnološke baze medija, razvijale su se i mogućnosti za napredak u smislu komunikacija i komunikacijskih vještina preko medijskih kanala. Rezultat razvoja medija u prošleme stoljeću osjeća se u savremenome društvu, a mediji su svoje djelovanje proširili, ali i usmjerili na sve društvene strukture.

¹ <https://www.themigrantsfiles.com/>

² Usp. Nada Zgrabljčić Rotar, Medijska pismenost i civilno društvo, Media Centar, Sarajevo, 2005., str. 8

Mediji imaju svoje korijene u počecima društvenih zajednica u kojima je postojala potreba za javnim saopštenjem informacija. Medij je posrednik prijenosa poruke od pošiljatelja poruke do primatelja. Sam naziv ima nekoliko značenja, a zapravo se različito tumači s obzirom na znanstveno područje ili područje društvenoga djelovanja. (Marić, Medijska politika od indoeuropskog praroda do Ujedinjenih naroda, 2003).

U komunikacijskim naukama medij je tehničko ili fizičko sredstvo konverzije poruke koja se može slati preko kanala. Također se definira i kao savremeno sredstvo za prenošenje informacija. (Anić, 2000).

Vladimir Biti smatra da se taj naziv može definirati barem na četiri načina:

I. U fiziologijskome smislu, kad medij označava komunikacije: auditivni, vizualni, taktilni, olfaktivni te njihov međusobni odnos (intermedijalnost);

II. U fizičkome smislu, kad mediji znače sredstvo pomoću koje se izražava neka nova poruka; jezik, ton i boja;

III. U tehnološkom značenju označava sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje;

IV. U sociološkome, u kojem je medij shvaćen kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije pa se govori o politici, gospodarstvu, znanosti, odgoju. (Biti, 1997).

Na taj se način pojam medija donekle izjednačava s pojmom diskursa. Ovo je šire, ali ipak moguće tumačenje. (Rozenstil, 2006).

III. METODOLOŠKI OKVIR RADA

3.1. Problem i predmet istraživanja

3.1.1. Obrazloženje problema i predmeta istraživanja

Predmet istraživanja magistarskog rada jeste medijsko okruženje o migrantima u Bosni i Hercegovini. Cilj je istražiti bosanskohercegovačko medijsko okruženje i na koji način izvještavaju o migrantima. Demografski tokovi u savremenom svijetu i migrantska kriza je neminovnost koja je neizbježna u 21. vijeku.

Commented [FF11]: o

Mediji i medijsko okruženje danas ali možemo reći odkad mediji postoje prošli su kroz niz transformacija, pa samim tim njihovo izvještavanje nije uvijek bilo isto. Danas kada živimo u vremenu globalizacije mediji i njihov uticaj mogu pridonijeti pozitivnim ili negativnim izvještavanjima.

Commented [FF12]: odkad

Svako tehnološko dostignuće samo po sebi nije nužno ni pozitivno ni negativno ali, dosadašnji tehnološki razvoj je pokazao da je upotreba tehnoloških dostignuća moguća i kao pozitivna ali i kao negativna, odnosno zloupotreba.

Migracijski tokovi preko države Bosne i Hercegovine idalje su aktuelni, a stanovništvo naše zemlje već godinama unazad se sureće sa tim ljudima na ulicama. Medij i njihov uticaj na javno mnijenje ponekad daje pogrešnu sliku, a ne onu stvarnu i realnu.

Ovaj rad nastojat će prikazati kako medijsko okruženje u Bosni i Hercegovini utiče na kreiranje javnog mnijenja, i kako ti uticaji mogu dovesti do predstavljanja migranata kao jedan vid opasnosti po lokalno stanovništvo.

Problemsko pitanje: Da li medijsko okruženje igra bitnu ulogu o stvaranju slike o migrantima u Bosni i Hercegovini?

3.2. Ciljevi istraživanja

Osnovni cilj je ustanoviti kroz medijsko izvještavanje da su migranti osobe kojima je potrebna pomoć kako bi se uklopili u društvo. Cilj je istražiti na koji način se plasiraju informacije i kakav je uticaj medijskog okruženja na javno mnijenje. Sadržaji koji se plasiraju kreiraju stavove a samim ti i percepciju ljudi, daju širu sliku a ponekad i pogrešnu o migrantima. Također, pokušati ćemo približiti važnosti manjina u našem društvu kao i akademskoj zajednici. Pitanje migrantske krize i migranata koji se nalaze na teritoriji Bosne i Hercegovine je pitanje svih nas. Probat ćemo dokazati objektivno

izvještavanje i mišljenje o njima. Relevantnim istraživanjem u situaciji kojoj se nalaze migranti i etničke manjine prikazat ćemo u javnom diskursu kroz djelovanje medija.

Commented [FF13]: I fali

3.3. Motiv za izradu teme

Glavni motiv za izradu ove teme jeste moj angažman u Internacionalnoj organizaciji za migracije. Osnovni motiv za izradu ovog rada proizlazi iz činjenice da medijsko okruženje prilikom izvještavanja o migrantima, ponekad šalje nerealnu sliku. Također na osnovu mog dugogodišnjeg iskustva sa ovom grupom ljudi, u ovom radu želim prikazati da migranti kao osobe zaslužuju da budu ravnopravne u našem društvu, kao i da trebamo prema njima prilaziti bez predrasuda.

3.4. Generalna hipoteza

Generalna hipoteza: Mediji pogrešno prikazuju stanje o migrantima na putu kroz Bosnu i Hercegovinu i imaju uticaj na promjenu svijesti kod ljudi.

Commented [FF14]: Na putu kroz Bosnu i Hercegovinu

Pomoćna hipoteza: Medijsko okruženje i sami mediji djeluju na kreiranje mišljenja ljudi o migrantima.

Pomoćna hipoteza: Mediji su trenutno najodgovorniji za stanje migranata u Bosni i Hercegovini.

Commented [FF15]: Bez kratice

3.5. Kategorijalno – pojmovni i terminološki sistem

Medij – Potiče od latinske riječi „medijum“ što znači posrednik, nešto između. Medij je kanal za posredovanje informacija od komunikatora do recipijenta. (Tucaković, 2004).

Izvještavanje – Je opisivanje, a novinari koji izvještavaju o događajima cijenjeni su ako to rade precizno, jasno, životopisno i atraktivno bez obzira na vrstu medija. (De Berg, 2007).

Medijski sadržaj – Svi mi živimo u dva svijeta: svijetu stvarnosti i svijetu medija. Većina nas osjeća da je svijet stvarnosti suviše ograničen; zaista u njemu ne možemo da doživimo sve što želimo niti da dobijemo sve željene informacije. Da bi smo stekli željena iskustva i informacije odlazimo u svijet medija. (Potter, 2008)

Migrant – „IOM“ definira migranta kao osobu koja se udalji iz svog uobičajenog mjesta stanovanja, bilo unutar zemlje ili preko međunarodne granice privremeno ili trajno i iz raznih razloga.³

³ <https://bih.iom.int/sites/default/files/Reporting%20on%20Refugees%20BHS%20print.pdf>.

IV. VRSTE MASOVNIH MEDIJA

4.1. Postavljanje teze

„Govoreći općenito o medijima, vrlo je važno podvući crtu između medija koji podrazumijeva isključivo komunikacijsko sredstvo od onoga koji ima primjene u spiritističkim obredima. Tako se medij, koji dolazi od latinske riječi medium smatra sredstvom komunikacije koji prenosi ili posreduje poruku.“ (Schmidt & Cohen, 2004).

„Svaka analiza uloge i značenja medija u određenom društvu, polazi od nesporne činjenice da mediji djeluju i razvijaju se usporedo s razvojem društva i njegovim karakteristikama. Društveni razvoj je proces koji se lokalno i globalno manifestira brojnim specifičnostima, pa je slijedom toga i taj međuodnos medija i društva permanentni predmet istraživanja brojnih društvenih nauka. Mediji sa strukturama društva komuniciraju posredstvom poruka određenog sadržaja. Tu poruku mediji mogu komunicirati između brojnih društvenih grupa ili između javnih institucija i javnosti, te na taj način održavati i usmjeravati dinamiku struktura društva. Ako promatramo medije na razini posrednika poruke, tada zapažamo njihovu tehničku strukturu, zastupljenost pojedinih vrsta, pojavu i karakteristike novih vrsta i promjene u postojećim vrstama te način i njihove prilagodbe. Ako ipak istražujemo značaj i/ili utjecaj medija na društvene događaje u savremenom društvu, na dinamiku društvene strukture, onda valja promatrati medije kao dio društvene strukture. Unutar društvene strukture, raspored društvene moći u pravilu se razlikuje u svakom društvu. Mediji u tehničkom smislu uvijek odražavaju njihov odnos prema nosiocima društvene moći određenog društva. Drugim riječima za komuniciranje poruke uvijek se koristiti onaj medij koje će najefikasnije komunicirati na relaciji između nosioca društvene moći i medija unutar date društvene strukture. U feudalnom društvu, najefikasniji mediji su vjerski obredi i sajmovi, a u razvijenom kapitalizmu novine i televizija. Savremena društva uobičajeno se određuje kao masovna, moderna i postmoderna društva, što nije nešto što je precizno određeno, već više analitička pretpostavka koju koristimo da bi prepoznali ulogu medija u datim društvima.“ (Dulčić, 2014).

4.1.2. Definicije medija

√ Kritika i kontrola (omogućiti da se ništa ne skriva od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti);

√ Zabava;

√ Obrazovanje (mediji su sve više u službi educiranja jer upotrebom medija dobijamo mnoga opća znanja; oni mogu imati poseban obrazovni karakter preko specijaliziranih edukativnih programa koji se bave znanostima, istraživanjem i popularizacijom – National Geographic, History Channel, Discovery);

√ Socijalizacija i vodstvo;

√ Integracija (mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.). (Zagorac-Keršer, 2005).

O funkcijama masovnih medija piše i prof. dr. Tena Martinić u knjizi Postmoderna, svakodnevna, komunikacija iz 1994. godine. Prema Martinić, medijske su funkcije sljedeće:

- Informacijska funkcija (prema autorici, ta je funkcija najvažnija jer je međuovisnost širih društvenih zajednica daleko veća nego prije, a pojedinac je ovisniji o okolini zbog svoga ograničenog dijapazona);
- Selekcijaska i interpretacijska funkcija (ona omogućuje dobijanje svijesti o zajedničkim problemima te doprinosi koheziji zajednice);
- Eksplicacijska funkcija (služi za uspostavljanje i održavanje kolektivne svijesti, a na osobnoj razini njome se postiže integracija pojedinca u zajedničku akciju);
- Obrazovna funkcija (kulturni se sadržaji prenose s jedne generacije na drugu, povećava se društvena kohezija, proširuju se društvene norme, nastavlja se socijalizacija);
- Zabavljačka funkcija (opuštanje svojstveno kolektivu i pojedincu);
- Estetska funkcija (mediji se svojim oblikovnim mogućnostima nameću kao novi umjetnički izraz). (Martinić, 1994).

Prema Martinić, pored svake funkcije postoji i njezina disfunkcija. Naime, ona misli da je rezultat komunikacije u opreci s motivima komuniciranja – primatelj ne prihvaća komunikacijski sadržaj, već ga prestrojava prema vlastitom iskustvu i pridaje mu značenje koje nije eksplicitno iskazano. Tako, primjerice, disfunkcija informacijske funkcije je sljedeća: informiranje javnosti o drugim zajednicama može vrlo jednostavno stvoriti sliku o boljim društvima, što dalje može dovesti do destabilizacije društva, koja može biti potencijalno opasna za vlast, a na ličnom planu može dovesti do apatije. U tome slučaju, disfunkcija estetske funkcije bila bi proizvodnja potrošne kulture i sl.

Disfunkcija, zapravo, ukazuje na činjenicu da primatelj nije pasivan te da je manipulacija ipak ograničena. Analizirajući stavove brojnih teoretičara, vidljivo je da gotovo svi imaju različite stavove o tome koje su funkcije medija. Svaki medij, po svojoj prirodi, predodređen je za neke funkcije. Tako novine informišu, televizija informiše i zabavlja, radio uglavnom zabavlja, potom informiše i slično. Mediji danas imaju ulogu da budu pouzdana društvena aktivnost, koja je neraskidivi dio modernoga i savremenoga života: „Nezavisno, naime, od pozicioniranosti mas-medija u društvenoj strukturi i subjektivnih namjera medijskih vlasnika, kontrolora i profesionalnih komunikatora, mediji masovnog komuniciranja nužno obavljaju društvene funkcije informisanja, obrazovanja i zabave pripadnika masovne publike. (Miletić, 2006).

Strukturno-funkcionalna teorija sistema teoretski je okvir za analizu društvenih uvjeta i posljedica djelovanja masovnih medija. U tom pojmu sažete su mnoge, dijelom i vrlo različite teorije. Ne postoji jedna jedina funkcionalna analiza. Zaključuje se da glavna orijentacija funkcionalizma sastoji od «practice of interpreting data by establishing their consequences for larger structures in which they are implicated». (Merton, 1957).

Možemo istaknuti šest temeljnih pretpostavki strukturno-funkcionalne analize: (Hagedorn/ Labowitz 1973):

1. Postoji socijalni sistem sastavljen od podistema koji međusobno utječu jedan na drugoga.
2. Taj sustav ima određeni broj temeljnih potreba koje se moraju ispuniti kako se ne bi dogodio slom sustava.
3. Za održanje systemske ravnoteže moraju biti ispunjene potrebe podsustava.
4. Podsystemi (dijelovi sistemi) mogu biti funkcionalni (pridonose stabilnosti) za stabilnost ukupnog sistemi, disfunkcionalni (ometaju stabilnost) ili irelevantni.
5. Određena potreba sistema može se zadovoljiti na različite načine («funkcionalni ekvivalenti»)
6. Samo institucionalizirani (ponavljaju se u redovnim razmacima) obrasci ponašanja primjereni su funkcionalnoj analizi. (Hagedorn, 1973).

Funkcionalistički pristupi za objašnjenje odnosa masovnih medija i društva pokušavaju utvrditi doprinos podistema «masovne komunikacije» funkcioniranju cijelog sustava. Rani primjer takvog pristupa potječe od Paula F. Lazarsfelda i Roberta K. Mertona (1948) koji navode sljedeće funkcije masovnih medija:

1. mediji povećavaju ugled i autoritet pojedinaca ili skupina time što legitimiraju njihov status («status conferral function»),
2. pojačavaju socijalne norme («ethicizing function») a u nekim uvjetima djeluju i disfunkcionalno tako što mogu izazvati nesudjelovanje i pasivnost («narcotization»).

Harold Lasswell iste je 1948. godine predstavio drukčiji katalog funkcija. On je istaknuo da je funkcija komunikacije stabiliziranje sustava koje podržava dominantne vrijednosne strukture.

Lasswell je razlikovao sljedeće funkcije masovne komunikacije:

1. Promatranje i kontrola okruženja («surveillance of the environment»),
2. Uspostava odnosa između dijelova društva kao reakcija na zahtjeve okruženja («correlation») i
3. Prijenos socijalne i kulturološke baštine na sljedeću generaciju («transmission»).

Denis McQuail (2000) nadopunio je Wrightov katalog funkcijom mobilizacije, tj. ulogom u okviru političkih kampanja, ratova, gospodarskog razvoja, svijeta rada i religija.

U cjelini u literaturi često možemo naći mnogo normativnih popisa funkcija masovne komunikacije.

Kao društvene funkcije najčešće se navode:

- funkcija informisanja
- stvaranje javnosti
- funkcija artikulacije
- funkcija posredovanja
- funkcija kompenzacije
- redukcija kompleksnosti
- funkcija tematiziranja/selekcije/strukturiranja
- funkcija kritike i kontrole
- funkcija socijalizacije
- funkcija obrazovanja i odgoja
- funkcija integracije
- funkcija rekreacije odnosno zabave
- poticaji ekonomiji i reklamama. (McQuail, 2000).

Commented [FF16]: Navesti izvor jer ćete stradati na antiplagijarizmu kad dođe na red

4.1.3. Komparativne prednosti medija

Medijski kritičar i komunikolog Neil Postman u knjizi „Amusing Ourselves To Death“ upozorava na štetnost koju televizija može nanijeti propagirajući zadovoljstvo i zabavu. Prema njegovu mišljenju, televizija, promovirajući zabavu i zadovoljstvo, djelomično uništava društvo jer degradira i obezvrjeđuje ozbiljni javni diskurs. Radio je jednodimenzionalni medij masovne komunikacije koji se temelji na tehnološkim izumima telefona i telegrafa. Štampa podrazumijeva novine, knjige, stripove. Informativni sadržaji, učestalost izlaženja, plaćeni oglasi, reklame – sve ovo razlikuje novine od drugih tiskanih izdanja. Novine trebaju biti informativne, zabavne i sveobuhvatne, ali i

atraktivne kako bi privukle dovoljno čitatelja. Namijenjene su javnoj sferi, a danas uglavnom funkcioniraju kao potrošna roba. Žutilo i senzacionalizam postaju pokretačka snaga i način kako se postiže i poboljšava tiraža. Ipak, žele li novine ostati aktualan medij i u 21. stoljeću, morat će mijenjati uređivačku i izdavačku politiku. U tome smjeru razmišlja i Simon Kelner, glavni urednik britanskoga Independenta: „Novinama je sve teže biti primarno izvori informacija. Naša je šansa u tome da postanemo u većoj mjeri vjerna, to jest da čitateljima dajemo više analiza i komentara, na što im drugi mediji ne mogu konkurirati.“ Pojava interneta omogućila je da medijski sadržaji postanu demokratizirani i individualizirani. Također, povećan je broj mogućih načina komuniciranja (e-pošta, mrežne stranice) te je znatno veća brzina protoka informacija od izvora do primatelja. Međutim, nakon pojave interneta, postupno je izgubljeno povjerenje u medij kao pouzdan izvor informacija. Svi prethodno navedeni mediji podliježu zakonima tržišta, a noviji mediji čak i u većoj mjeri. Mediji su postali i manipulatori, a indicije za medijske manipulacije su sljedeće:

- kraće teme su traženije, lakše ih je prenijeti nego duže i složenije informacije;
- površnost je lakša od dubine sadržaja;
- bizarno privlači više pozornosti od uobičajenog;
- preko medija šalju se poruke o potrošnji kao primarnoj ljudskoj potrebi. (Postman, 1986).

Također, možemo govoriti o komparativnim prednostima pojedinih medija u odnosu na one druge. Tako je internet zasjenio novine, televiziju i radio, ali ipak nijedan medij nije toliko nadmoćan da bi drugoga iskoristio. Publici je svaki medij zanimljiv jer je svaki drugačiji i svaki zadovoljava određene potrebe medijskih konzumenata. Joseph Turow naglašava kako mediji proizvode robu čija je produkcija slična industrijskoj proizvodnji te da ljudi na različite načine koriste medijima (polazi se od teorije zadovoljavanja potreba) i to za uživanje, druženje, praćenje i tumačenje. (Prema ranijim istraživanjima, televizija je najkorištenija i najutjecajnija. Ona je audiovizualni medij osobito složene tehnologije. Televizija je medij ugođe, pruža zabavu i zadovoljstvo. S obzirom na činjenicu da je zabava najbolje prodavani proizvod na tržištu medijske industrije, za televiziju je zabava postala „super ideologija“, zakon za sve vrste diskursa. (Turow, 2012).

4.1.4. Masovno društvo

Masovno društvo je pojam i analitička konstrukcija koja se u sociologiji upotrebljava za označavanje niza posebnosti savremenog modernog društva. Ta „teorijska konstrukcija“, pogodno je analitičko sredstvo za istraživanje savremenog društva. Međutim, ta konstrukcija, kao i svaki model, ne predstavlja tačan opis stvarnog društva ili pojava, ali može biti korisno sredstvo koje olakšava prepoznavanje pojedinih izdvojenih grupa, te analizu njihovog karaktera i djelovanja u društvu. Masovno društvo povezuje se sa industrijalizacijom, urbanizacijom, standardizacijom proizvodnje,

masovnim potrebama, birokratizacijom društvenog života, konzumerizmom te širenjem masovnih medija i kulture. Moderni termini “masa”, i “masovno društvo” označavaju velike nepregledne skupine ljudi, nasuprot “grupe” ljudi koja obuhvaća manje brojeve. Sam pojam “mase” proizvod je moderne industrije, masovne proizvodnje, koja ljudima nameće ponašanje serijskog tipa. U masi su ljudi fizički blizu ali su objektivno odvojeni jer svako čuva svoj integritet. Smatra se da čovjek u masi nije lišen samokontrole, da se njegova aktivnost odvija po linijama individualnog izbora, ali je stalno izložen vanjskim uticajima, prvenstveno medija i promocije, neotporan je na njih, pa se ponaša kao da se od njega očekuje. Rasprave o masovnom društvu i danas su poprište sukoba mišljenja između zastupnika ovog koncepta, i onih koji ga osporavaju. Tako svi uočavaju npr. negativne posljedice industrijalizacije i urbanizacije, raspadanje određenih primarnih zajednica pod pritiskom porasta stanovništva i brzih društvenih promjena. Industrijski rad i grad kao lokalna zajednica, postali su milje i dominantni okvir za rad sve većeg broja ljudi. Međutim, usmjerenost na intenzivnu industrijalizaciju društva, plaća se nesigurnošću i otuđenjem čovjeka. Sociološke i druge teorije društva koje izbjegavaju kritiku masovnog društva, kao temeljne karakteristike industrijskog društva, ističu da je masovno društvo prirodni slijed razvoja kojeg pokreće tehnologija, te da je to društvo blagostanja koje zadovoljava sve veći broj stalno rastućih potreba sve većeg broja stanovnika. Nasuprot tim mišljenjima su kritičke teorije masovnog društva, koje se interpretiraju kao elitističke. To znači da se u kritici masovnog društva ogleda strah autora za budućnost masovnog potrošača, za sudbinu pojedinaca, ali ne zbog pojedinca i društva samog već zbog gubljenja osobnog integriteta i individualnosti. (Dulčić, 2014).

4.1.5. Medijski sadržaj

Svjedoci smo da su danas mediji svuda oko nas i da su dio naše svakodnevice. Imaju uticaj na jako veliki broj ljudi, samim tim jako je velik njihov uticaj na odrastanje i socijalizaciju djece i adolescenata. Mladi ljudi su izloženi raznim vrstama medijskih sadržaja, počevši od muzike koju slušaju na omiljenom radiju, časopisa za mlade u kojima čitaju o svojim omiljenim glumcima i muzičarima, serija i filmova koje prate kako na TVu tako i preko interneta, a pored svega navedenog najveći dio svog slobodnog vremena provode na društvenim mrežama.

Mnoga istraživanja su pokazala da su djeca i adolescenti posebno osjetljiva grupa medijske publike jer nemaju dovoljno razvijene emocionalne, moralne ni kognitivne sposobnosti, pa mediji oblikuju njihovo razmišljanje, ponašanje i način komunikacije kroz razne vrste medijskih sadržaja koje im svakodnevno plasiraju.

Tri glavne funkcije medija su informisanje, obrazovanje i zabava, samim tim jako je bitno da znamo da ocijenimo **istinitost**, **pouzdanost** i **relevantnost** medijskog sadržaja.

U zavisnosti od dobi djeteta ono poseže za različitim vrstama medijskih sadržaja koji mogu biti u jednoj od pomenutih funkcija medija. Ako govorimo o mlađoj publici, na njih veliki uticaj imaju medijski sadržaji u vidu **crtanih**, **animiranih** i **dokumentarnih filmova**, **zabavne emisije** koje djeci i roditeljima služe za opuštanje, a starijim osnovcima posebno su zanimljive **video igre** kojih ima sve više. Već naslućujemo da je jako širok opseg medijskih zadržaja i da njihov uticaj može biti **pozitivan** ali i **negativan**. Pozitivan uticaj imamo u situaciji kada se razni pouzdani sadržaji koriste u službi informisanja i edukacije, bilo da je u obliku **časopisa**, **videa**, **fotografija** ili različitih vrsta **edukativnih igrica** kroz koje i djeca i odrasli na zabavan način mogu naučiti mnogo novih informacija i vještina. Moramo napomenuti da se pozitivna uloga medija ogleda i u raznim humanitarnim akcijama koje se organizuju baš uz pomoć njih i kroz razne vrste medijskih sadržaja akcije se brzo prošire do velikog broja ljudi.

Negativan uticaj medija je, nažalost, takođe prisutan u raznim oblicima medijskih sadržaja.

Slijede tri pitanja koja biste uvek trebali postaviti sebi prilikom ocjenjivanja pouzdanosti vijesti:

Ko je tvorac informacije?

Prvo pitanje u otkrivanju da li je nešto lažna vijest je analiza osobe koja ju je stvorila ili analiza organizacije koja stoji iza nje. Prilikom procjene, posebno onih koje postoje na Internetu, važno je sagledati sljedeće:

- Da li poznajemo osobu koja je kreirala sadržaj?
- Da li u dijelu teksta postoji kratak osvrt na iskustvo osobe koja ga je kreirala?
- Da li su lako dostupni podaci o organizaciji za koju se kreira sadržaj?
- Ime organizacije za koju je sadržaj kreiran i sajt na kojem je sadržaj plasiran?
- Ukoliko URL sadrži “~” vjerovatno se radi o ličnom sajtu.
- Provjerite kako se završava URL adresa, sajtovi čije se adrese završavaju sa: **.gov**, **.edu**, **.mil**, i **.org** su pouzdaniji nego sajtovi čije se adrese završavaju sa: **.com**, **.net**, i slično.
- Potražite na internetu još informacija o autoru.
- Provjerite da li autor ima profile na društvenim mrežama.
- Pretražite elektronske biblioteke kako bi pronašli još materijala od istog autora.

Šta je poruka?

Drugo pitanje u određivanju da li je nešto lažna vijest je analiza same poruke i razumijevanje onoga što se prenosi.

- Kakav je sadržaj poruke?
- Da li se ista vijest može naći na više mjesta?

- Da li se na više mjesta koriste različiti izvori?
- Da li se web stranica redovno ažurira?
- Koji je datum objave?
- Provjerite izvore priče i njihovu stručnost.
- Ukoliko postoje citirani dijelovi, oni daju veću autentičnost i vjerodostojnost.
- Da li je vijest činjenica ili je više mišljenje?
- Kakav je format poruke?

Zašto je tekst kreiran?

Treće pitanje u utvrđivanju da li je nešto lažna vijest je ispitivanje zašto je poruka nastala. Razmotrite sljedeće:

- Možete li reći šta je motivacija za pisanje poruke?
- Da li je poruka kreirana radi sticanja profita?
- Da li je vijest zapravo reklama?
- Da li izvori plaćaju za objavu?
- Da li je autor plaćen?
- Ukoliko je za sadržaj navedeno da je sponzorisan, to znači da pojedinac ili organizacija plaćaju za prikazivanje sadržaja.⁴

4.1.6. Medijska kultura

Medijska kultura je pojam koji obuhvata medijsko obrazovanje i medijsku pismenost. Samim tim i medijske kompetencije dio su medijske kulture. Čim su mediji na različite načine postali sastavni dio naših života, bilo je neophodno uvesti ih u obrazovni sistem – kao nastavno sredstvo i kao predmet proučavanja. U vaspitno-obrazovnom procesu moguće ih je koristiti u različite svrhe, ali i proučavati njihovu prirodu, moć i raznovrsne namjene. U momentu ekspanzije medija različitih vrsta, mlade je neophodno opremiti znanjima i vještinama za pravilnu komunikaciju sa njima, ali i adekvatno ih zaštititi od njihovog (negativnog) uticaja. Medijsko obrazovanje je zajednički pojam koji obuhvata sve obrazovne aktivnosti vezane za medije u teoriji i praksi. Može se definisati kao nastavna praksa čiji je cilj razvijanje medijskih kompetencija, shvaćenih kao skup kritičkih i razboritih stavova prema informacijama koje nam mediji plasiraju. Medijsko obrazovanje omogućava razvoj sposobnosti analize i indentifikacije ekonomskih, političkih, socijalnih i kulturnih interesa koji stoje iza pojedinih informacija.

Ako kulturu čini sve što su ljudi proizveli u svojoj povijesti, svi materijalni i duhovni proizvodi – a

⁴ <https://digitalizuj.me/2020/07/prep-razl-vrsta-med-sadrzaja/>

među duhovne pripadaju i svi organizacijski oblici ponašanja, onda bi sadržaj bit i suštinu sintagme medijske kulture bilo pojedinačnog dijela bilo cjeline svijeta i njegove općosti, činilo sve ono što su ljudi proizveli uz pomoć i koristeći sredstva masovne komunikacije – materijalno i duhovno u najširem smislu riječi: masovno, distribuiranim tekstom, govorom, slikom, elektronskim ili digitalnim kodom (konfiguracijom) šireći te sadržaje javnim i slobodnim kanalima kulturne komunikacije do svakog člana društva (zajednice) kao potencijalnog (masovnog) individualnog recipijenta. (Čengić, 2009).

V. VRSTE MASOVNIH MEDIJA

Masovni mediji sastavni su dio savremenog društva. Temeljna uloga medija je prikupiti, obraditi i plasirati informacije u javnost – dok je taj princip rada medija ostao isti, promijenile su se dodirne tačke s publikom. Značajno se promijenila dostupnost i brzina širenja informacija – informacije se putem društvenih mreža mogu širiti brzo, naglo i na potpuno nepredviđen način. Masovni mediji imaju izniman utjecaj i važnu ulogu u oblikovanju naših osobnih percepcija i uvjerenja, pogotovo u događajima o kojima ne posjedujemo mnogo informacija, kao što objašnjavaju teorije o *gatekeeperima* Kurta Lewina i *framinga* prema komunikološkoj interpretaciji Michaela Kunczika i Astrid Zipfel.

Masovni mediji mogu se definirati kao sredstva komunikacije, poput novina, radija, televizije ili interneta, koji u isto vrijeme, velikom brzinom, mogu doseći veliku heterogenu publiku. Dennis McQuail, britanski komunikolog, navodi da masovni mediji stvaraju medijski sadržaj, posjeduju specifične tehnološke konfiguracije, vezani su uz određenu instituciju (npr. medijsku ili izdavačku kuću), rade prema određenim zakonima, pravilima i etičkim kodeksima, proizvod su osoba i njihovih interesa na tržištu (vlasnika medijskih kuća, regulatora, distributera, oglašivača, ...) i prenose informacije, audio-vizualne sadržaje razne tematike i ostale vrste sadržaja do publike prema njihovim preferencijama.

Unutar masovnih medija razlikujemo tradicionalne medije (novine, radio i televiziju) i nove medije (internet, elektroničke publikacije – portali, *podcasti* i društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter, itd.) te tzv. OTT (*over-the-top*) i kolaborativni kanali komunikacije preko kojih se prenosi sve više video i medijskih sadržaja (WhatsApp, Viber, Slack i sl.). Bitna podjela medija koju također treba istaknuti je i ona prema razini i dosegu (lokalni, nacionalni i međunarodni), obliku vlasništva

(privatni, javni, državni i komunalni), kao i po programu i načinu prihoda (javni ili komercijalni).⁵

Prvo desetljeće 21. stoljeća donijelo je intenzivne promjene na području medija i komunikacija uopće. Novo multimedijско okruženje srušilo je tradicionalne granice koje su postojale između telekomunikacija, audio-vizualne industrije i informatike. Iako je granica između tradicionalnih i novih medija još uvijek prilično jasno određena, tendencija je da se obriše, a dominantnu ulogu u tom procesu imat će ne samo promjena procesa proizvodnje medijskih sadržaja nego se unutar podjele na online i offline medije razvijaju i novi oblici mogućnosti komuniciranja na tri razine: jedan na jedan, jedan mnogima te mnogi mnogima. U ovom razvojno-transformacijskom procesu specifičnu ulogu imaju video sadržaji koji su donedavno bili rezervisani isključivo za film i televiziju te su uglavnom koristili jednosmjerni komunikacijski kanal, onaj koji ide od tvorca i ponuđača sadržaja prema gledaocima. Iz perspektive razvoja društva 20. stoljeće bilo je najdinamičnije kada je riječ o razvoju medija. Rođeni su i radio i televizija.

Od prvog televizijskog emitiranja, na BBC-ju 1936. godine, prošlo je 86 godina i zasigurno možemo govoriti o pola stoljeća dominacije televizije kao najmoćnijeg medija. Ono što je televiziju razlikovalo od novina i radija bila je uvjerljivost žive slike, a za razliku od filma, televizijska slika zapakovano u informativne formate nije bila, ili se barem nije očekivalo da bude, režirana fikcija. Televizija u Europi počinje se liberalizirati i u 80-im godinama 20. stoljeća Europi se dogodila masovna decentralizacija televizije.

Televizijski se program počinje:

1. Komercijalizirati – dopušta se oglašivačima da svoje sadržaje i usluge promoviraju unutar televizijskog sadržaja zapakiranog u novinarske forme i žanrove, a ne samo u zakonom dopuštenim minutama odvojenim od programa i označenim kao blok oglasa,
2. Popularizirati – pojednostavljivati kako bi bio razumljiviji i prihvatljiviji široj publici, što u svom ekstremu dovodi do,
3. Tabloidizacije i trivijalizacije sadržaja – pri čemu se teme iz svakodnevnog života poznatih i slavni nameću publici kao pseudo događaji, a riječ je o sadržaju koji ne zadovoljava profesionalne kriterije vrijednosti vijesti, odnosno medijskog sadržaja uopće. (Jakubowicz, 2006).

⁵ <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/>

5.1. Televizija

Televizija je otkriće XX vijeka, ali su prvi pokušaji prenošenja najprije statične (fototelegrafija), a nakon toga i žive slike (telekroskopija) znatno stariji. Nakon brojnih pokušaja mnogih naučnika i konstruktora, historija civilizacije uzima da je u tome prvi uspio škotski inženjer Džon Lodži Ber. On je 25. aprila 1925. godine uspio da prenese sliku jedne lutke uz pomoć svog pomoćnika Vilijama Tejtona (na ekranu se pored lutke pojavio nasmijani Tejtonov lik, pa bi se simbolično za njega moglo reći da je on prvi TV voditelj) iz potkrovlja kuće u kojoj je živio do prodavnice u prizemlju. Tehnika se zasnivala na signalu snimljenom na Edisonovoj ploči, ovakva tehnika koristi se kod audio snimanja a mašina kojom se snimalo dobila je ime fonoskop.

Amerikanac Filo Fansfort je 1927. godine uspio da usavrši katodnu cijev (kineskop) koja čini osnovu TV prijemnika i zahvaljujući njemu 7. aprila realizovana je transmisija slike na mnogo većoj udaljenosti iz Vašingtona u Njujork. Prvi redovan televizijski program počinje sa emitovanjem 2. novembra 1936. godine u Engleskoj (to je do sada neprevaziđeni standard kada je televizija u pitanju BBC).

Postoje podaci da je u periodu od 1936. do 1938. godine prodaja TV prijemnika porasla od 2000 do 20000, što svjedoči o tome koliko je novi medij bio interesantan i pružao mogućnost da se vide stvari o kojima mnogi nisu ni maštali kao što je to bilo krunisanje kralja Džordža VI. 1937. godine, ali i raznih koncerata i popularnih konjičkih trka. Iste godine u Berlinu, na 11 javnih televizijskih gledališta u nadležnosti Njemačke pošte, oko 150000 Nijemaca gledalo je prenos sa Olimpijade. Nakon ovoga počinje stvaranje televizijskih centara širom Evrope.

Televizija je u odnosu na ostale relativno mlad medij, koji je od svojih početaka, tridesetih godina prošlog vijeka, do danas, prešao čudesan put – od statične, crno-bijele slike, do „živih” prijensa vojnih operacija snimljenih običnim mobilnim telefonom, na početku 21. vijeka.

Ona se kontinuirano razvija, direktno vezana za napredak informacionih tehnologija i njene su mogućnosti iz dana u dan sve veće. U međuvremenu, televizija je postala sastavni dio života savremenog čovjeka, i upravo njoj treba zahvaliti što je najšira javnost danas detaljno upoznata sa događajima u svijetu.

Nakon prvog pominjanja riječi televizija ono na šta ljudi odmah pomisle je skoro svuda prisutno, najprodornije i po mnogima najopasnije sredstvo javnog komuniciranja, koje uslijed velike tehnološke revolucije postaje omiljen način informisanja. Uporedno sa razvojem televizije kao medija razvijala se i posebna novinarska televizijska škola, te nije čudo što postoji mišljenje da jedan minut na malom ekranu ima ekvivalent dejstva nekoliko stotina objavljenih tekstova u novinama.

Skoro svaki čovjek na svijetu ima svoje viđenje televizije i način na koji je posmatra.⁶

Mediji, među kojima se posebno ističe televizija, sudjelovali su ili sudjeluju u procesu odgajanja generacija kroz povijest, od pojave tiskarskog stroja do televizije i interneta prema „kolektivnoj simulaciji svijesti.“ (Mcluhan, 2008).

Uzmemo li u obzir karakter televizije odnosno televizijskog sadržaja od vremena ekspanzije tv uređaja pa sve do danas, identitet i osobnost savremenog čovjeka su se mijenjali usporedno sa promjenama u prirodi medija. Promišljajući istu tu prirodu ili karakter medija televizije kao nove tehnologije koja nam je dala nove vidove komunikacije, povezanosti i prisutnosti, uviđamo njezinu punu kompleksnost. Televizija u svojoj ulozi „Plasljivog diva“ ima svoju ulogu u oblikovanju svijeta u kojem živimo, a njezina priroda je njezin program. Priroda ili program medija koji je uvijek i svugdje prisutan, te time donekle i određen daje nam istovremenu i uvjerljivu informaciju jednako kao i osmišljen zabavni, kulturni, sportski i drugi programski sadržaj koji toj prirodi daje sadržajnost i višeznačnost. „Mediji predstavljaju višesmisleni društveni fenomen. Kao takav, a praćen kroz njegov razvoj, prelazi iz svoje prvobitne funkcije odašiljača poruke ili informacije u aktivan subjekt u procesu komunikacije do sredstva kritičkog mišljenja.“ (Pavlović M., 2013).

Slično tome navodi i Kolar (2013), ali u smjeru kapitala i društvenih vrijednosti navodeći da „Kao posljedica svega toga ideal „informirane javnosti“ počinje popuštati pred činjenicom „tržišta“. Iako je kritikama u tom smjeru bio izložen već i tisak jer je izdavaštvo sve više postajalo biznis kao i svaki drugi, a novinari su se pretvarali u „nametljiva zabadala“ koja umjesto objektivnih informacija čitateljima nude „pseudostvarnost“, najjače kritike bile su uperene prema televiziji koja je „za mnoge kritičare bila reduktivna sila koja je trivijalizirala vijesti“, ali i sve ostalo, a u isti je mah generirala i preobilje zabave.“ Televizija je medij koji je po prirodi sadržaja i općem uticaju, koji dolazi iz proizvodnje tog sadržaja, jedan od najmoćnijih faktora koji oblikuju vrijeme u kojem živimo.

Mcluhan (1964.) u svom djelu Razumjevanje medija navodi primjer intervjua bivšeg predsjednika Nixona tri godine nakon općih izbora u kojem je Nixon prikazan u drugačijem svjetlu nego u samoj kampanji, dodajući kako tv voditelj Jack Paar „sa sigurnim i prirodnim osjećajem za prirodu televizijskog medija“ prikazuje njegovu „klavirsku stranu“ koja bi mu da je pokazana u kampanji, mogla donijeti dodatne simpatije tadašnjeg biračkog tijela u SAD-u i promijeniti ishod izbora.“ Nekoliko takvih pravodobnih predavljanja potpuno bi promijenilo ishod borbe između Kennedyja i Nixona. Televizija je sklonija prikazivati proces, a ne proizvod. (Mcluhan, 2008).

⁶ <https://edukacija.rs/poslovne-vestine/marketing/vrste-i-karakteristike-medija>

Kada u tom smjeru promatramo i drugi programski sadržaj van informativnog te u taj program uključimo zabavne, dokumentarne i druge emisije i prijenose možemo još malo detaljnije sagledati ulogu televizije u vidu „medijske otupjelosti“ i „kolateralnih žrtava“ u kojem ne vidimo da je naše sudjelovanje posredno i da nas taj produžetak često vodi u smjeru konzumerističkog načina ophođenja prema životu kao odlike društva spektakla kojeg danas živimo. “Drugim riječima, usponom medija kao ključnog obilježja modernog doba i sam spektakl doživio je bitnu transformaciju: prostornovremenski odnos između izvođača i promatrača postao je višestruko medijaliziran, drugim riječima individualno/kolektivno iskustvo spektakla postalo je iskustvo tehnološke medijacije/konstrukcije.” (Čelebić, 2008).

„Savremeno postindustrijsko društvo, tačnije rečeno anti-industrijsko društvo informatičke začaranosti tehnologijom, dobiva brzinu globalizacijskog galopa koji ostavlja „kolateralne žrtve“ neobrazovanih, nepripremljenih, ne-odabranih jedinki u pohlepi za sirovinama, naftom i nesmanjenom profitnom stopom.” (Vertovšek, 2013).

Negativne posljedice „produžetka“ tj „nove tehnologije“ (Mcluhan, 2008) su neizbježne kao i kod svakog drugog medija, hoćemo li se znati nositi s njima ili ćemo ostaviti prostora nadolazećem produžetku, a televiziju potisnuti sa mjesta najutjecajnijeg medija, kao što je televizija to učinila radiju; ili će „Plasljivi div“ prihvatiti izazov nadolazećih tehnoloških inovacija vraćajući vjerodostojnost i publiku te tako postati apsolutni vladar masovnih medija i zadržati moć i utjecaj snažno sudjelujući u oblikovanju današnjice kao i do sada, predstoji nam za vidjeti.

Slično tome primjećuje Peović-Vuković navodeći kako „jedna poetična slika ilustrira društvo televizije.⁷ Kako primjećuje Williams (1974: 19), u obiteljskim dramama Antona Pavloviča Čehova likovi provode vrijeme na prozorima čekajući vijesti izvana. To je osluškivanje nagovijestilo novo doba i potrebu za novim aparatom transmisije ideologije. To je društvo definirano dvama “paradoksalnim, ali ipak duboko povezanim tendencijama modernog industrijskog življenja: s jedne strane mobilnošću, s druge sve očitijom samodostatnošću obiteljskog doma” dok Vertovšek, (2013.) primjećuje kako“ u doba apsolutne komunikacije mediji proizvode, gle apsurdna, svojevrsnu ne-komunikaciju, povlačenje u sebe i društvene mreže kao surogate stvarnog ljudskog kontakta. Neodgovornost koja iz toga proizlazi zapravo je vrhunac umjetnosti iluzionista. I premda zavođenje oduzima pravo značenje i pravi smisao postojanja (jedinke i društva), odvlači od stvarnosti, mi želimo osjetiti draž privida. Vrhunac simulakruma, poentira Baudrillard, zapravo je istinitije od istinitog, i dok izazov i zavođenje čini Drugog slabijim, većina medijskih voajera i egzibicionista svoju snagu izvlači iz slike. Percepcija stvarnosti oslabljena je i/ili iskrivljena, time dobivamo više od stvarnosti, a medijska ljepota postaje zadovoljstvo samom iluzijom.

⁷ <https://elektronickeknjige.com/>

Commented [FF17]: vraćajući

„Isto tako, pojava televizije, tog „sveopćeg oka“, nije ozbiljnije ugrozila tada cvatuću kinematografiju, kao ni pojava interneta tada dominantnu televiziju. Kako su mediji mijenjali svijet vrijedi i obratno. Unatoč činjenici da se stari mediji nikada ne daju lako izgurati sa scene, povijesna logika nalaže da novi mediji u pravilu uspijevaju izboriti svoje mjesto i preživjeti u konkurenciji postojećih medija.” (Torlak, 2013).

Torlak (2013.) tako zaključuje kako savremeni čovjek provodi veći dio slobodnog vremena uz različite vrste medija, jer, između ostalog, u njima pronalazi sadržaje i značenje vremena u kojem živi. Tako mediji, a posebno televizija, oblikuju vrijednosti o životu i ljudskim odnosima. Imajući to u vidu moguće je primijetiti i različitosti u identitetu mladih koji su odrasli pod uticajem televizije u odnosu na identitet današnje mlađe populacije koja polako napušta televiziju i koristeći internet mijenja razmjere u javnoj komunikaciji koja sada omogućuje istovremenost, informaciju i zabavu ali i dvosmjernu komunikaciju za razliku od televizije. Gledamo li u tom smjeru možemo zaključiti da novi ljudski produžetak zajedno sa televizijom možda vodi kako to daje naslutiti McLuhan (2008.) “tehnološkoj simulaciji svijesti.“

Fotorealizam, često nazivan i hiperrealizam, super-realizam, razvija se iz Pop Arta kao otpor abstraktnom ekspresionizmu i minimalizmu kasnih šezdesetih i ranih sedamdesetih godina. Uticaj televizije je vidljiv, te ga primjećujemo kod umjetnika fotorealizma u mjeri dovoljnoj da bi mogao imati utjecaj na njihov izraz, gdje je moguće da umjetnik sputava svoj karakter u vizualnu strogoću fotografije radi što manjeg odstupanja od vjernog prikaza ljudi i prostora na način kako ga to prikazuje fotografija ili televizijska slika, pritom se to ne odnosi na tehnologiju nastanka slike nego na prikaz završnog proizvoda. Ono što primjećuje Vertovšek gdje objašnjava kako “savremeni spektakl od reklame do medijske industrije ljepote i zabave pretvara dio umjetnosti u digitalnu distopiju koja ruši tradicionalne i racionalne okvire društva, stvaralačke izraze i sisteme vrijednosti. Ljepota i čistoća ekrana i virtualnih slika zamjenjuje taktilne međuljudske odnose, uz novo redefiniranje pojmova istine i umjetnosti.” što se kreće u smjeru koji potvrđuje da izloženost blještavoj i strogo realnoj slici sa ekrana ili reklamnih panoa ima utjecaj na umjetnika kao i na oblikovanje novih sustava vrijednosti. Ili kao što Fred Inglis u Teoriji medija primjećuje kako „su ljudi, naime, ushićeni knjigama; kadre su ih nasmijati i rasplakati, zaborave se u njima, izgube se. Ako je tako s knjigama, koliko je to, u još većoj mjeri, slučaj s filmom i televizijom, koji toliko upriroduju izraz te nam se nadaje poput prirode same “ U svijetu u kojem medij televizije ima toliko snažan utjecaj na oblikovanje javnog mnijenja treba obratiti pozornost na oblike manipulacije koje se tim, nekada puno vjerodostojnijim medijem odvijaju. “Politička previranja, promjene u globalnim interesima, sukobi oko izvora i načina trošenja energije uskoro će još i više i brže nego do sad mijenjati svijet. U svemu tome, masmediji (p)ostaju

Commented [FF18]: savremeni

jedno od najvažnijih oružja uspostavljanja novih orwelijanskih poredaka kojima će osvajački i sverazarajući ratovi za sirovinama i izvorima energije – biti grublji i okrutniji nego oni dosad – radi „svojih demokracija“ biti konačno posve razumljiva i normalna hrana za javnost.” (Vertovšek, 2013). Hoće li sudjelovanje u izravnim prijenosima biti dovoljno, ili ćemo u svojim iščitavanjima pozitivnih karakternih osobina medija uspjeti savladati njegovu manipulativnu prirodu i kroz to sudjelovanje korigovati i oblikovati svijet u kojemu živimo, te od pukih promatrača napokon postati sudionici događaja, iako to u neznatnoj mjeri već i jesmo? Hoće li nam se demokratija i dalje iluzorno prikazivati ili ćemo ju početi živjeti puno kvalitetnije uz pomoć savladanih ljudskih produžetaka za koje se čini da često vladaju nama? Senaldi (2007.) u svom tekstu *Teleestetika* definiše televiziju kao pravi komunikacijski sustav sa svojim specifičnostima koje se ne mogu svesti na druge medije, iako je se često miješa s televizorom, odnosno s posljednjim terminalom recepcije, ili s videom, odnosno s tehničkim medijem kojim se služi. (Senaldi, 2007).

5.2. Štampani mediji

Novine, prvi medij masovne komunikacije u savremenom poimanju, ubrajaju se u štampane medije kao što su i plakat, knjiga, strip itd. ali se od njih razlikuju po redovitosti i učestalosti izlaženja, informativnim sadržajima, plaćenim oglasima i reklamama. Namijenjene su urbanoj publici i javnoj sferi te funkcioniraju kao potrošna roba. Društvena i ekonomska historija novina donekle se razlikuje u različitim zemljama. Zajedničko je to što novine funkcioniraju na osnovu prodaje novina i reklama. Znači, tiraža je zakon kojim su podređeni svi drugi. Žutilo i senzacionalizam postaju pokretačka snaga i način ostvarenja tiraže. Medijska pismenost poučava historiju i razvoj dnevnih novina, grafičko uređenje, žanrove, kao i ekonomska načela djelovanja, pitanja etike i cenzure i uredničke autonomije. (Routar, 2005).

Štampane publikacije jedan su od temeljnih sastavnica svakog sistema medija. Pod pojmom „štampani mediji“ podrazumijevamo tradicionalne ili „stare“ oblike izdanja koje uključuju novine, časopise, knjige i stripove. Gotovo svaka država, općina, grad ima svoje štampano izdanje. Novine nužno ne stvaraju društvenu zajednicu, ali uveliko pridonose određivanju njezinih granica i očuvanju jedinstva zajednice. Zastupaju opće interese i stavove, pri čemu prednjače dnevne novine.

Savremene novine sadrže mnoštvo informacija – vijesti koje objavljuju u jednakoj su mjeri proizvod samostalnog istraživanja tema i prenošenja informacija o aktuelnim događajima, kao i proizvod informacija koje im šalju vanjski stručni suradnici i djelatnici odnosa s javnostima. No, samo zato što je sadržaj dostavljen novini ne garantira njegovu objavu – sadržaj koji se šalje mora biti kvalitetan i relevantan, najbolje u obliku saopštenja za javnost ili popisa činjenica koje se mogu iskoristiti za pisanje teksta. Ako ipak postoji potreba za dodatnim pojašnjenjem određenih informacija, novinarima

i urednicima najbolje je pristupiti putem osobnog razgovora u dogovorenom terminu kako bi se ideja prenijela točno i u potpunosti. U kategoriji štampanih medija važno je istaknuti i novinske agencije. One učinkovito i koncizno putem kratkih novinarskih formi prenose vijesti s događaja.⁸

Poslije pojave radija, a zatim i televizije, smatralo se da će novine nestati. Međutim, one i danas opstaju, uprkos revolucionarnim otkrićima na području kompjuterske tehnologije. Raznovrsnost, brzina distribucije informacija, interaktivnost, neke su od prednosti novih medija. Štampa je i danas suočena sa problemom pismenosti njenih potencijalnih čitalaca, ekonomski momenat također igra važnu ulogu; čitanju novina se moramo posvetiti, jedne novine u isto vrijeme može da čita samo jedna osoba. "Štampani mediji mogu u velikoj mjeri da zadovolje potrebe na planu kulture, objavljivanjem informacija, fotografija i reprodukcija likovnih djela, kritika, pa i kraćih literarnih formi. Ipak, jedna je stvar pisati o kulturi, a druga u audio-vizualnoj formi približiti izložbu, koncert, pozorišnu ili baletsku predstavu ili emitirati film koji je pravljen za kina ili je rađen specijalno za televiziju." (Veljanovski, 2005).

Nekada se o mogućnostima medija govorilo kao o događaju o kome u podne slušamo na radiju šta se dogodilo, uvečer gledamo na televiziji kako se to dogodilo, a izjutra čitamo u novinama zašto se dogodilo. Početkom XXI vijeka za jedne od najboljih elektronskih novina u SAD-u proglašene su novine Čikago Tribjun i Vašington Post, a u ostalom dijelu svijeta Fajnenšl Tajms. Tribjun je bio najbolji u obradi specijaliziranih sadržaja, pružanju i propagiranju online usluga. Vašington Post nekoliko je puta dobio priznanje za najbolje plasirane vijesti na internetu, najprimamljiviju ponudu online kupcima i interaktivni kontakt sa posjetiocima. Online novinska izdanja otvaraju se prema čitalačkoj publici tako što im ustupaju dio svog prostora. Novinski sajtovi postaju mjesta za kreiranje sadržaja po želji. Korisnicima se nudi pretplata na redovne biltene vijesti i mogućnost da se na određenu adresu pošalju tekstovi koji sadrže odabrane pojmove. Iako je potisnuta pojavom novih medija, štampa je ponovo spremno dočekala konkurenciju, odmah je počela da se mijenja i prilagođava. Zato se smatra da će štampa, kao jedan od medija sa dugom tradicijom, opstati, ali neće imati istu moć nad publikom koju je nekada posjedovala. Po mišljenju Francisa Gurija, predsjednika UN-ove agencije za intelektualno vlasništvo (WIPO), novine će do 2040. biti zamijenjene digitalnim medijima. (Bojd, 2002).

⁸ <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/>

5.3. Radio

Do 1922. godine u Sjedinjenim Američkim Državama je radilo više od 500 licenciranih stanica, ali manje od 2 miliona kućanstava je bilo opremljeno radio uređajima. Velika depresija je imala veliki uticaj na broj radio slušatelja. Cijena radija postala je pristupačnija s prodajom stolnih modela, a radio je omogućio besplatnu zabavu u razdoblju ekonomskih teškoća. Radijski programi su postali sve razvijeniji, a vijesti, drame i komedije postaju standard na svim postajama. Do 1939. godine u SAD-u je bilo 1.465 stanica. Početkom četrdesetih godina prošlog stoljeća broj kućanstava koja su posjedovala radio više se nego udvostručio. To je bio period naglog porasta popularnosti radija. Danas neki radio nazivaju internetom tridesetih godina. (Mučalo, 2010).

U urbanim područjima 1930. godine je 50% kućanstava imalo barem jedan radio uređaj dok je u ruralnim područjima taj postotak gotovo dvostruko manji – 28%. Deset godina kasnije broj kućanstava koja imaju barem jedan radio uređaj se udvostručuje. U urbanim područjima 92%, a u ruralnima 70%. Nakon još deset godina gotovo sva kućanstva imaju radio, pa tako u urbanim područjima 98% kućanstava ima radio, a i ruralna područja su se približila urbanima s postotkom od 91%. Od osnivanja radija, on je bio medij preko kojeg se odvijala jednosmjerna komunikacija. Tek od osamdesetih godina prošlog stoljeća on postaje dvosmjerni medij. Tada se već razvila dvosmjerna komunikacija na radiju kroz emisije u kojima su slušatelji sudjelovali u programu preko telefona. Takve emisije su dobile naziv kontak-emisije. Tada je to bilo novo, revolucionarno razdoblje radija. To je bio početak revolucionarnog obrata kojim je prvi put u medijima najavljena nova komunikacijska paradigma: dijalog i polilog na daljinu. Pod uticajem te prve dvosmjernosti u protoku informacija radio je postajao javna tribina na kojoj se stiču pitanja i odgovori, mišljenja i osporavanja, a radi dolaženja do novih spoznaja o ponašanju ljudi u njihovim obitavalištima, na radnom mjestu i drugdje. Sljedeći značajni pomak u razvoju radija se dogodio pojavom eksperimentalnih radijskih emisija i radiodrama. To je kod slušatelja poticalo razna osjetila i emocije upravo zbog nemogućnosti vizualizacije, odnosno svaki slušatelj je zamislio drugačiju sliku onoga što bi čuo. Takav efekt se događa i prilikom slušanja oglasa na radiju. Mnogi bi rekli da je nemogućnost vizualizacije nedostatak, ali postoje i tvrdnje koje govore suprotno. (Mučalo, 2010).

Kroz historiju je bilo mnogo drugih značajnih promjena koje su utjecale na sam razvoj radija. Ponajviše onih koje se tiču tehnologije. Ni danas to nije prestalo, štoviše razvoj tehnologije je sve brži, a od velike važnosti je da radio kao medij prati promjene te da im se što brže i efikasnije prilagođava kako ne bi izgubili svoju publiku, odnosno slušatelje. Bez obzira na sve promjene i najnoviju tehnologiju, radio je i danas zadržao titulu najbržeg medija. Mnogi bi rekli da je internet

medij preko kojeg se najbrže šire informacije.

To je djelomično točno jer na internetu se u jednom trenutku razmjeni velika količina informacija, ali radio je i dalje brži u prijenosu pojedine informacije. Da bi se određena informacija proširila internetom potrebno je napisati neki tekst. Da bi se ta ista informacija pojavila na televiziji potrebno je snimiti prilog. Na radiju je potrebno samo da voditelj izgovori određenu poruku. Stoga je radio i dalje najbrži medij. (Sapunar, 2000).

Sa sigurnošću se može reći da je radio ipak najpopularniji u Sjedinjenim Američkim Državama. Prema podacima iz 2018. godine, tada je u SAD-u bilo oko 11 000 radio stanica koje imaju doseg preko 90% odraslih ljudi na tjednoj razini. Svaka od 11 000 postaja se natječe za svoj dio tog masivnog tržišta. WTOP, postaja koja radi izvan Washingtona D.C., najveća je takve vrste u SAD-u, ona ostvaruje gotovo 68 miliona američkih dolara u godišnjim prihodima. Internetski radio također ima sve veću ulogu na radijskom tržištu, a procjenjuje se da je 61% američke populacije slušalo online radio u 2017. godini. Ime koje se obično ne povezuje s radiom, Apple, također je stvorilo mjesto za sebe u industriji, s preko 40% svih slušanja digitalnog radija na svom iOS operativnom sustavu. Američke radiopostaje ostvarile su ukupan prihod od gotovo 15 milijardi američkih dolara u 2017., od čega je 890 miliona dolara ostvareno putem „online radio streaminga“. Na ovaj način se može vidjeti kolika je važnost modernih medija za radio te prilagodbe radio postaja novim tehnologijama. Osim masovnih nacionalnih postaja i emisija, čini se da lokalne radio postaje također napreduju. Prihodi javnih radiopostaja povećali su se s oko 624 miliona američkih dolara u 2009. na preko 830 milijuna u 2016. „Country“ je daleko najpopularniji format, s 2137 pojedinačnih postaja koje emitiraju glazbu ovog žanra. Od 2018. Amerikanci su u prosjeku dnevno slušali 106 minuta radijskog sadržaja, a većina tog vremena je utrošena za vrijeme putovanja na posao.⁹

Tokom proteklih petnaest godina došlo je do značajnih promjena u načinu na koji različite generacije slušaju radio, dok je većina radio slušatelja tražila radio stanicu preko svojih radio uređaja, novi podaci ukazuju na činjenicu da sve više i više mladih slušatelja pronalazi radijske postaje putem klikova miša, odnosno interneta. Prije jednog desetljeća, 2009. Godine na tjednoj razini je online radio slušalo 47,1 milion Amerikanaca. Ta se brojka iz godine u godinu znatno povećavala, da bi se 2015. popela na 157,8 miliona. Dakle, u 6 godina se broj ljudi i više nego utrostručio. Prema izvještaju „State of News Media 2015“ Pew Research Centra, više od polovice Amerikanaca od 12 i više godina pristupilo je online radiju u septembru 2015. Od 2010. do 2015. postotak ljudi koji su slušali radio na internetu gotovo se udvostručio, povećavši se s 27% u 2010. godini na 53% u 2015. Jednostavno

⁹ <https://www.statista.com/topics/1330/radio/>

rečeno, oblik radija se drastično mijenja s porastom internetskih stanica i usluga streaminga. su značajna na tom području, pri čemu 61% ispitanika kaže da slušaju radio putem jednog od tih uređaja. Međutim, u bližoj budućnosti će ljudi radio više slušati preko mobilnih uređaja, dok će postotak onih koji slušaju preko računala padati. U smislu onoga što ljudi slušaju na internetu, to je obično mješavina „streaming audio“ usluga kao što su Spotify i Tidal, radio stanice koje kontrolira korisnik kao što je Pandora, i ogromna mreža podcasta koji pokrivaju naizgled svaku zamislivu temu. Godinama su razdoblja dana kada ljudi idu na posao i s posla, tzv. „Drivetime“ (obično između 7 i 8 sati ujutro) i navečer (17-19 sati) bila zanimljiva oglašivačima na lokalnim i nacionalnim radio stanicama. Zarobljeni u svojim automobilima, u nemogućnosti da skrenu pogled na druge aktivnosti kao što su čitanje e-pošte, slanje SMS-ova ili gledanje videozapisa, vozači su savršena publika publika za oglase na radiju. S vremenom dolazi do novih mogućnosti u automobilu kao što je slušanje radija online. Sve više vozača odabira online stanice u odnosu na tradicionalne. Od januara 2015., 35% ispitanika reklo je da su slušali internetski radio u svojim automobilima, što je rast od 14% u odnosu na 2013. kada je samo 21% slušalo internet radio tokom vožnje. U 2010. samo je 6% prijavilo slušanje radija na internetu u svojim vozilima. Uzevši u obzir ove postotke može se zaključiti da će se značenje "Drivetimea" za oglašivače vjerojatno promijeniti s vremenom iz razloga što sve više slušatelj odabire internet radio, a ne lokalne i nacionalne radio stanice. To predstavlja jedan novi izazov za oglašivače, a na njima ostaje da pronađu najbolje rješenje. Naposljetku možda to i ne bi trebao biti problem nego se pretvori u još bolju opciju koja bi oglašivačima ponudila niz drugih mogućnosti.¹⁰

5.3. Novi mediji

Izraz novi mediji se mijenjao sa tehnološkim napretkom. Tako je u 19. stoljeću fotoaparat bio novi mediji, dok u 20. stoljeću tu titulu su nosili radio i televizija. Današnji novi mediji temelji se na audiovizualnom iskustvu radija i televizije, privlačnosti rješenja potrošačke elektrotehnike, odnosno industrijske zabave, povećanju brzine prijenosa koju omogućavaju savremeni telekomunikacijski sistemi te petostoljetno iskustvo štampe i izdavaštva, a mogući su samo ako koriste neki od najrazličitijih oblika kompjutera. Internet je svjetski sistem međusobno povezanih kompjuterskih mreža koji koriste TCP/IP skup mrežnih protokola kako bi dostigli milijarde korisnika. Internet je započeo kao mreža Ministarstva obrane SAD-a kako bi povezao naučnike i univerzitetske profesore širom svijeta. Razvoj interneta počinje iz SAD ranih 1960-ih, u periodu Hladnog rata. 4.10.1957. Sovjetski Savez lansirao je prvi svemirski satelit, „Sputnik“. Uspjeh „Sputnik-a“ zahtijevao je američku reakciju, što je bilo pitanje ponosa i liderstva. Američko Ministarstvo odbrane odgovorilo

¹⁰ <https://www.nyfa.edu/student-resources/online-radio-and-millennials/>

je osnivanjem Agencije za napredne istraživačke projekte (ARPA, 2004), namijenjenu promociji istraživanja koja bi osigurala da se SAD takmiči i nadvladaju SSSR u bilo kojoj tehnološkoj utrci. (Peruško, 2011).

Misija ARPA-e bila je proizvesti inovativne istraživačke ideje, pružiti značajan tehnološki učinak koji nadilazi evolucijske razvojne pristupe konvencije i djelovati na te ideje razvijajući sistemski prototip.¹⁷ Jedan od njenih ureda bio je Ured za obradu informacija (IPTO) koji je financirao istraživanja na području kompjuterske nauke namijenjene mobiliziranju američkih univerziteta i istraživačkih laboratorija za izgradnju strateške komunikacijske mreže (Command and Control Research) koja bi stvorila dostupne mogućnosti za slanje poruka državi. Mreža, danas, internet služi kao globalni komunikacijski sistem podataka koji povezuje milione privatnih, javnih, akademskih i poslovnih mreža putem međunarodnog telekomunikacijskog dijela koji se sastoji od različitih tehnologija elektronskog i optičkog umrežavanja.

Ono što je karakteristično za internet je decentralizirano dizajnom, odnosno činjenica da niko ne posjeduje internet i nema središnje upravljačko tijelo. Ovaj nedostatak centralizacije bio je namjera da postane odjel za odbranu odnosno razmjenu podataka o istraživanjima i učini ga manje osjetljivim na ratne ili terorističke napade. Naučnici iz Ministarstva odbrane su smatrali da će Sovjetski vojnici moći lansirati satelite i nuklearne rakete na velike udaljenosti. Budući da su se mreže u to vrijeme oslanjale na jedinstvenu središnju upravljačku funkciju glavna briga bila je osjetljivost mreže prilikom napada. Cilj je je bio da se mreža raširi i decentralizuje, kako bi se održala nakon napada na jedan ili više njenih komunikacijskih centara.

U nastavku je predstavljen timeline interneta:

1965: Dva kompjutera u laboratoriju MIT Lincoln komuniciraju jedno s drugim pomoću tehnologije za prebacivanje paketa.

1968: Beranek i Newman, Inc. (BBN) otkrivaju konačnu verziju IMP procesora. BBN dobija ARPANET ugovor.

1969: UCLA-ov mrežni mjerni centar, Stanfordov istraživački institut (SRI), Univerzitet u Kaliforniji -Santa Barbara i Univerzitet Utah postaju povezani. Prva poruka koja je prošla je „LO“, odnosno prva dva slova od riječi „LOGIN“ koja nije prošla do kraja jer je došlo do pada sistema.

1972: Ray Tomlinson iz BBN-a uvodi elektronsku poštu.¹¹

¹¹ <http://www.velocityguide.com/Internet-history/arpa-darpa.htm>

1973: Globalno umrežavanje postaje stvarnost nakon što se Univerzitet u Londonu (Engleska) i Royal Radar Establishment (Norveška) povežu s ARPANET-om. Nastaje izraz „internet“.

1974: Javlja se prvi davalac internetskih usluga (ISP) s uvođenjem komercijalne verzije ARPANET-a, poznate kao Telenet.

1976: Kraljica Elizabeta II šalje prvu elektronsku poštu (e-mail).

1979: USENET obrasci za domaćine vijesti i diskusijskih grupa.

1981: Nacionalna fondacija za nauku (NSF) osigurala je podršku za osnivanje mreže Computer Science Network (CSNET) za pružanje usluga umrežavanja kompjutera na univerzitetima.

1982: Protokol kontrole prijenosa (TCP) i internetski protokol (IP), kao skup protokola, obično poznat kao TCP/IP, pojavljuju se kao protokol za ARPANET. To dovodi do nove definicije interneta kao povezanim TCP/IP mrežama. TCP/IP ostaje standardni protokol za internet.

1983: Sistem naziva domena (DNS) uspostavlja poznati .edu, .gov, .com, .mil, .org, .net i .int sistem za imenovanje web stranica. One se lakše pamte od prethodne oznake za web stranice, kao što su 123.456.789.10.

1984: William Gibson prvi je upotrijebio pojam "cyberspace".

1985: Registrovana prva domena Symbolics.com.

1987. Broj domaćina na internetu prelazi 20.000.

1989: World.std.com postaje prvi komercijalni davalac Dial-up pristupa internetu.

1990. Tim Berners-Lee, naučnik iz CERN-a, Evropske organizacije za nuklearna istraživanja, razvija HyperText Markup Language (HTML). Ova tehnologija i danas ima veliki uticaj na navigaciju internetom.

1991: CERN predstavlja javnost World Wide Web. 1992:

Prvi audio i video distribuirani su putem interneta.

1993: Broj web stranica dostigao je broj od 600 i Bijela kuća i Ujedinjeni narodi stupaju na internet.

1994: Rođena je Netscape Communications. Microsoft kreira web pretraživač za Windows 95.

1994: Yahoo! kreiraju Jerry Yang i David Filo, studenti postdiplomskog studija elektrotehnike na Univerzitetu Stanford.

1995: Compuserve, America Online i Prodigy počinju pružati pristup internetu. Amazon.com, Craigslist i eBay počinju sa radom.

1995: Pokreće se prva internetska stranica za upoznavanje, Match.com.

1996: 3D animacija nazvana "Dancing Baby" postaje jedan od prvih virtuelnih videa.

1997: Reed Hastings i Marc Randolph osnovali su Netflix, kompaniju koja je u svojim počecima korisnicima slala DVD-ove poštom.

1998: Nastaje Google.

1999: AOL kupuje Netscape.

2003: S radom počinju Myspace, Skype i web pretraživač Safari.

2003: Pokrenuta je platforma za izdavanje blogova WordPress.

2004: Nastaje Facebook i počinje era društvenih mreža. Mozilla otkriva pretraživač Mozilla Firefox.

2005: Pokretanje YouTube.com. Osnovana je i stranica za društvene vijesti Reddit.

2006: AOL mijenja svoj poslovni model, nudeći većinu usluga besplatno i oslanjajući se na oglašavanje radi stvaranja prihoda. Forum o upravljanju internetom sastaje se prvi put.

2006: Nastaje Twitter.

2009: 40. godina postojanja interneta

2010: Facebook dostiže brojku od 400 miliona aktivnih korisnika.

2013: Edward Snowden, bivši zaposlenik CIA-e i pokretač Agencije za nacionalnu sigurnost (NSA), otkriva da je NSA uspostavila program praćenja koji može prisluškivati komunikacije na hiljadu ljudi, uključujući građane Sjedinjenih Država.

2015: Instagram dostiže 400 miliona korisnika, dok Twitter broji 316 miliona korisnika.

2016: Google predstavlja Google Assistant, program za lične asistencije koji se aktivira glasom, akoji označava ulazak internetskog giganta na tržište "pametnih" kompjuterskih pomoćnika. Google se pridružuje Amazonovim Alexa, Siri iz Applea i Cortani iz Microsofta.

2018: U Svijetu postoji 4 biliona korisnika interneta.

Eric Schimdt, bivši direktor Alphabet Inc tvrdi da je internet prvo što je čovječanstvo izgradilo što čovječanstvo ne razumije, i da je najveći eksperiment anarhije koji smo ikada imali.

Mijenjanjem tehnologije mijenja se i pojam „novi mediji“. Prema tome u 19. stoljeću aparat i gramofon su predstavljali nove medije, a televizija i radio su bili novi mediji 20 stoljeća.

Tokom devedesetih godina, prelazak na digitalni format svih formi podataka tekao je ubrzanim tempom.¹⁸ Taj prelazak ruši barijere između tradicionalne medijske industrije, ali i između širih medijskih i komunikacijskih sektora.

Nove tehnologije mogu sa sobom donijeti uvjerenje da se stari poslovni principi više ne primjenjuju. Međutim, ovo razmatranje se ne može uzeti za tačno. Neke kompanije, kao što je eBay na primjer pretvorile su ono što se činilo kao opasna praksa, slanje novca neznancu putem interneta, u svakodnevnu pojavu.

Internet startup, theGlobe.com, predstavio je jednu od najranijih i najpopularnijih platformi za društvene mreže. Stranica je počela sa radom 1995. godine i svoj je posao gradila na oglašavanju. Kako je skepticizam oko dot-com buma rastao i oglašivači postajali sve nespretniji oko vrijednosti internetskih oglasa, theGlobe.com prestao je biti profitabilan. Sve to je rezultiralo gašenjem platforme.¹⁹

Iako je oglašavanje na internetu prodorno danas, trenutni model koji se temelji na visoko ciljanoj Googleovoj AdSense usluzi, pojavio se kasnije. U prethodnim dot-com godinama isti se oglas mogao prikazati na hiljade različitih web stranica, dok je danas oglašavanje često posebno usmjereno na sadržaj pojedine stranice. (Herman, 2004).

Internet danas predstavlja mrežu koja spaja milijune računala ne samo u SAD nego i u Europi, Japanu i Australiji. Da bi se ostvarila veza i ostvarilo uključenje u mrežu, treba imati odgovarajući hardver i softver. Internet odlikuje veliki broj mogućnosti.

Nabrojiti ćemo neke od njih:

- E-mail – elektronička pošta (polazni servis na Internetu);
- FTP - File Transfer Protocol, pristup bibliotekama datoteka (kompjutorizirane knjige, slike, zvučni zapisi...). Moguć je i prijenos spomenutih datoteka;
- Finger - servis koji daje osnovne informacije menadžerima;
- TELNET - servis koji omogućuje pristup drugim računalima, bazama podataka, informacijskim servisima;
- Gopher - servis koji omogućuje jednostavno kopiranje tekstualnih datoteka i programa;
- WWW - World Wide Web, pristup multimedijalnim dokumentima Interneta korištenjem koncepta hiperteksta;
- IRC - Internet Relay Chat, servis koji omogućuje razgovor dvaju korisnika mreže u isto vrijeme (u realnom vremenu);
- WAIS - Wide-area Information Server, servis (program), koji omogućuje pretragu više baza podataka odjednom;
- NEWS - servis koji pruža osnovne informacije iz svijeta i mnogi drugi servisi (novosti).

Internet je svjetska odnosno globalna računalna mreža koja povezuje mnoga računala i druge računalne mreže (akademske, poslovne, vladine) u jednu cjelinu s namjerom razmjene podataka i korištenja raznih sadržaja, usluga i servisa kao što su www, elektronička pošta i slični. Najbolja stvar što se tiče Interneta je ta da ga niko ne posjeduje. Internet još nazivaju i mrežom svih mreža, odnosno skupom globalnih mreža, velikih i malih. Te mreže se povezuju zajedno na mnogo različitih načina tako da čine jednu cjelinu koju znamo pod nazivom Internet.

U stvari, samo ime potječe od ideje međusobno povezanih mreža – eng. interconnected networks, tj. međusobno povezane mreže. Internet je nastao sredinom 60-ih godina razvojem sredstava komuniciranja i kao nuspojava hladnoga rata. Računala koja su spojena na Internet mogu biti međusobno povezana žičnim i bežičnim putem. Od svog početka u 1969. godine, Internet je narastao od četiri sistema računala na desetke miliona povezanih računala. Međutim, samo zato što niko ne posjeduje Internet, to ne znači da se on ne prati i održava na različite načine. (Nadrljanski, 2007).

VI. POZICIONIRANJE MIGRANATA U BOSNI I HERCEGOVINI

6.1. Migracija, migranti i izbjeglice: Terminologija i brojke

Razmatranje teme migrantske krize u Bosni i Hercegovini počeo ćemo definisanjem osnovnih pojmova koje ćemo koristiti u ovom radu i pregledom generalne situacije migracija u svijetu.

Pojam imigracija podrazumijeva "putovanje u državu sa ciljem trajnog naseljenja tamo". Drugi pojmovi koji su povezani sa pojmom imigracija su i pojmovi izbjeglica, tražilac azila i migrant. Riječ migrant označava "osobu koja se seli u drugu zemlju zbog različitih razloga, kao što je traženje posla". Izbjeglica je, prema konvenciji Ujedinjenih nacija koja se tiče statusa izbjeglica, "osoba koja se, zbog utemeljenog straha da će biti progonjena zbog rase, religije, nacionalnosti, pripadnosti određenoj društvenoj grupi ili političkom mišljenju, nalazi izvan zemlje svoje nacionalnosti i nije u mogućnosti ili, zbog takvog straha, nije voljna da koristi zaštitu te zemlje; ili koji nema državljanstvo i nalazi se izvan zemlje svog prethodnog uobičajenog prebivališta kao rezultat takvih događaja, nije u mogućnosti ili se zbog takvog straha ne želi vratiti u nju". Tražilac azila je "osoba koja je napustila svoju državu i formalno se prijavila za azil u drugoj državi, ali čije procesuiranje još nije završeno".

Broj internacionalnih migranata u svijetu iznosio je 244 miliona u 2015. godini, što je porast od 41% u odnosu na 2000. godinu. Od ovog broja, dvije trećina migranata živjele su u samo 20 država svijeta. Što se tiče Evrope, 7. država sa ovog kontinenta su glavne destinacije za migrante, od kojih prednjače Njemačka i Ujedinjeno Kraljevstvo. Od ukupnog broja migranata, 72% su osobe koje su radno sposobne. (Trends in international migration, 2015, 2015). Migracije su dio ljudske historije od postanka ljudske vrste. Razloge za migracije možemo tražiti u različitim faktorima, od ekonomskih i porodičnih, kao što su preseljenje u cilju bolje zarade ili spajanja porodica, do razloga koji osobu "guraju" iz svog okruženja, kao što su ratovi, ekonomske krize u matičnoj državi, suše, glad ili prirodne nepogode. Iako su migracije upravo dio kretanja ljudske civilizacije, zbir faktora koji se desio početkom druge dekade 21. vijeka, doveo je do velikih ljudskih kretanja, koja su nesumnjivo obilježila društvenu klimu u Evropi posljednjih godina.

6.2. Migrantska kriza u Europi

Začetke migrantske krize na evropskom kontinentu možemo tražiti u 2015. godini. Iako migracije u Evropu iz slabije razvijenih dijelova svijeta, pogotovo Bliskog Istoka i Sjeverne i Subsaharske Afrike traju od polovine 20. vijeka sa većim ili manjim intenzitetom, u periodu od 2015. broj migranata koji pristižu u Evropu se višestruko uvećao. Razloge za ovakvo stanje možemo tražiti na više različitih mjesta. Jedan od njih je rat u Siriji koji traje od 2011. godine te ratovi u drugim sjevernoafričkim i bliskoistočnim državama. Rat u Siriji je otvorio vrata za globalnu prijetnju u vidu Islamske države, koja je svojim agresivnim akcijama i brutalnom retorikom obilježenom ekstremističkim izjavama i djelima, dodatno prestrašila i pogurala stanovništvo iz područja pod njihovom kontrolom u egzodus. Posredni faktori koji doprinose ovom naglom ubrzanju migracionih tokova su globalni porast temperatura usljed globalnog zatopljenja, suše, poplave i nedostatak hrane u ovim područjima, kao i potraga za boljim i sigurnijim uslovima života u odnosu na poslovično nestabilno područje Bliskog Istoka.

Za vrijeme trajanja ovih sukoba, Evropska unija i ostale evropske države funkcionisale su nesmetano. Priliv migrantske populacije bio je stabilan ali ne preplavljujući, te su stoga države članice sarađivale harmonično povodom ovih pitanja. Regulacija migracija unutar granica Evropske unije bila je kontrolisana Dablinskim sporazumom, prema kojem su zaduženje za obradu zahtjeva za azil i obradu migranata za ostanak u zemlji preuzimale države članice preko koje su migranti prvo ušli u EU. Međutim, sporazum napravljen za zaštitu od višestrukih zahtjeva za azil i prebukiranja određenih država Evropske unije zahtjevima, imao je jedan problem: stavljao je preveliki teret na države koje su se nalazile na spoljašnjim granicama Evropske unije. U slučaju naglog priliva migranata iz jednog pravca, postojala je opasnost od preplavlivanja i logističkih problema, a nije postojala adekvatna strategija za nošenje sa ovim potencijalnim problemom. Sklop ovih faktora dostigao je tačku ključanja tokom 2015. godine. Problem više nije bio potencijalan, bio je stvaran. Tokom 2014. godine broj migranta koji su pristigli u Evropu legalnim i ilegalnim putevima iznosio je oko 280 000. Taj broj se utrostručio tokom 2015. godine i iznosio je preko milion legalnih i ilegalnih migranata koji su pristizali na južne granice Evropske unije i nastavljali svoj put preko južne Italije, Turske, Grčke i balkanskih zemalja, prema sjeveru Evrope, te su države koje su primile najveći broj migranata bile Njemačka, Švedska i Mađarska. Migranti su dolazili uglavnom iz država razorenih ratnim dešavanjima, poput Sirije, Avganistana i Iraka ("Migrant crisis: Migration to Europe explained in seven charts - BBC News", 2016).

Tokom te godine migranti su u Evropu dolazili preko mora i pristizali uglavnom u Grčku i Italiju, izazivajući velike probleme oko prijema. Također, desio se veliki broj pomorskih nesreća sa smrtnim ishodima, gdje su migranti koji su putovali preko mora na improvizovanim plovilima stradavali u velikim brojevima, tačnije, prema podacima Međunarodne organizacije za migracije, preko 3500 ljudi je stradalo tokom 2015. godine (“Irregular Migrant, Refugee Arrivals in Europe Top One Million in 2015: IOM | International Organization for Migration”, 2015).

Nakon 2015. godine, priliv migranata je usporen, međutim, ostao je problem administrativnog odnosa prema ogromnom broju migranata koji su sada već boravili u Evropi, bez dozvole za kretanje. Evropa se suočila sa ogromnim brojem zahtjeva za azil, koji je tokom 2015. godine premašio 1,2 miliona, dominantno iz Sirije, Avganistana i Iraka (Record number of over 1.2 million first time asylum seekers registered in 2015, 2016).

Veliki broj migranata nalazio se u prihvatnim centrima u različitim evropskim zemljama. Heterogenost Evropske unije i nesloga povodom ključnih pitanja vezanih za migrantsku krizu dovela je do ogromnih problema u vidu vraćanja migranata iz jedne zemlje u evropsku zemlju u koju su prvo došli, u čemu je prednjačila Mađarska.

Mađarska je postavila i zidove duž granica sa Srbijom, da bi spriječila ulazak migranata u državu. S druge strane, u Grčkoj su napravljeni prihvatni centri u kojima su migranti u teškim uslovima čekali obradu njihovih zahtjeva za azil (“How the Global Refugee Crisis Has Transformed Europe”, 2018).

Zbog ograničenja migracione i azilantske politike, ilegalni ulazak je često jedini način da se stigne do sigurne teritorije. Zbog toga su migranti uglavnom putovali preko raznih mreža krijumčara ljudima što ih je izlagalo brojnim rizicima kao što su rizik od trgovine ljudima i djecom, rizik od zanemarivanja djece zbog teških uslova putovanja, različite vrste zlostavljanja, eksploatacije, nasilja, rizik od pljačke i prevare od strane krijumčara, zdravstveni rizici koji su povezani sa nesigurnim uslovima putovanja, konflikti unutar migrantske populacije zbog etničkih tenzija i drugi. Ovim rizicima su posebno bile podložne žene i djeca (“Atina – Citizens Association for Combat against Trafficking in Human Beings and all Forms of Violence against”, 2014). “Migrant population in local communities in Serbia”, 2014).

Migrantska kriza drastično je promijenila političku klimu u većim evropskim zemljama zadnjih godina. Rast političke desnice i krajnje desnice je normalizovan, te je omogućen ulazak stranaka koje propagiraju vrijednosti nacionalne homogenosti, anti-migrantskih stavova i kulturnog konzervatizma, na političku scenu. Rast uticaja anti-migrantskih stranaka i jačanje anti-migrantske i ksenofobične klime, zabilježen je u brojnim evropskim zemljama poput Njemačke, Danske, Francuske, Švedske, Mađarske, Poljske, Češke itd. (“How the Global Refugee Crisis Has Transformed Europe”, 2018; “The Migration Crisis and the Future of Europe”, 2019). Sve ovo je praćeno i načinom izvještavanja o migrantskoj krizi, koja je bila usmjerena na opasnost koju migracije predstavljaju u smislu ekonomske i kulturne prijetnje domicilnom stanovništvu, pogotovo u Španiji, Italiji i Velikoj Britaniji. Ovaj tip izvještavanja snažno je bio izražen u Velikoj Britaniji, sa posebno agresivnim izvještavanjem desničarski orijentisanih medija (Berry, Garcia-Blanco, & Moore, 2016).

Migrantska kriza je potresla Evropu i njene vrijednosti do temelja. Homogene, jednonacionalne države koje sačinjavaju ovaj kontinent odlučile su prije više decenija da se udruže u političko-ekonomsku zajednicu pod nazivom Evropska unija, pod idejom i vrijednostima evropskog zajedništva, solidarnosti, multikulturalnosti i slobodne razmjene. Međutim, Evropska unija i države koje teže članstvu u ovoj zajednici naroda, otkrile su sve svoje slabosti kada se desio nenadan priliv izbjeglica. Ideje o evropskoj humanosti, solidarnosti i otvorenosti su dovedene u pitanje. Tenzije između domicilnog stanovništva i migranata koje su u prošlosti egzistirale ali bile kontrolisane, sa naglim prilivom izbjeglica su eskalirale. Migranti su izgleda pothranili paranoju značajnog procenta Evropljana od neizbježne najezde stranog stanovništva, koje će im uzeti poslove, mjesta za život, a na kraju kulturu i sam nacionalni identitet, a sve su to vješto iskoristili predstavnici desničarskih partija, da pod parolom zaštitnika nacije, sebe pozicioniraju na političkoj sceni. Kakvi procesi su u pozadini čitavog haosa koji oblikuje društvenopolitičku klimu u Evropi i u Bosni i Hercegovini u kontekstu migrantske krize? Da li postoje pojedinci koji su spremniji da migrantsku krizu dožive kao prijetnju i stoga dignu alarme za uzbunu koji odjekuju kroz društvenu sredinu? Kakvu ulogu imaju grupe kojima pojedinci pripadaju? Gdje je tu smješten obrazovni status, godine, primanja, religijsko opredjeljenje, pol, a gdje ideološka orijentacija koju pojedinac prihvata? I kako se ovo stanje uzbune odražava na psihološko stanje pojedinca?

6.3. Predrasude o migrantima

Psihološke osnove intergrupnih stavova možemo započeti u domenu biološki zasnovanih i ranim učenjem oblikovanih dispozicionih karakteristika pojedinca. Osobine ličnosti, kao trajna i stabilna dimenzija svake osobe, osnov su za varijabilnost u ponašanjima, stavovima i generalnom funkcionisanju u svakodnevnom životu. Pokazalo se da ličnost individue igra ulogu i u objašnjenju razlika u predrasudnim stavovima. Određena obilježja individualnih razlika dovode do toga da osoba bude liberalno ili konzervativno orijentisana, tolerantna ili hostilna prema vanjskim grupama, pacifistički orijentisana ili vrlo otvoreno hostilna i čak spremna na nasilje pri odbrani ideoloških stavova koje zastupa. (Klemmensen, 2016).

Ispitivanja interakcije stavova prema vanjskim grupama i ličnosnih karakteristika su rađena dominantno kroz paradigmu Velikih pet osobina ličnosti, koja postulira da se varijabilnost u ličnosti može objasniti kroz pet velikih faktora ličnosti: Model čini pet bazičnih dimenzija ličnosti (Crae & Jr., 1987).

1. Neuroticizam, predstavlja dimenziju ličnosti koja se pokazala kao najstabilnija i najčešća u različitim modelima proučavanja ličnosti. Odnosi se na dispoziciju pojedinca da doživljava negativan afekat. Ova dimenzija obuhvata kognitivnu i emotivnu komponentu, te podrazumijeva sklonost negativnim, samoporažavajućim mislima, negativnijem pogledu na sebe, svijet i budućnost i snažnije negativno emotivno reagovanje na događaje iz okoline (uz duže trajanje reakcije u odnosu na emotivno stabilnije osobe).

2. Ekstraverzija je osobina koja karakteriše društvene i razgovorljive osobe sklone ostvarivanju društvenih kontakata i željne stimulacije. Ovi pojedinci su skloni dominiranju u društvu, za razliku od pojedinaca sa niskom ekstraverzijom koji su povučeniji i pasivniji u društvu, te generalno teže da provode manje vremena u grupama, a više vremena sami, bez snažnih eksternih senzacija.

3. Otvorenost ka iskustvu je osobina koja se tiče različitih interesovanja, uživanja u estetski lijepim pojavama, te originalnosti u idejama i ponašanju. 4. Prijatnost označava spremnost da se vjeruje drugima, sklonost ka empatiji, spremnost na saradnju i generalno prijatnost i ljubaznost u odnosu sa drugim ljudima. Osobe kod kojih je visoka ova osobina potrebe drugih često stavljaju ispred sopstvenih, dok ljudi sa niskom prijatnošću pokazuju nepovjerenje prema ljudima, neljubaznost i sklonost da svoje potrebe uvijek stavljaju na prvo mjesto.

5. Savjesnost kao dimenzija označava sklonost ka kontroli impulsa i svijesnost o nužnosti završavanja svojih obaveza. Osobe sa izraženom savjesnošću teže da obavljaju svoj posao na vrijeme i prema svojim standardima, vrlo su moralni i rigidno se drže svojih etičkih principa. Kao centralni aspekt psihološke individualnosti svakog pojedinca, ličnost predstavlja konstrukt koji je ispitan u korelaciji sa velikim brojem drugih psiholoških konstrukata.

Teorijsko razmatranje interakcije predrasudnih stavova generalno i osobina ličnosti ukazuje na postojanje uticaja ovih karakteristika na biranje ideologija koje su po prirodi autoritarne, konzervativne i orijentisane generalno na rigidnijim, homogenim i lako prihvatljivim ideologijama, što osobu čini podložnijom držanju predrasudnih stavova. Konkretno, istraživači ukazuju na uticaj dimenzija otvorenosti ka iskustvu, prijatnosti i savjesnosti na dimenzije desničarske autoritarnosti i socijalne dominacije. Desničarska autoritarnost je konstrukt koji odražava socijalne stavove i vrijednosti poštovanja autoriteta, očuvanja državne i kulturne strukture nepromijenjenom, te podozrivosti prema vanjskim grupama koje se percipiraju kao opasne za sistem u kojem autoritarni pojedinci žive, te je ovaj konstrukt bitan prediktor generalizovanih predrasuda. U vezi sa ovim konstruktom, očigledno je da niža otvorenost ka iskustvu utiče na manju spremnost na ispitivanje novina i alternativnih ideja, i dovodi do povećane autoritarnosti. Izražena dimenzija savjesnosti, koja odražava poštovanje reda i strukture, utiče na lakše usvajanje vrijednosti autoritarnosti. S druge strane, konstrukt socijalne dominacije odražava stavove čija je osnova u percepciji svijeta kao inherentno hijerarhijski organizovanog i mjesta stalne kompeticije. Kako vidimo, kako će se pojedinac ponašati prema pripadnicima vanjskih grupa zavisi od interakcije osobina ličnosti. Pritom, vidimo da su osobine otvorenosti ka iskustvu, prijatnosti i savjesnosti najvažniji osnov predrasuda u domenu dispozicionih karakteristika, ponašanja prema vanjskim grupama. Stoga možemo pretpostaviti da će ove osobine ličnosti biti i najbitnije u predviđanju stavova domicilnog stanovništva prema migrantima, kao i migranata prema domicilnom stanovništvu. Međutim, ovo je samo dio mozaika. Da bismo sagledali čitavu sliku, u obzir je neophodno uzeti i druge faktore.

Pripadnici vanjskih grupa su stoga percipirani kao pretendenti na položaj sopstvene grupe (pogotovo ako su iz nižih slojeva hijerarhije) i takmaci za društveni položaj. Ličnosna osnova socijalne dominacije jeste niža prijatnost, koja ukazuje na osobe koje su hladne prema drugima, nesaosjećajne i generalno manje brižne za druge ljude. Stoga su više sklone autoritarnosti kao društvenoj vrijednosti koja odražava hostilnost prema vanjskim grupama koje se percipiraju kao prijatnija. Ovdje vidimo značajnu posrednu ulogu koju osobine ličnosti imaju na predrasude. (Sibley & Duckitt, 2008).

Migranti su u pravilu drugog etničkog i kulturnog porijekla nego li domaće stanovništvo. Njihov socijalni status u društvu primitka je značajno niži od statusa domaće populacije. Na osnovi ove objektivne razlike izloženi su predrasudama i diskriminaciji kako u socijalnom tako i u institucionalnom području. - Socijalna izolacija i marginalizacija je često posljedica pripisanih negativnih karakteristika kao i činjenice da nemaju jednaka legalna prava što opet vodi ka institucionalnoj diskriminaciji, npr. restriktivno provođenje prava na boravak i rad.¹²

¹² file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija_migracija_skripte_3.pdf

No odnos između predrasuda i diskriminacije nije jednoznačan, tako da se diskriminacija ne može promatrati samo kao posljedica predrasuda, niti su predrasude samo posljedica diskriminacije – i predrasude i diskriminacija mogu se pojaviti odvojeno. - Znanstveno istraživanje etničkih predrasuda i diskriminacije započela je 20-ih godina prošlog stoljeća u SAD-u radom Emoryja S. Bogardusa na Sveučilištu u Chicagu. On je prvo istraživao u okviru urbane sociologije fenomen socijalne distance koja je bila tipična za populacije koje su živjele na fizički bliskim područjima. Socijalnu distancu objasnio je kao nedostatak prijateljskih osjećaja i razumijevanja za pojedine grupe – zamijetio je da su socijalna distanca i etničke predrasude prema etničkim useljeničkim grupama povezane. Njegovo istraživanje rezultiralo je ljestvicom socijalne distance koja se primjenjuje na različite socijalne i etničke grupe.

Prema Blumeru prva tri osjećaja ne vode uvijek prema predrasudama. Odlučujući za nastanak rasne predrasude je četvrti osjećaj, tj. strah da će vlastita pozicija superiornosti biti napadnuta i ugrožena. Sve četiri grupe osjećaja zajedno odlučuju pozicijske odnose između dvije ili više grupa i produciraju predrasude. Ova grupna pozicija stvara okvir za grupne percepcije, prosudbe i emocije koje nadilaze individualno razmišljanje. Ovaj okvir određuje kako pojedinci misle i osjećaju podređene grupe. Članovi grupe kao pojedinci drže se svoje orijentacije unutar grupne pozicije i dijele s drugim članovima grupe svijest o grupnoj poziciji. Ona pokazuje kakva bi grupa trebala biti. Rasne predrasude nastaju kada su te grupne pozicije ugrožene, one su defanzivne reakcije iz vlastite grupne pozicije. Pojedini članovi ne mogu nastupiti protiv grupnih pozicija jer time riskiraju vlastitu izolaciju. Nastanak grupne pozicije može se objasniti povijesnim procesom s dva odlučujuća faktora; prvo – odlučujuća je interakcija i komunikacija između društveno utjecajnih ljudi unutar dominantne grupe. Oni svojim izjavama i pokazivanjem emocija karakteriziraju i definiraju druge grupe. Kolektivne predstave i osjećaji se mogu kristalizirati u rasne predrasude što će određivati i individualne predstave i osjećaje unutar dominantne grupe. Drugo – nastanak grupne pozicije vezan je uz proces definiranja podređene grupe; ovaj proces se ne temelji na generalizacijama osobnih iskustava koje pojedinci imaju s konkretnim grupama, već se ti odnosi prenose na apstraktnu razinu kao da su etničke i rasne grupe konkretni i jasni entiteti (npr. Crnci, Azijati, Indijanci itd. – primjer «Jugos» u Njemačkoj i Austriji).¹³

¹³ file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija_migracija_skripte_3.pdf

6.4. Integrativna teorija prijetnje

Pored stabilnijih faktora koji dovode do porasta ili smanjenja predrasuda prema migrantima, pažnju treba posvetiti i situacionim odrednicama. Situacione odrednice se odnose na trenutna društvena dešavanja koja modeliraju trenutni nivo predrasuda prema određenoj vanjskoj grupi i mogu biti različiti, od trenutne ekonomske i političke klime, medijskih sadržaja, do mikro-uslova poput izazivanja salijentnosti predrasuda prema određenoj grupi u eksperimentalnim uslovima.

Tumačenje predrasudnih stavova prema vanjskim grupama kroz situacione faktore možemo tumačiti kroz prizmu integrativne teorije prijetnje. Ovaj teorijski okvir podrazumijeva da se izvor predrasuda prema vanjskoj grupi nalazi u percepciji vanjske grupe kao realne (ekonomske ili fizičke) prijetnje, simboličke prijetnje, intergrupne anksioznosti i negativnih stereotipa prema vanjskoj grupi.

Realna prijetnja podrazumijeva odbojnost i predrasude prema, između ostalog, migrantima zbog ideje da će migranti destabilizovati ekonomiju, zauzeti poslove domicilnom stanovništvu i oboriti cijene usluga, te da će iskoristavati sistem socijalne zaštite, dok fizička prijetnja podrazumijeva da vanjska grupa direktno prijeti fizičkom zdravlju ili dobrobiti pojedinca. Simbolička prijetnja podrazumijeva prijetnju vrijednostima i načinu života dominantne grupe. Domaće stanovništvo može smatrati da migranti donose sistem vrijednosti koji je potpuno nekompatibilan njihovom, te ovo rađa tenziju zbog straha od sukoba i urušavanja domaćeg ideološkog i kulturnog nasljeđa. (Marx, 2013).

Intergrupna anksioznost podrazumijeva izbjegavanje interakcija sa pripadnicima vanjskih grupa zbog straha od odbacivanja ili ismijavanja, te se kao posljedica negativnih emocija koje se vezuju za takve vrste interakcija javljaju i negativni stavovi prema vanjskoj grupi, u cilju prezervacije selfa. Konačno, cirkulisanje negativnih stereotipa o vanjskoj grupi kod pojedinaca može stvoriti strah ili gađenje od samog kontakta sa pripadnicima vanjskih grupa, pogotovo ako se pripadnici tih grupa predstavljaju kao agresivni, nepovjerljivi, neinteligentni ili lijeni. Ova četiri faktora dosta otežavaju bilo kakvu šansu za kontakt sa vanjskim grupama. Ova četiri faktora su karakteristična za sve grupe, nezavisno od položaja u društvu ili uloge većinske ili manjinske grupe (Grill & Boniecki, 2002).

Da se vratimo na situaciju u Bosni i Hercegovini. Dakle, kada migrantska populacija pristiže u Bosnu i Hercegovinu, dešava se nekoliko procesa. Dolazi do aktivacije grupnog identiteta (nacionalnog, regionalnog, religijskog) koji stoji u suprotnosti sa identitetom grupe koja dolazi (ili u slučaju migranata, identiteta domicilnog stanovništva). Ovaj identitet je amplifikovan percepcijom prijetnje od strane vanjske grupe. Kakvi procesi se dešavaju na nivou grupe (i države)? Interakcija većinske i manjinske grupe u okviru jedne državne zajednice predstavlja osnov za konflikt. Ovaj konflikt je baziran na percepciji prijetnje od manje grupe, koja donosi specifičan način života i kulturu. Specifičnost kulture manjinske grupe i manjak volje da se svoje kulture odreknu kod većinske grupe može dovesti do tenzije usljed vjerovanja da je novi kulturni milje prijeteci za državu i način života.

Ova kulturološka tenzija između manjine i većine rađa konflikt iz kojeg mogu nastati dvije strategije procesa akulturacije, to jest načina na koji se društvo većinske kulture odnosi prema manjinskoj kulturi. S jedne strane, prvi proces je asimilacija, koji podrazumijeva traženje sličnosti između kultura i priznavanje dominantne kulture. Fokus je na političkim pravima svih, pri čemu se ohrabruje kulturna homogenost. S druge strane, strategija multikulturalizma ohrabruje kulturne različitosti i fokusira se na to da pripadnici svih kultura dobiju priliku za izražavanje svog kulturnog nasljeđa. (Calens, Meuleman, & Valentova, 2015).

Migranti, koji donose kulturno nasljeđe u novu državu, takođe usvajaju određene načine ponašanja prema novoj kulturi i staroj kulturi u novom kontekstu. Teorijski posmatrano, najobuhvatniji model koji se bavio ovim procesom jeste Berry-jev model akulturacije, koji na osnovu dvodimenzionalnog modela (očuvanje ili odricanje sopstvene kulture i kontakt sa novom kulturom) postulira četiri strategije koje pojedinac može usvojiti u novoj sredini. Prva strategija je integracija, tačnije, zadržavanje svoje te kontakt i prihvatanje nove kulture. Ova strategija je najpovoljnija, jer omogućava da se migranti prilagode novom okruženju bez velikih socijalnih potresa, a pritom zadržavaju kulturološke karakteristike sredine iz koje dolaze. Druga strategija je asimilacija, tačnije ovdje dolazi do odbacivanja sopstvene kulture da bi se ostvarilo potpuno integrisanje u novu kulturu. Migranti potpuno napuštaju veze sa svojim kulturnim identitetom i stapaju se u novu sredinu, prihvataju običaje i vrijednosti novog mjesta življenja. Treća strategija je separacija, tačnije zadržavanje sopstvene i odbacivanje nove kulture. Ova strategija je potencijalno najopasnija za odnose između migrantskog i domicilnog stanovništva, s obzirom da će u jednom trenutku u interakciji neminovno doći do sukoba vrijednosti i tradicije manjine i većine, što se može nepovoljno odraziti na socioekonomsku situaciju, kako migranata, tako i države koja prihvata migrante. Četvrta strategija, marginalizacija, podrazumijeva da pojedinac potpuno odbacuje i svoju i tuđu kulturu, te bira da živi van konteksta dominantnih kulturoloških vrijednosti i tradicija. (Calens, Meuleman, & Valentova, 2015).

6.5. Položaj migranata u Bosni i Hercegovini

O položaju migranata u Bosni i Hercegovini veoma je malo zvaničnih podataka. Oni se uglavnom svode na sporadične izjave nadležnih zvaničnika koje daju medijima. Prema podacima iz novembra 2019. godine saopštena je procjena da je 50790 migranata i izbjeglica stiglo tokom 2018. (24067) i 2019. godine (26723) u Bosni i Hercegovini. Od ovog broja, većina je iskazala namjeru da će tražiti azil, ali je to zvanično (do novembra 2019. godine) učinilo 2300 migranata. Izbjeglance dominantno dolaze iz Pakistana (17264 izbjeglice), Avganistana (6439 izbjeglica), Sirije (4994 izbjeglice), Irana, Iraka i Bangladeša (UNHCR, 2019). Podaci o broju migranata koji u određenom periodu u 2019. godini borave u BiH varira, ali obično se ta cifra kreće od 5000-8000 migranata. Neki migranti se nalaze u

organizovanim privremenim prihvatnim centrima, dok se i dalje određeni broj njih samostalno ili grupno kreće kroz Bosnu i Hercegovinu.

Većinu migranata i izbjeglica čine muškarci, ali među njima ima i žena, porodica sa djecom, trudnica i djece bez pratnje ili koja su odvojena od porodice. Najveći prihvatni centri se nalaze u Unsko-sanskom kantonu u opštinama Bihać i Velika Kladuša. Migranti se najviše kreću ovim pravcem, ne u namjeri da se zadrže, već s namjerom da pređu u Hrvatsku, a zatim dalje prema drugim zemljama EU. Najveći prihvatni centri u 2019. godini su „Bira“ u kojem, u zavisnosti od perioda, najčešće boravi oko 2000 migranata, te „Miral“ kapaciteta oko 600 ljudi. Privremeni prihvatni centar Sedra ima kapacitete za smještaj 420 osoba.

Za migrante u prihvatnim centrima na teritoriji Bosne i Hercegovine je obezbjeđen smještaj i osnovna medicinska njega, dok je korisnicima u privremenim prihvatnim centrima u Unsko-sanskom kantonu osigurana i hrana. Većinu privremenih prihvatnih centara vodi Međunarodna organizacija za migracije (IOM). Uprkos tome, treba naglasiti da postoji veliki broj migranata koji nije zbrinut i koji se nekontrolisano kreće i na različite načine snalazi i boravi u raznim opštinama u Bosni i Hercegovini. Te grupe migranata žive u još gorim uslovima, bez pravog smještaja za spavanje, bez hrane, izloženi lošim vremenskim uslovima itd.

Kako vidimo, situacija u Bosni i Hercegovini je slična situaciji koja se odvijala prije nekoliko godina u Italiji i Grčkoj, sa prihvatnim centrima smještenima u Unsko-sanskom kantonu i sa velikim brojem imigranata koji luta kroz Bosnu i Hercegovinu, tražeći način da uđe u Evropsku uniju. Za to vrijeme, većina informacija koju su građani iz Bosne i Hercegovine dobijali o migrantskoj krizi bila je od strane medija i zvaničnih političkih i državnih institucija. Vijesti koje su se ticale migrantske krize su bile izuzetno aktuelne posljednjih mjeseci u gotovo svim medijima. Uglavnom su bile pesimističnog karaktera i napisane u maniru "borbe" protiv migranata i migrantske krize, koja predstavlja problem koji je neophodno riješiti. Neke od vijesti su imale i blažu i humaniju konotaciju, poput priča o teškim životnim uslovima iz kojih su migranti pobjegli i nadi koju gaje za bolji život u zemljama u koje su se uputili.¹⁴

¹⁴ <https://ba.n1info.com/vijesti/a380566-n1-u-hotelu-sedra/>

VII. Izvještavanje o migrantima u Bosni i Hercegovini

7.1. Kratki vodič za novinare

Za većinu novinara, građana i institucija susret i rad sa izbjeglicama i migrantima bilo je novo iskustvo kada se dio "Balkanske rute" kroz Bosnu i Hercegovinu ponovo aktivirao za prolazak ljudi sa Istoka. U martu 2016. godine, Vijeće ministara Bosne i Hercegovine je usvojilo strategiju u oblasti migracija i azila i akcioni plan za period 2016-2020. u kojima se kaže da su institucije svjesne uvećanih migracija na Balkanu. Dvije godine kasnije, dok su izbjeglice i migranti živjeli na ulicama, u parkovima i šatorima bh. gradova, bilo je jasno da institucije zapravo nisu bile spremne za dolazak ljudi u Bosnu i Hercegovinu. U posljednjih nekoliko mjeseci smještaj izbjeglica i migranata u Bosni i Hercegovini organizovan je na nekoliko lokacija za što su nadležnosti podijeljene između nekoliko institucija, međunarodnih organizacija i grupa.

Nadležnosti institucija i organizacija:

Ministarstvo sigurnosti BiH – nadležno za pitanja azilanata; rukovodi Azilantskim centrom Delijaš i Imigracionim centrom u Lukavici. U sklopu ministarstva je Sektor za azil, Sektor za imigracije, Granična policija i Služba za poslove sa strancima.

Ministarstvo za izbjeglice i ljudska prava Bosne i Hercegovine – jednom kada dobiju status, sve osobe su u nadležnosti ovog Ministarstva koje rukovodi i centrom Salakovac pored Mostara.

International Organization for Migration (IOM u BiH) – nadležni za centre Bira, Sedra i Borići u Bihaću, Miral u Velikoj Kladuši, i Ušivak u Hadžićima pored Sarajeva.

UNHCR – vodi računa o potrebama naročito ugroženih kategorija poput maloljetnika bez pratnje, bolesnih, LGBT, žena s djecom; zaduženi za psiho-socijalnu podršku.

UNICEF – nadležni za brigu o djeci unutar izbjegličke i migrantske populacije.

Danski savjet za izbjeglice – prisutni u Bihaću, Velikoj Kladuši, Sarajevu i zaduženi za zdravstvenu zaštitu.

Crveni križ/krst – uključeni u skoro svim kantonima, uglavnom zaduženi da osiguraju hranu, odjeću i obuću.

Pomozi.ba – humanitarna organizacija djeluje u Sarajevu i kampu Ušivak, pružaju hranu, odjeću i obuću.

Mjesečni izvještaj o aktivnostima međunarodnih organizacija dostupan je na stranici UN-a u Bosni i Hercegovini ([dostupna ovdje](#)). Obično dolazi prilično kasno, najmanje mjesec nakon perioda na koji se odnosi.

Brošura sa informacijama o azilu u Bosni i Hercegovini – UNHCR ([dostupna ovdje](#))

Dodatni izvori informacija o izbjeglicama i migrantima: U Bihaću, Velikoj Kladuši, Sarajevu, Tuzli, Banjoj Luci i Ključu djeluju i volonteri, domaći i strani, koji poznaju situaciju na terenu i dobar

su izvor informacija.

Vaša prava – pravni zastupnici tražitelja azila – imaju urede u nekoliko bh. gradova.

Helsinški parlament građana Banja Luka – uljučeni u aktivnosti u Krajini.

Facebook grupe:

- **“Izbjeglice u Velikoj Kladaši”** – Cilj ove Facebook stranice je uspostaviti konstantnu komunikaciju između građana Velike Kladaše, domaćih i stranih nevladinih organizacija, te izbjeglica/migranata s ciljem međusobnog informisanja o svim aspektima migrantske krize.
- **“Pomoć izbjeglicama u Bosni I Hercegovini”** – grupa služi za razmjena informacija o akcijama pomoći.
- **“Are You Syrious?”** – volonteri koji pružaju svakodnevno informacije o onom što se dešava sa izbjeglicama i migrantima u Europi (AYS Daily Digest na engleskom)

Preporučena terminologija o izbjeglicama i migrantima:

Danas u svijetu ima više od 68,5 miliona osoba koje bježe od rata, progona i svi oni su izbjeglice ili tražitelji azila. Pored njih, u pokretu su i ljudi koji migriraju iz svojih zemalja u potrazi za poslom ili obrazovanjem. Tokom 2018., u Bosni I Hercegovini je registrovano više od 24.000 izbjeglica i migranata.

Izbjeglica – svaka osoba koja je napustila svoju zemlju u strahu od ozbiljnih ugrožavanja ljudskih prava ili strahu za život i sigurnost. Izbjeglice imaju pravo na međunarodnu zaštitu.

Tražitelji azila – osobe koje su napustile svoju zemlju u potrazi za zaštitom od progona ili kršenja ljudskih prava, ali koje još čeka legalni status izbjeglice u zemlji u kojoj se nalaze. Tražiti azil je jedno od osnovnih ljudskih prava, što znači da svakome mora biti omogućen ulazak u drugu zemlju da traži azil.

Migranti – ne postoji međunarodno prihvaćena definicija za ovu kategoriju. Ipak, organizacije koje se bave zaštitom ljudskih prava u svijetu koriste ovaj termin kada govore o ljudima koji su napustili svoje zemlje, ali nisu tražitelji azila niti izbjeglice. Većina migranata je napustila svoje zemlje iz ekonomskih razloga. Mnogi od njih nisu izbjeglice i ne mogu dobiti azil, ali su njihovi životi ugroženi u zemljama iz kojih dolaze, te njihova ljudska prava moraju biti zaštićena u zemljama u kojima se nalaze. Migranti ne smiju biti zatvoreni i ne smiju im se ograničiti kretanje.

Savjet - najbolje je koristiti istovremeno termine “izbjeglice” i “migranti” jer se među ljudima koji se kreću sada Balkanskoj ruti nalaze i jedni i drugi.

Illegalni migranti – nosi puno predrasuda i dehumanizira, a nije zakonom definisan niti ga podržavaju organizacije koje se bave zaštitom ljudskih prava. Ljudi koji nemaju legalne dokumente u jednoj zemlji često su u toj situaciji ne svojom krivicom, nego zbog spore administracije ili nefunkcionalnosti države.

Za ljude koji nemaju legalni status u jednoj zemlji preporučuje se termin **“Ljudi bez dokumenata”**.¹⁵

U medijskim izvještajima u Bosni i Hercegovini (pa i drugdje) se upotrebljavaju termini „izbjeglica“ i „migrant“, bez da se javnosti objašnjava šta koji termin znači. Nužno je pojasniti značenje odnosno definicije ovih pojmova, kako bi izvještavanje o njima bilo tačno. Izbjeglice su osobe koje su napustile svoje zemlje porijekla zbog osnovanog straha od progona, sukoba, općeg nasilja ili drugih okolnosti koje su ozbiljno narušile javni poredak i kojima je, kao rezultat toga, potrebna međunarodna zaštita. Definicija izbjeglice nalazi se u Konvenciji o statusu izbjeglica iz 1951. godine, kao i u statutu UNHCR-a.

Međunarodne organizacije za migracije – IOM) je svaka osoba koja se kreće ili je prešla međunarodnu granicu, ili napušta svoje uobičajeno mjesto stanovanja unutar svoje države, bez obzira na pravni status osobe; je kretanje dobrovoljno ili prisilno; uzroke pokreta; ili dužinu boravka. Iz ovih definicija je jasno da postoji razlika između termina izbjeglica i migrant, koja nije zanemariva. Ovi pojmovi se često miješaju u medijima i javnom govoru, što može dovesti i do nesporazuma u raspravi o azilu i migracijama.

UNHCR u svojim Preporukama za novinare navodi da se u Evropi povećava razina antiimigracijske retorike i da su negativni ili čak neprijateljski izvještaji medija samo dio te retorike. Demografske promjene, stvarni ili zamišljeni socioekonomski utjecaji i politike također utječu na izvještavanje o migracijama. Mediji bi, s obzirom na svoju moć i važnost u društvu, ipak trebali na prvo mjesto staviti profesionalizam i etiku. UNHCR dalje preporučuje novinarima da kada pristupaju intervjuisanju ili fotografisanju tražitelja azila ili izbjeglica, trebaju biti jasni u svojoj namjeri, imati razumijevanja za zahtjeve za anonimnošću, te se informisati o zemljama iz kojih intervjuisani dolaze. Ukoliko ste u nedoumici o korištenju fotografija i snimaka, razgovarajte sa ljudima koje prikazujete i tražite njihovo odobrenje da te snimke koristite i objavite. Isto je i sa slučajem otkrivanja identiteta tražilaca azila – ne otkrivajte im identitet bez njihovog pristanka! U „Kodeksu o prikazivanju predodžbi i poruka koje se odnose na Treći svijet“, koji je usvojila Glavna skupština Evropskih nevladinih organizacija 1989. godine se navodi: izbjegavajte katastrofične ili idilične imidže koji ne ukazuju na srž problema; svi ljudi moraju biti prikazani kao ljudska bića kojima treba sačuvati njihov kulturni identitet i dostojanstvo; prikažite njihovu sposobnost da preuzmu odgovornost za sebe; poruka mora izbjegavati sve vrste diskriminacije, i sl.

U „Preporukama o imidžima“ navodi se da mediji trebaju poštovati dostojanstvo pojedinca, izbjegavati

¹⁵ <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kratki-vodic-za-novinare-nadleznosti-izvori-i-terminologija-o-izbjeglicama-i>

predrasude i prikazivati ih tako da se ne promijeni stvarna slika o njima. (Malović, Medij i društvo, 2007). U dokumentu „Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu“ (UNESCO, 1983.) navodi se da novinari trebaju poštovati univerzalne vrijednosti i kulturu svakog naroda, te da trebaju isticati potrebu za suzbijanjem rata, nasilja, mržnje i diskriminacije. (Grbo, 2009).

Vizualizacija ljudske katastrofe neizostavna je u masovnim medijima. Pri izvještavanju o ljudskim patnjama, veoma često se koriste fotografije ili snimci djece, kako bi se izazvala empatija javnosti i poslala snažna emotivna poruka. Korištenje djece u izvještavanju o izbjegličkoj krizi veoma je prisutno u bosanskohercegovačkim medijima. Nemoćna i ni za što kriva, osuđena na patnju i dug neizvjestan put - samo su neke od sintagmi koje se koriste u medijskim izvještajima kako bi se prikazala sva težina njihovih sudbina. Djeca su u TV prilogama ili na fotografijama stavljena u prvi plan i prikazana kao tužna, nesretna, žalosna, odbačena. Prisjetimo se priče o smrti trogodišnjeg dječaka Aylana Kurdija, koja je uzburkala svjetsku javnost 2015. godine. Fotografija dječaka čije je beživotno tijelo more izbacilo na jednoj turskoj plaži, snažno je utjecala na emocije ljudi širom svijeta. Ta fotografija ostat će upamćena kao simbol teškog i neizvjesnog puta ljudi koje su ratne strahote natjerale da bježe prema boljoj budućnosti. Ova fotografija je, zahvaljujući medijima, obišla cijeli svijet. Medijski izvještaji o tome nisu zaustavili krvoprolića niti riješili probleme druge djece koja se nalaze na putu prema Evropi, ali mediji nipošto ne trebaju odustati od truda da svojim izvještajima učine barem jedan korak ka tim rješenjima. „Novinari su hroničari i čuvari naše svakodnevnice – bilježe i obavještavaju nas o novim pojavama i promjenama u društvenoj zajednici i svijetu u kojem živimo.“ (Bogdanić, 2014)

7.2. Izvještavanje o migrantskoj krizi: insinuacije, rasizam i ksenofobija

Medijski izvještaji u Bosni i Hercegovini o migrantskoj krizi postali su svakodnevnica bilo da je riječ o internet portalima ili izvještavanjima na televiziji. Problemi sa kojima se susreću ovi ljudi su brojni. Neprihvatanje na ulicama, diskriminacije i ali i bojaznost o napada, stvorila je krivu sliku građanima naše zemlje o migrantima.

„Migrantska i izbjeglička kriza u Bosni i Hercegovini jedna je od najaktuelnijih medijskih tema u 2018. i 2019. godini.“ U posljednja dva mjeseca medijski sadržaji su postali još brojniji, a mnogo je povoda za to: katastrofalno stanje u kampu Vučjak kod Bihaća u kojem migranti i izbjeglice nemaju ni najelementarnije uslove za život, nespремnost i nesposobnost bh. vlasti da se suoče sa migrantskom i izbjegličkom krizom koja je već duže vrijeme prisutna u našoj državi, problematične izjave zvaničnika iz Republike Srpske koje se tiču migranata i izbjeglica, zahtjevi zvaničnika Evropske unije o gašenju kampa Vučjak, ali i različite špekulacije građana da su za kriminalne radnje u njihovim lokalnim zajednicama krivi migranti i izbjeglice.

Još u toku 2018. godine, kada su u Bosni i Hercegovini počeli pristizati migranti i izbjeglice, pojedini mediji su širili mržnju prema ljudima koji su se na teritoriju Bosne i Hercegovine našli tragajući za boljim životom.

Problematična je i pretjerana upotreba naziva *migrant*, kojom kao da se želi dodatno obezličiti osoba, umanjiti njene ljudske osobine i sve te ljude koji su došli iz različitih dijelova svijeta posmatrati kao nekakvu homogenu masu bez imena, prezimena i prošlosti. „Migranti se potukli“, „Migranti opljačkali“, „Tuča migranata“ i sličnim medijskim naslovima kao da im se dodatno žele oduzeti ljudska svojstva i dostojanstvo. Takvo homogeniziranje u kojem se grupa ljudi pokušava prikazati kao masa u kojoj svi imaju iste osobine, ciljeve, itd. plodno je tlo za širenje govora mržnje, huškanja i različitih oblika generalizacije. Pojedini mediji su stalnim ponavljanjem riječi migrant, koja se uglavnom spominje u izrazito negativnom ili viktimizacijskom kontekstu, dodatno ponizili ljude koji pokušavaju izgraditi sretniji život i od njih svjesno napravili izrazite negativce, kriminalce ili ljude koje isključivo treba žaliti, jer trenutno nemaju ni najosnovnija sredstva za život. Podsjećanja radi, u 2018. godini list Dnevni avaz je prednjačio u negativnim objavama na račun migranata, optužujući ih za necivilizirano ponašanje, korištenje narkotika, traumatizovanje lokalnog stanovništva, stalne tuče i pljačkanja građana. S druge strane, veliki broj medija izbjegava korištenje termina izbjeglica čime ne uvažavaju mogućnost da osobe napuštaju svoje domove zbog straha od ugrožavanja ljudskih prava ili straha za život i sigurnost.

Istraživanje koje je sprovedeno za potrebe medijskog praktikuma „Izveštavanje o migrantima i izbjeglicama – #TačnoJeBitno“, a čija je autorka Rea Adilagić iz Udruženja BH novinari, pokazalo je da se o migrantima i izbjeglicama izvještavalo na veoma neprofesionalan način i da su se u više od polovine analiziranih tekstova migranti i izbjeglice spominjali kao opasni po bh. građane, a već u naslovima se nastojala širiti panika, dok su se u samim sadržajima autori koristili pretpostavkama i neprovjerenim informacijama. Autorka izvještaja je objave o migrantima i izbjeglicama svrstala u pet kategorija: 1. stigmatizacija migranata i izbjeglica, 2. migranti i izbjeglice kao prestupnici, 3. migranti i izbjeglice su opasni po bh. građane, 4. empatično izvještavanje u kojem su ovi ljudi predstavljeni kao žrtve i 5. senzacionalističko izvještavanje. Istraživanje je objavljeno u februaru 2019. godine, a analizirano je stotinu tekstova iz 14 medija iz cijele Bosne i Hercegovine (tri štampana medija, pet elektronskih i šest online medija).

Prisjetimo se i dva članka objavljena u maju i julu 2018. godine. U maju je tužiteljica Tužilaštva Bosne i Hercegovine Gordana Bosiljčić za Nezavisne novine izjavila da ju je u centru Sarajeva u prodavnici opljačkao migrant. Iako nije mogla potvrditi da je riječ o migrantu, jer policija nije uspjela uhvatiti počinitelja, tužiteljica je takvu tvrdnju potkrijepila opisom pljačkaša, navodeći da je tamne puti. Vijest su vrlo brzo prenijeli i drugi mediji u Bosni i Hercegovini.

Drugi tekst je objavljen u Dnevnom avazu u julu 2018. godine. Građani su obaviješteni da migranti iz

Afganistana imaju „najnoviji hobi“– lovljenje i roštiljanje divljih patki sa Une. Izvor za takvu tvrdnju su dva Bišćana koju su željeli ostati anonimni. Inače, cijeli tekst obiluje najstrašnijim huškačkim govorom, a anonimnost izvora doima se komičnim. Kao da je autor dodatno htio naglasiti koliko su migranti strašni da građani čak ne smiju ni odati svoje ime i prezime u strahu od odmazde.”¹⁶

Predrasude i diskriminacija prate procese integracije migranata i vremenom se mogu pogoršati. Prva faza imigracije pojačana je gospodarskim razvijanjem i nedostatkom radne snage za pojedine privredne i ekonomske sektore.

„Ekonomske interesne grupe tada obično vrše pritisak na političke aktere kako bi osigurali imigraciju većeg broja stranih radnika za te poslove. Pri tome obično ne postoji široka javna diskusija, niti politički akteri pripremaju domaću populaciju na dobiti i troškove imigracije. Nisu poznati kratkoročni niti dugoročni, ekonomski i politički ciljevi imigracije kao niti socijalni troškovi integracije. Primajuća populacija je uglavnom nepripremljena na fenomen useljavanja te reagira rezervirano i skeptično te pokazuje difuzan strah kako prema politici tako i prema imigrantima. Početna povučenosti i latentni strahovi domaće populacije mogu međutim eskalirati u manifestno neprijateljstvo prema strancima. Za to su u većem broju slučajeva potrebna dva uvjeta: Prvi uvjet se sastoji u kvantitativnom porastu broja migranata, što nadilazi granicu tolerancije domaće populacije. Nemoguće je međutim reći gdje je ta granica jer ona ovisi o trenutnom socijalnom raspoloženju grupe. - Postoji tendencija koju su zamijetili i sociolozi i socijalni psiholozi već na početku 20. stoljeća. Pripadnici određene grupe uvijek pokušavaju ograničiti vlastitu grupu nasuprot stranim grupama bez obzira na socijalne uvjete i ukupne međugrupne odnose. Vlastita grupa je prvenstveno socijalna konstrukcija nastala povijesnim procesima koji stvaraju razgraničavajuće religijske, rasne, etničke, kulturne i ostale kriterije, a ne prirodno dana primordijalna zajednica. Usprkos tome ljudi se osjećaju sigurniji u zatvorenoj vlastitoj grupi te pokušavaju te grupe ograničiti i zaštititi od stranih utjecaja i izazova. Svaki čovjek socijalizacijom u vlastitoj grupi razvija etnocentrističke predispozicije. - Osnovni stav svakog pojedinca unutar takvih grupa jest postavljanje vrijednosti vlastite grupe kao središte svih vrijednosti. Pojedinac tako promatra svijet kroz sistem vrijednosti vlastite grupe. Logična posljedica je tada pred-rasudna sklonost vlastitoj grupi. Svako odstupanje od vrijednosnog sistema vlastite grupe tada se vidi kao nenormalna te se odbacuje. Logična konsekvencija takvog rasuđivanja je razvitak osjećaja nadmoćnosti vlastite grupe te latentne ksenofobije (xenos: gost, stranac; fobija: strah). - Socio-biološke teorije posebno naglašavaju biološku uvjetovanost ksenofobije i etnocentrizma. Ovi autori posebno naglašavaju da su etnički konflikti univerzalni, da postoji nearbitraran izbor objekata straha, predrasuda i mržnje, kao i stabilnost odnosno rezistentnost prema pokušajima ublažavanja takvog straha, predrasuda i mržnje te da takvi

¹⁶ <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>

konflikti uvijek pokazuju visok stupanj intenziteta.“¹⁷

7.3. Istraživanje o načinima izvještavanja medija o migrantima

Migratnska kriza u Bosni i Hercegovini poslužila je medijima kao odlična podloga za propagandu, nakon koje svjedočimo objavljivanju reportaža po televiziji, člancima na portalima kao i emisijama na radiju.

„U periodu od aprila 2018. do januara 2019. o migrantima i izbjeglicama je objavljeno više hiljada priloga u bh. medijima i nijedna tema nije eksploatisaniya od ove. Pri tome pristup toj temi bio je različit od slučaja do slučaja i kako se kriza pojačavala tako se i odnos bh. medija mijenjao. Od početne empatije prerastao je je u otvoreni stigmatizam, a tekstovi objavljivani na ovu temi imali su i političke prizvuke, ukazivanje na sigurnosnu opasnost po Bosnu i Hercegovinu, humanitarnu krizu... U tom rasponu mogu se klasifikovati i tekstovi objavljeni u bh. medijima kroz koje se tretira migrantska/izbjeglička kriza. U ovoj analizi obuhvaćeni su upravo tekstovi i prilozi objavljeni u bh. medijima (printanim, TV, audio i online medijima) od aprila 2018. pa do januara 2019. godine. Njihova klasifikacija izvršena je upravo kroz način na koji je tretirana migrantska/izbjeglička kriza, a analiza obuhvata neke od najdrastičnijih primjera takvog pristupa. Analiza je pokazala da mediji iz Republike Srpske plasiraju više negativnih sadržaja o migrantima od medija iz Federacije BiH. Migranti i izbjeglice koriste se i u političkoj sferi, za širenje negativne političke propagande. „*Naseljavanje migranta u srpska sela je direktna prijetnja promjeni strukture stanovništva*“; „*On (Đorđe Radanović, sekretar Odbora za očuvanje srpske imovine u Federaciji BiH) se pita kako se, kad se traži mjesto za izbjegličko migrantski kamp, uvijek nađe neki lokalitet u srpskom selu, nadomak srpskih kuća, kod 'tolikih bošnjačkih sela i prostranstava u kantonu'*“; „*Moramo osigurati da po našim selima i gradovima ne hodaju migranti i da ne ugrožavaju naše ljude*“, rekao je predsjednik Srpske3 . Dodik je rekao da se ne smije zanemariti opasnost koju donose migranti, koje ovdje svjesno upuštaju da se nasele s ciljem da postanu dominantna nacija na ovom prostoru. 'Ovo je pitanje broj u ovom vremenu. Moramo vjerovati državi – Republici Srpskoj', poručio je Dodik.

Ubjedljiva većina medijskog sadržaja ne pravi pojmovnu razliku između migranata i izbjeglica već ova lica svrstava u jednu kategoriju nazivajući ih zajedničkim imenima – češće migrantima, međutim ima i sadržaja u kojem ih nazivaju imenom – izbjeglice. 4 Prema načinu izvještavanja o izbjeglicama i migrantima mogu se prepoznati sljedeće kategorije izvještavanja : (1) Stigmatizacija migranta i izbjeglica; (2) Migranti i izbjeglice kao prestupnici; (3) Migranti i izbjeglice kao opasnost za bh. građane; (4) Migranti i izbjeglice kao žrtve; empatično izvještavanje; (4) Senzacionalističko

¹⁷ file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija_migracija_skripte_3.pdf

izvještavanje o migrantima i izbjeglicama.“¹⁸

Stanovnici Bosne i Hercegovine uveliko su pod medijskom propagandom i migranti su predstavljeni kao osobe za koje važe negativne karakteristike.

„Dolaskom migranata i izbjeglica na teritoriju Bosne i Hercegovine počinje i medijsko izvještavanje praćeno ekstremnim neodobravanjem ove grupe. U smislu ovog istraživanja, pod stigmatizacijom migranata i izbjeglica podrazumijeva se svaki vid predstavljanja ovih lica kao negativnih i kreiranje osjećaja odbojnosti bh. građana prema migrantima i izbjeglicama. Ukupno 38% analizirnog medijskog sadržaja je negativan u odnosu na migrante i izbjeglice. Ovakav sadržaj potiče jačanje već postojećeg negativnog stava građana prema migrantima/ izbjeglicama. Iznenađujući je rezultat da najviše negativnog sadržaja o migrantima i izbjeglicama nije u medijima iz područja u kojem trenutno boravi najviše migranata – Unsko – Sanski kanton, već iz drugih medija.

Jedan od najočitijih primjera je tekst pod nazivom „Dramatično u centru Sarajeva: Migranti tuku i pljačkaju“. Vijeće za štampu je utrdilo da su u ovom tekstu prekršeni tri člana Kodeksa za štampu i online medije: član 1 – Interes javnosti; član 5 – Tačnost i fer izvještavanje, član 7 – Mogućnost odgovora. Migranti i izbjeglice okarakterisani su kao „rulja“, aludira se i na to da konstanto napadaju građane. Presenena su mišljenja građana da su migranti i izbjeglice nehigijenični, te da predstavljaju zdravstvenu opasnost i za građane Bosne i Hercegovine:

Ima ranjenih, sve je toliko prljavo, prijete epidemija i njima i nama.“; „Pokazujemo na čošak parka, nekoliko metara od šatora u kojem spava hrpe su smeća, kartonske kutije od hrane, ostaci salate... pitamo plaše li se bolesti, zašto to neko ne očisti. Pitamo i ko je bacio komade nakvašenog hljeba po cvjetnjaku..“; (komšinicu) „...ali ne razumije zašto su toliko glasni, čemu stalne svađe, zašto joj pod prozore bacaju smeće, hranu koju nisu pojeli.“.

Negativan kontekst evidentan je već u samim naslovima : „Migranti obili praznu kuću u kojoj su se opili“ ; „Migrant ukrao mobilni telefon pa ga prodao za 10 eura“; „Mještani zgroženi: Migranti im u kući ostavili drobit i perje“. Migranti i izbjeglice karakterišu se kao osobe sklone kriminalu, opasne po bh. građane, prljave, pa čak i zarazne.“ U prilogu dnevnika jednog medija novinarka izvještava da se:

“U Domu zdravlja Velika Kladuša provode se i zaštitne mjere osoblja odnosno vakcinacija protiv hepatitisa B i gripe s obzirom da su u svakodnevnom kontaktu sa migrantima i izbjeglicama.“¹⁹

¹⁸ <https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od-viktimizacije-do-demonizacije-gdje-je-istina-BHN-feb-2019.pdf>

¹⁹ <https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od-viktimizacije-do-demonizacije-gdje-je-istina-BHN-feb-2019.pdf>

7.4. Migranti i izbjeglice kao prestupnici

U 33% sadržaja migranti i izbjeglice okarakterisani su kao počinioci jednog ili više krivičnih djela. Prisjetimo se mnogih napada na građane Sarajeva u naseljima Pofalići, Grbavica, Stari Grad.

„Građanin Bihaća : Plašim se, doživio sam napade od migranta, nisam se mogao odbraniti jer imaju hladno oružje.“; „Migranti opljačkali košarkaše Čapljine“; „U protekla tri dana migranti na području USK počinili nekoliko krivičnih djela: Provaljuju, pljačkaju i opijaju se!“

„Rijetki su primjeri izvještavanja sa službenim podacima od relevantnih nadležnih institucija. Većinom se radi o potpuno nepotkrjepljenim informacijama, ili izjavama građana čiji identitet nije otkriven. Načelo presumpcije nevinosti se poštuje u samo 3% sadržaja od ukupnog broja sadržaja koji migrante i izbjeglice povezuje sa krivičnim djelima.

U priložima i tekstovima o krivičnim djelima, kako u naslovima tako i samom sadržaju, mediji svrstavaju sve migrante i izbjeglice u jednu skupinu nazivajući ih zajedničkim nazivom - **MIGRANTI**. Ne navode da su pojedinci iz grupe migranata i izbjeglica (navodno) počinili neko krivično djelo: „Velika Kladuša: Tuče migranata, provale, krađe...“; „Migranti od putnika ukrali torbicu, hranu i punjač za mobitel, pa zaustavili voz i pobjegli“; „Migranti u sarajevskom naselju Pofalići napali žensku osobu“; „Migranti sve agresivniji“ , i slično. Ovakvim izvještavanjem potiču se konzumenti medija da formiraju negativan stav prema svim migrantima i izbjeglicama, te se kreira javno mišljenje o migrantima i izbjeglicama kao prestupnicima, počiniocima krivičnih djela.

Najveći procenat analiziranog sadržaja 51%, predstavlja migrante i izbjeglice kao opasne po bh. građane. Pri tome, često se radi o čistim pretpostavka ili o nepotkrjepljenim i neobjektivnim informacijama plasiranim u medijima. Naslovi kao što su „Mještani pograničnih mjesta u strahu zbog migranata“, „Migranti mogu narušiti bezbjednost u Srpskoj“, „Situacija sa migrantima van kontrole?“ su sami po sebi panični. Mediji prezentuju sadržaj koji jača globalni društveni strah od migranata i izbjeglica: „Gdje su god koncentrisni migranti, oni prave probleme i vrše krivična djela.“ U prilogu dnevnika emitovana je izjava građana: „*Ko meni garantira da oni neće napasti na mene, na moju ženu, na moju djecu? A pogotovo pošto je u mene žena druge nacionalnosti, razumjete?*“

I emitovane izjave političara sadrže dosta slične navode: „*Građani su u panici. Velika je nesigurnost nas sviju. Dovedi smo se u situaciju da ne smijemo izaći iz kuće. Doći ćemo u situaciju da nas ljudi istjerivaju iz naših vlastitih kuća.*“

I u ovom načinu izvještavanja o migrantima i izbjeglicama stvara se generalna slika o njima kao opasnim licima. U svim naslovima nazivaju se jednim imenom – **MIGRANTI**. „Bihaćki roditelji traže pomoć policije: 'Migranti se okupljaju i slikaju djecu ispred škole!'“²⁰

²⁰ <https://safejournalists.net/wp->

7.5. Migranti i izbjeglice kao žrtve, empatično izvještavanje

Ukupno 38% analiziranog sadržaja predstavlja migrante i izbjeglice kao žrtve, te se naglašava da država Bosna i Hercegovina nije učinila dovoljno kako bi pomogla migrantima i izbjeglicama. U ovakvom načinu izvještavanja prisutna je velika doza empatičnosti. Ovakav sadržaj potiče građane Bosne i Hercegovine da sažaljevaju migrante i izbjeglice.

„Ne krive nikoga za svoje trenutno stanje, ali ga uspoređuju sa nogometnom utakmicom, u kojoj su oni lopta, a međunarodne i domaće institucije igrači koji problem izbjeglica samo prebacuju jedni drugima.“

„... osim što trpe veliku studen, trpe i nerazumijevanje stanovništva. Okruženi psima lualicama, nerijetki su trenuci da se i sami osjećaju upravo tako, jer kako kažu, ponekad i psi dobivaju bolji tretman.“

„Poneki medijski sadržaji naglašavaju da migranti i izbjeglice ne trebaju biti generalizovani ni kao žrtve ni kao negativci, te da se upravo negativnom generalizacijom loše utiče na migrante i izbjeglice koje nisu prestupnici i ne predstavljaju nikakvu opasnost za građane. „Naglasili su da su i oni ipak samo ljudi, te da ovdje nisu svojom voljom. Dok su živjeli u svojim zemljama, i oni su bili korisni članovi društva, ali ratna dejstva i teške životne okolnosti natjerali su ih da krenu za boljim sutra. Žao im je što zbog pojedinaca koji prave probleme u našem gradu i našem stanovništvu i oni bivaju deklarirani kao loši ljudi.“

U prilogu dnevnika emitovana je izjava stanovnika Velike Kladuše : „Zbog hajde recimo 20 – 30, ne znam koliko ima tih prestupnika zakona.. nedužni migranti puno ispaštaju.“

Mnogo je dramatičnih izjava u vijestima:

„Uslovi u prihvatnim centrima se predstavljaju izuzetno lošim, a vapaj migranata i izbjeglica uzaludnim.“ ; „...izbjelice koji su nas, bez obzira na težinu situacije u kojoj se nalaze, dočekali toplim osmijehom.“; „... migranti u prihvatnom centru „Miral“ kod Velike Kladuše spavaju na krevetima na sprat oko kojih su postavili deke kako bi imali minimum intimnosti.“

Još jedna struja empatičnog izvještavanja krenula je sa uključivanjem djece migranata i izbjeglica u bosnsko-hercegovačke škole. Naslovi kao što su „DJECA MIGRANTI : Hoćemo u Bosnia školu“; i priolozi koji naglašavaju nedužnost djece izbjeglica i migranata „Možda je upravo ovo nabolji način da zaborave traume i napokon počnu uživati u djetinjstvu.“ usmjereni su ka jačanju saosjećanja prema

djeci migrantima i izbjeglicama među građanima.“²¹

7.6. Stvaranje negativne slike o migrantima i izbjeglicama: kako prosječan građanin zamišlja migranta

Iako se u Bosni i Hercegovini svakodnevno dešavaju tuče, provale, požari, pljačke čini se kao da ovakve vijesti koje se tiču bh. građana i građanki ipak sadrže manju dozu prezira i degutantnijih detalja. Poznato je da je crna hronika jedna od najčitanijih rubrika u medijima i da ovakve vijesti plijene pažnju kod čitatelja, međutim čini se i da se svaki nesretni slučaj koristi kao podloga za dodatno raspirivanje netrpeljivosti prema migrantima i izbjeglicama kao o ljudima koji su necivilizovani, drugačiji, imaju drugačije običaje i nije im mjesto u Bosni i Hercegovini. To potvrđuju brojni slučajevi, od kojih izdvajam neke koji su izazvali najviše pažnje u javnom prostoru.

„Nedavno je u bh. medijima (12.11.2019.) objavljen tekst o silovanju psa u dvorištu vlasnikove kuće u Bihaću. Vijest opremljena senzacionalističkim naslovima se ubrzo proširila po regionalnim portalima (užas, uznemirujući sadržaj, smučiće vam se život, itd.), a neki mediji su u naslovu naglasili da je psa silovao migrant. Za čitatelje koji nisu išli dalje od naslova ostala je nepoznanica da za ovakvu tvrdnju nema nijednog dokaza, te da je ista vjerovatnoća da je silovatelj možda i neko od građana Bihaća. Informacija je dospjela u javnost nakon vlasnikove prijave policiji i njegove izjave da je migrant učinio pomenuto krivično djelo, a tekst je prvi objavio portal USKinfo.ba sa naznakom da je riječ o uznemirujućem sadržaju.

Objavljen je i četverominutni snimak koji je snimila nadzorna kamera koja se nalazila u dvorištu, a na početku teksta se navodi da migrantska kriza u Unsko-sanskom kantonu eskalira, i dok se pripadnici MUP-a bave prebacivanjem ilegalnih migranata u kamp Vučjak, stanovništvo mjesnih zajednica u blizini centra Bira pokušava na sve načine da se zaštiti od nasilnih upada migranata. Vlasnik navodi da mu se pas ponašao čudno, te da su on i supruga pregledali snimak sa nadzorne kamere i cijeli slučaj prijavili MUP-u i Veterinarskoj stanici Bihać. Iako je na snimku nemoguće vidjeti lice počinitelja krivičnog djela, vlasnik je dalje izjavio: „Jasno je meni da od toga nema ništa, ali hoću da prijavim neka se zna šta rade, kazao je kratko vlasnik objekta ispred kojeg se desio slučaj“

U svojoj izjavi nije čak ni upotrijebio termin migrant, mada je odmah jasno da aludira na migranta, što podsjeća na uobičajnu terminologiju i podjelu uvriježenu u bh. javnosti – mi i oni, što je ujedno i apraktno i apsurdno.

²¹ https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od_viktimizacije_do_demonizacije_gdje_je_istina_BHN_feb_2019.pdf

Članak je izazvao veliku medijsku pažnju, čemu svjedoči i gotovo 10.000 svidanja/likeova. U komentarima ispod članka ispisani su redovi huškačkih poruka, ali i međusobnih uvreda između čitatelja iz BiH raličitih nacionalnosti. Neki od komentatora su predlagali kazne za počinitelja.²²

Dio portala je u naslovu naveo da je muškarac silovao psa, ali su u sadržaju naveli da se sumnja da je to učinio migrant.

Portparol MUP-a USK Ale Šiljdedić izjavio je za Dnevni avaz da se na osnovu snimka ne može zaključiti da je riječ o migrantu, već da vlasnik sumnja da bi migrant mogao biti počinitelj ovog krivičnog djela.

Izrazito veliki broj negativnih komentara čitalaca nalaze se na svakom članku o migrantskoj krizi u Bosni i Hercegovini. Na primjer, kratka vijest objavljena na portalu Klix (20.11.2019.) o povrijeđenom migrantu koji je sa Autobuske stanice u Sarajevu prebačen na Kliniku urgentne medicine izazvala je salvu negativnih komentara. Tekst sadrži svega devet redova, navedeno je da je povrijeđeni zadobio povrede oštrim predmetom, da je prebačen u bolnicu i da policija pokušava rasvijetliti slučaj, da li je povrijeđen na stanici ili je došao sa povredama, te da li je povrijeđen nožem ili nekim drugim predmetom. Komentatori predlažu da se migranti istjeraju iz zemlje, da se pohapse, da ih treba vratiti u Srbiju iz koje su došli u Bosnu i Hercegovinu, da se skupe pare za čarter letove za Pakistan, Alžir, Tunis, Maroko i da se vrate svojim kućama, itd.

Krajem oktobra, u Dnevnom avazu je objavljena dramatična ispovijest Sarajlije koji je tvrdio da su ga u njegovom stanu napali migranti. Međutim, iz njegove izjave zaključujemo da uopšte nije vidio lica napadača, kako sam navodi u jednom dijelu svog iskaza. „Dolje ispod mene, u prizemlju živi policajac, specijalac, on je spavao, jer je došao iz dežure. Ja sam bio budan. Oni su dolje provalili vrata i pošli meni gore uz stepenice. Nisu njemu, nego pravo meni, još vide svjetlo, vide televiziju, ljudi moji, to mi nije jasno. Ja u kući bolestan, infarkt imao, tri, karcinom, sam u kući. Ja sam njih čuo kad se to desilo, mislio sam da ovaj komšija ima goste pa lupaju. Smanjio sam skroz televiziju da vidim šta je. Kad su oni zabubali na moja ulazna vrata, probali razvaliti, onda sam ja izletio. Kroz staklo sam vidio siluetu, ali tamno je pa nisam vidio ko je. Ja sam zavikao i oni su pobjegli niz stepenice, vidim ostavili su dolje, jedna im piva ispala.”²³

Primjetno je da su građani za svaki problem, napad, pokušaj razbojništva i krivična djela počeli okrivljavati migrante i izbjeglice. To nam pokazuju i ovi primjeri. :

„Među portalima koji su širili govor mržnje prema migrantima i izbjeglicama posebno se isticao portal

²² <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>

²³ <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>

Antimigrant.ba koji je objavljivao lažne informacije i imao huškačku interpretaciju. Prošli mjesec Vijeće za štampu je prihvatilo žalbu Mreže za izgradnju mira koja se žalila na tri članka objavljena na portalu Antimigrant u periodu između augusta i septembra ove godine. Pritužbe su podnijete i Instituciji ombudsmana za ljudska prava, i portalu Antimigrant od kojeg se traži uklanjanje spornih članaka, kao i izvinjenje osobama čija se ljudska prava direktno krše i cjelokupnoj bh. javnosti. Kako je navedeno ovaj portal treba da se izvini javnosti i zbog zlonamjernog poigravanja sa ratnim traumama bh. građana upotrebom određenih riječi (genocid, logori, okupatori, velikosrpski, velikohrvatski).

iz analiziranih sadržaja uočavamo da se o migrantima i izbjeglicama dalje izvještava na vrlo negativne načine, da su i dalje predstavljeni ili kao kriminalci ili u viktimizacijskom tonu, te u medijima skoro i da nema članaka u kojima je predstavljena pozitivna slika o migrantima i izbjeglicama, kao što su edukativne priče o njihovim civilizacijama i kulturama. Priče koji ukazuju na pozitivne primjere kao što su edukacije i radionice za migrante i izbjeglice ili druženje i saradnja lokalnog stanovništva sa migrantima i izbjeglicama manje su prisutne u bh. medijima, a svakako manje čitane i komentarisane. Osim hušakćkih kometarata koje ostavljaju čitatelji, primjetno je i da dio građana ne razlikuje zemlje, da o migrantima i izbjeglicama govore kao Arapima, ljudima s Bliskog istoka, a često njihove zemlje nazivaju neciviliziranim rupama, što zvuči tragikomično, posebno ako znamo koliko je migranata i izbjeglica iz Sirije, Maroka, Irana, itd. Također, primjetan je i strah od drugačijeg, što se posebno vidi kroz komentare u kojima čitatelji ističu “naše” i “njihove” običaje, ne bi li ilustrativnije ukazali na te razlike i prezir prema muškarcima koji su napustili svoje države. Čitatelji u komentarima često ističu da nemaju problem sa ženama i djecom, ali da je najveći broj vojno sposobnih muškaraca koji su mogli ratovati, ali su pobjegli, odnosno dezertirali. To nam pokazuje da dio građana i ne zna razloge zašto ljudi odlaze iz svojih zemalja i da nije svaka od tih država pogođena ratom.“²⁴

²⁴ <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>

7.7. Stanje na terenu: Policija demantuje medije

„Zapalili, napali, pretukli, opljačkali, silovali. Građani BiH trpe teror, strahuju da će pasti krv. Isključivo muškarci, moderno obučeni, ekstremisti bez dokumenata.“

Ovo su najčešći opisi ljudi u pokretu koje možemo pronaći u bh. medijima. Otkako je prije skoro tri godine postala dio balkanske rute, javnost u Bosni i Hercegovini zatrovana je mnoštvom lažnih vijesti i dezinformacija o izbjeglicama i migrantima, koje nemaju mnogo dodirnih tačaka sa stanjem na terenu. Rijetki incidenti koji se dešavaju bivaju zloupotrebjeni da bi se etiketirala cijela jedna grupa ljudi, što u konačnici rezultira sve većim nasiljem nad njima.

Predrasuda: Izbjeglance i migranti su isključivo muškarci

Stanje na terenu: Mnoštvo žena, djeca i maloljetnika u kampovima i na ulicama

„Od četiri trenutno aktivna kampa u Krajini (Borići i Lipa u Bihaću, Sedra u Cazinu i Miral u Velikoj Kladuši), dva su rezervisana isključivo za porodice. U njima su smještene žene sa svojim muževima i djecom, kao i maloljetnici koji putuju sami. Istina je da su izbjeglice i migranti većinom muškarci, ali broj žena i djece nipošto nije zanemariv. Prema podacima Međunarodne organizacije za migracije (IOM), trenutno u ova dva kampa boravi 569 osoba, uključujući, žene, djecu, njihove očeve i maloljetnike koji putuju bez pratnje. Ipak, oni se jako rijetko prikazuju u medijima iz dva razloga. Prvenstveno, potrebna je dozvola za ulazak u kampove i snimanje. Prije pandemije dozvola se lako dobijala, ali od marta ove godine to nije moguće. Takođe, kada se dobije dozvola za ulazak u kampove, potrebno je dobiti pismenu dozvolu od svake pojedinačne osobe koju želimo snimati. Neke od žena ne žele da se eksponiraju, a većina ne govori engleski. Djecu nije dozvoljeno snimati, ni unutar ni van kampova, kao što propisuju etički standardi u novinarstvu“.



Slika br. 1

Izvor: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju> Datum pristupanja 22.4.2022

Pravilo je da se žene i djeca zatečeni na ulici hitno smještaju u porodične kampove, ali ipak mnogo njih možemo zateći na ulicama. Tokom septembra ove godine prostor oko autobuske stanice u Banjaluci bio je pun porodica sa djecom, kao i prostor oko kampa Miral u Velikoj Kladuši. Jednog oca sa troje male djece smo pronašli u šumi između RS i FBiH, gdje ga je odvela policija i ostavila na takozvanoj „ničijoj zemlji“.

„Samo želim da dođem do Evrope i pronađem adekvatno liječenje za svog sina“, kazao nam je pokazujući urođenu anomaliju na dječakovoj glavi.

Istovremeno, na punktu u mjestu Velečevo nedaleko od Ključa, koji funkcioniše u sklopu lokalnog Crvenog krsta, najčešće borave porodice sa malom djecom. Na Facebook profilu Crvenog Krsta se redovno objavljuju informacije o ženama i djeci koji borave na punktu. Prilikom naše posjete krajem septembra tu je bilo smješteno nekoliko porodica sa malom djecom i bebama. Svi su jedva govorili engleski i komunikacija sa njima nije bila moguća.

U Tuzli se žene i djeca smještaju u kuću koju je nekoliko organizacija zakupilo samo za te potrebe i kako bi ih odmah po dolasku u taj grad sklonili sa ulice. Što se tiče muškaraca koji putuju sami, većina njih kaže da „probijaju put“ za svoje porodice, koje su ostale u zemljama iz kojih potiču. Nakon što stignu do Evrope, pomoći će im da legalno dođu i započnu novi život.

Predrasuda: To nisu izbjeglice, već ilegalni migranti

Stanje na terenu: Izbjeglica je mnogo, a nijedan čovjek ne može biti ilegalan

Prema podacima Službe za poslove sa strancima Bosne i Hercegovine, tokom posljednje dvije godine u Bosnu i Hercegovinu je ušlo ukupno 60.237 izbjeglica i migranata. Ako govorimo o izbjeglicama koje bježe od rata, to su osobe koje dolaze iz Avganistana (8.792 osobe), Sirije (5.290 osoba), Iraka (5.054 osobe), Libije (972 osobe) i Palestine (743 osoba).

“Otišao sam jer je postalo previše opasno za život. Talibani su jednog dana došli u moju kuću i rekli da moram ratovati za njih. Otac je rekao da moram otići, jer je naše selo jako ugroženo, puno je talibana. Moja porodica je i dalje tamo, otac je star i ne može putovati. Imam petoricu braće, dvojica su u nacionalnoj vojsci, jedan je trenutno u Turskoj, a dvojica su jako mladi. Na put sam pošao zajedno sa jednim bratom, ali je on ostao u Turskoj jer nismo imali dovoljno novca za zajedničko putovanje. Odlučili smo da ja dođem ovdje i pokušam se probiti do neke evropske zemlje, a onda da njemu pomognem da mi se pridruži”, ispričao je mladić iz Avganistana kojeg smo upoznali u Tuzli sredinom januara.

Ljudi iz Pakistana (19.559 osobe), Irana (5.008 osoba), Bangladeša (3.194 osobe), Maroka (2.953 osobe), Alžira (2.357 osoba), Egipta (1.064 osobe) i Indije (869 osoba) migriraju iz ekonomskih razloga, zbog straha od ugrožavanja ljudskih prava ili straha za život i sigurnost. Pakistan je izrazito

siromašna zemlja u kojoj jedna trećina stanovnika živi ispod granice siromaštva. Ljudska prava i slobode su vrlo ograničeni, a prema izvještaju organizacije Human Rights Watch čak 20 miliona djece ne ide u školu.

„Nema posla, nema hrane“, kaže većina Pakistanaca kada ih upitate zašto su napustili svoj dom.



Slika br.2

Izvor: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju> Datum pristupanja 22.04.2022

Predrasuda: Ne posjeduju dokumente i nije ih moguće identifikovati

Stanje na terenu: Pitajte ih i pokažite vam ih

„Tačno je da dio izbjeglica i migranata nema dokumente, ali je isto tako tačno da ih ostali imaju. Dva muškarca u julu ove godine pokazala su nam svoje pasoše u Velikoj Kladuši, kako bi nas uvjerali da dolaze iz Tunisa. U januaru ove godine na željezničkoj stanici u Banjaluci upoznali smo trojicu Tunižana koji su takođe sa sobom imali pasoše. Ispričali su da su za novogodišnje praznike legalno došli u Srbiju, a zatim ilegalno prešli u Bosnu i Hercegovinu.

Muškarac iz Kašmira nam je poslao fotografiju svog pasoša uz molbu da mu pomognemo u dobijanju azila. Muškarac iz Maroka je nakon nekoliko mjeseci provedenih u Bosni i Hercegovini shvatio da je pogriješio i da nikada nije trebao krenuti na ovaj put. Zahvaljujući pasošu koji je sve vrijeme imao uz sebe, bez problema se vratio kući. Novinar iz Maroka nam je u Tuzli pokazao svoj pasoš, press akreditaciju i još nekoliko dokumenata kako bi dokazao svoj identitet.“



Slika br.3

Izvor: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju> Datum pristupanja 22.04.2022

„Kako kažu volonteri sa terena, ali i sami ljudi u pokretu, izbjeglice i migranti gube dokumente prilikom transporta, oni im budu ukradeni ili čak uništeni od strane policije. Nekoliko desetina izbjeglica i migranata kazalo nam je da su im policajci u Hrvatskoj pocijepali ili zapalili pasoše.

„Sa svojim pasošem ne mogu legalno doći do Italije, kada bih ga pokazao na granici oduzeli bi mi ga ili spalili. Nemam ga uz sebe, ali imam skeniranu verziju“, kaže Isam iz Tunisa.

Da je identifikacija izbjeglica i migranata moguća pokazalo je nedavno ubistvo u Bihaću, kada su se sukobile dvije grupe i ubijena su dva muškarca. Nakon nekoliko dana, ubice su identifikovane i pronađene u Sarajevu. .“

Predrasuda: Pale kuće u kojima borave

Stanje na terenu: Kuće izgore slučajno ili ih zapale lokalni stanovnici

„Kuće u kojima izbjeglice i migranti borave su ili napuštene/devastirane ili vlasnici ne žive u njima. Nekada im sami vlasnici dozvole da borave u njima. Ukoliko dođe do požara, to se većinom dešava slučajno jer se ljudi u pokretu pokušavaju ugrijati ložeći vatre unutar samih kuća, pa se one otmu kontroli. Dešava se i da zaspu uz vatru pa u požaru budu i sami povrijeđeni, a kuća uništena. Takođe, dešava se i da lokalno stanovništvo iz mržnje prema ljudima u pokretu pali kuće u kojima borave. Nedavno se jedan takav slučaj desio u Vmograču pored Velike Kladuše, u kući koju je vlasnik prepustio četvorici migranata iz Maroka i Alžira na privremeno korištenje. Kako tvrde i migranti i mještani, danima su u ovu kuću dolazili lokalni nasilnici, te tukli ljude u pokretu i na njih potezali oružje. Jedne noći su došli sa kanisterom benzina.“



Slika br.4.

Izvor: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju> Datum pristupanja 22.04.2022

Predrasuda: Nose skupu odjeću i imaju dobre telefone

Stanje na terenu: Imaju ono što dobiju u Bosni i Hercegovini

Migranti i izbjeglice u Bosni i Hercegovini većinom imaju samo ono što dobiju od lokalnog stanovništva, nevladinih organizacija i volontera. Iz „igre“ (nezakoniti prelazak granice) oni se u Bosnu i Hercegovinu vraćaju bez ičega, te tvrde da su im telefone, novac, vreće za spavanje, pa čak i obuću, oduzeli policajci u Hrvatskoj. Nekada se vraćaju čak potpuno goli.

„Ide grupica njih, potpuno golih! Jasnici su bili prebijeni, oduzeli su im sve, čak i odjeću, pa su se takvi vratili kroz šume u Bosnu i Hercegovinu. Onda su im lokalci dali šta su mogli“, kazao nam je početkom oktobra mladić iz mjesta Polje u okolini Velike Kladuše, gdje je smješten kamp „Miral“.

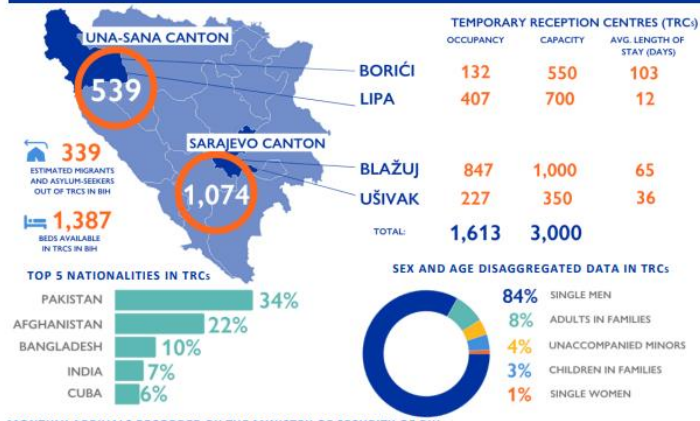
Telefon je svakom čovjeku u pokretu jako bitan, jer je to jedini način da se čuje sa svojom porodicom, ali i jedini način da putuje kroz šume i preko planina (aplikacija Google Maps). U Facebook grupama za pomoć izbjeglicama i migrantima u Bosni i Hercegovini povremeno možete pronaći apele za doniranje telefona ljudima u pokretu koji su ostali bez njih.



Slika br.5.

Izvor: <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju> Datum pristupanja 22.04.2022

IOM UN MIGRATION
BOSNIA AND HERZEGOVINA MIGRATION RESPONSE SITUATION REPORT
 25 APRIL-01 MAY 2022



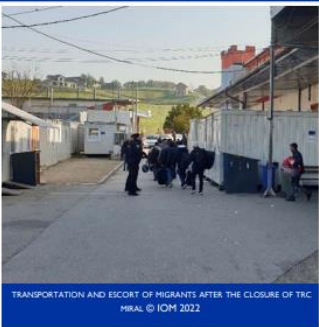
MONTHLY ARRIVALS RECORDED BY THE MINISTRY OF SECURITY OF BIH

	JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER	TOTAL
2017	77	66	37	5	22	11	29	60	52	105	76	215	755
2018	237	479	598	1,801	2,242	2,295	2,489	2,293	3,710	5,057	1,931	935	24,067
2019	732	1,117	1,721	2,631	2,463	2,096	4,465	2,913	4,537	3,326	1,925	1,110	29,116
2020	882	2,001	1,540	112	512	1,722	2,194	2,418	1,809	1,057	1,064	529	16,130
2021	670	773	1,269	1,271	1,937	1,855	2,236	1,362	1,591	1,547	704	525	15,740
2022	429	578	907	1,951									3,865

SITUATION OVERVIEW

On 28 April, following the decision by the Ministry of Security of BiH, TRC Miral in Velika Kladuša was closed and 154 migrants who were accommodated at the center were transferred to TRC Lipa. Transportation was organized and provided by the Service for Foreigners' Affairs (SFA) and IOM, while medical escorts were provided by DRC. Upon the SFA's request, prior to the transfer, on 26 April, the IOM Mental Health and Psychosocial Support and Protection (MH-PPS) team assessed migrants for vulnerabilities within TRC Miral and closely coordinated with partner agencies on the creation of a list of the most vulnerable groups of migrants, who were then relocated from TRC Miral to TRC Lipa. IOM also supported the SFA in informing and transporting migrants and provided a vulnerability screening of 102 migrants during the registration process in TRC Lipa, ensuring that all necessary services were provided.

On 30 April, within the framework of IOM's social cohesion initiatives, IOM organized different activities for migrants staying in TRC Ušivak and the local population in Donji Hačbići. The activities also involved children from Donji Hačbići generously lending their bicycles to their peers from TRC Ušivak.



Slika br.6.
 Izvor: IOM Bosnia and Herzegovina

COORDINATION & MANAGEMENT

The relocation of families and unaccompanied and separated children (UASCs) from TRC Lipa to TRC Borčić took place on 27 April through coordination among the SFA, IOM, UNICEF, CWS and the Bihac Social Welfare Centre, following the decision to relocate made by the Ministry of Security. TRC Borčić was identified as the main centre for accommodation of vulnerable categories, including people travelling in families as well as unaccompanied minors. In total, 25 family members and 28 UASCs were relocated from TRC Lipa to TRC Borčić. IOM's CCCM Coordinator in TRC Borčić held several meetings with partner organizations and representatives of local institutions to agree on a transition process and enable the provision of all relevant services to newly arrived migrants. Family members were accommodated with the general population in the main building of TRC Borčić while UASCs were accommodated in new accommodation units/containers located on the plateau behind the center. All of them received welcome packages, including bedding, hygiene products and other non-food items (NFI). They were also introduced to the TRC Borčić house rules.

In TRC Biały and TRC Uševak, a delegation of representatives to the Parliamentary Assembly of BiH visited and met with the CCCM Coordinators and SFA representatives to review migration management systems. CCCM coordinators presented the standard procedures and services in the Centre provided by IOM, as well as by partner organizations.

PROTECTION, PARTICIPATION & ACCOUNTABILITY

In TRC Biały, on 28 April, the IOM Protection team held a first protection coordination meeting with partner organizations responsible for protection related activities. The Protection framework and basic guidelines were shared by IOM Protection and MI-PSS staff. Afterwards, suggestions and existing cases were discussed, and further steps were agreed upon.

A set of creative workshops was held in the social corner of TRC Biały on 26 and 28 April. The workshops were implemented by the partner association Sarna from Sarajevo. Numerous social games were held with beneficiaries in the green zone (designated part of the centre for UASC) aimed at improving communication and relationships, exploring issues of different cultures, countries and communities, celebrating diversity in the creative space, encouraging participants to gain confidence and talk in front of a group, promoting dialogue and observation, and exchanging and taking responsibility.

In TRC Lipa, for the celebration of Eid al-Fitr, IOM and the SFA organized Eid prayers for the migrants with the assistance of Bihac Islamic Community Majlis which assigned a local Imam for the prayer. The interaction with the local community was appreciated by migrant participants.

of persons referred to partner organizations: 29



EID PRAYERS WITH LOCAL IMAM IN TRC LIPA ©IOM 2022



DELEGATION OF REPRESENTATIVES TO THE PARLIAMENTARY ASSEMBLY OF BIH VISIT TRC BIALY ©IOM 2022

SHELTER, WATER, SANITATION & HYGIENE (WASH)

IOM's maintenance and cleaning team inspects all TRC installations daily, with two cleanings per day, weekly disinfection, disinfection, and decontamination (DDD) measures, and regular repairs on shelters and sanitary installations.

During the reporting period, 38 persons used the Mother and Baby Washing Unit (MBWU) services, including 17 mothers and 21 children.

of persons sheltered: 1,613

persons assisted by the IOM MBWU: 38

of persons assisted with laundry services: 598

FOOD & NON-FOOD ITEMS (NFI)

In all TRCs, IOM conducted its regular food and NFI distribution activities with partner organizations such as the Red Cross and Pomozba, with 20,524 meals and NFI items distributed during the reporting period.

IOM tracks individual nutrition needs with support of medical personnel and provides adapted menus when medically prescribed.

of meals distributed: 16,653

of NFIs distributed: 11,017

ASSISTANCE OUTSIDE OF RECEPTION FACILITIES

The IOM Outreach team is present in locations outside of TRCs to increase access to information and services, with the aim to reduce the number of migrants camping or squatting in abandoned buildings. The IOM Outreach team screens for vulnerabilities, provides emergency assistance, and transports migrants to TRCs upon request.

During the reporting period, the IOM Outreach team organized 410 information sessions, 6 psychological first aid (PFA) sessions, 43 transportation services for 150 migrants, and distribution of 479 food items and 590 non-food items. A total of 115 migrants accepted accommodation in TRCs and were transported by IOM, including 74 persons to TRC Lipa, 32 to TRC Borčić, 5 to TRC Uševak and 4 to TRC Biały.

of persons transported to TRCs: 150

of information sessions: 410

Slika br.7

Izvor: IOM Bosnia and Herzegovina

The power of sport

With organizational support from IOM and through social cohesion activities intended to bridge the gap between local populations and migrants, female migrants accommodated in TRC Borio regularly participate in volleyball training with women and girls from the local community. It is a great opportunity for everyone to learn something new, enhance their skills, share knowledge, and get to know each other better. Through volleyball – with every back set, block, shot, decoy, hit, and even with every foul – team spirit rises. There is laughter, positive vibes, and friendships developed through teamwork and trust. Through play and competition, success and failure, new friendships are forged while everyone enjoys themselves.

Currently, girls in families account for approximately 2 per cent, single adult women account for approximately 1.7 per cent, and adult women in families account for approximately 5 per cent of the total migrant population accommodated in BiH.



RETURN & ALTERNATIVE SOLUTIONS

IOM's Return and Reintegration team provides administrative, logistical and financial support, including reintegration assistance, to migrants who decide to return to their country of origin. During the reporting week, IOM provided information on assisted voluntary return and reintegration (AVRR) to 32 migrants in BiH, including nine in TRCs and 23 in off-site locations. A total of 68 in-depth counselling sessions were held to ensure that beneficiaries are well informed and aware of the assistance they can receive pre-departure, during travel and in the post-arrival period. In the reporting period, there were no assisted voluntary returns. In TRC Ušvak, on April 29, the AVRR team held information sessions for 12 UASC beneficiaries in the presence of their legal guardians. The purpose of this event was to inform minors about the benefits and possibilities of voluntary return to countries of origin as well to inform them about key details and the duration of the AVRR process for UASCs.

Assisted Voluntary Returns since 2018: **1,238**

Assisted Voluntary Returns in 2022: **43**

SAFETY & SECURITY

No major incidents were registered in TRCs. Violations of house rules were the most common reported security issues during the week.

MAIN GAPS

Additional support to the migration response in BiH is needed. The top priority remains funding for food and non-food items for migrants living in TRCs and those sleeping outside of TRCs. Funding is also needed for critical repairs and the running costs of TRCs. IOM and its partners are exploring ways to complement funding to ensure preparedness and response to emergencies.

Capacity-building remains a priority to progress towards the overarching goal of ensuring state ownership of the emergency response.

Slika br. 8.

Izvor: IOM Bosnia and Herzegovina

Predrasuda: Ostavljaju smeće iza sebe

Stanje na terenu: Znatno manje od građana Bosne i Hercegovine

“Tačno je da na mjestima na kojima borave izbjeglice i migranti ima dosta smeća. Isto tako je tačno da su ta mjesta jako uredna ukoliko u blizini postoje kante ili kontejneri za smeće. Tako smo na autobuskoj stanici u Tuzli prisustvovali čišćenju stanice od strane izbjeglica i migranata. Na „ničijoj zemlji“ između RS-a i FBiH ljudi u pokretu su nas pitali imamo li uz sebe vreće za smeće, kako bi počistili prostor na kome se nalaze. U šumi u kojoj živi oko 400 muškaraca iz Bangladeša ne možete pronaći smeće, osim onog unutar vreća koje su zavezane oko drveća.

Istovremeno, ako skrenemo u prigradska naselja bilo gdje u Bosni i Hercegovini, u koja ne zalaze ljudi u pokretu, vidimo namještaj, kućanske aparate i gomilu drugog otpada bačenog u rijeke.”

Predrasuda: Nasilni su i teroristi lokalno stanovništvo

Stanje na terenu: Policija demantuje medije

Prema istraživanju koje je sproveo portal Raskrinkavanje.ba, tokom posljednje 2,5 godine u bh. medijskom prostoru ljudi u pokretu su bili najviše pogođeni lažnim vijestima i dezinformacijama. Ova grupa ljudi se najčešće prikazuje kao nasilna i radikalna.

Članak koji je obilježio 'zaokret' u medijskom izvještavanju o migrantima objavljen je u maju 2018. u Avazu i u njemu se, nasuprot policijskim izvještajima, tvrdilo da 'Migranti pljačkaju i tuku u centru Sarajeva'. Broj dezinformacija o migrantima i izbjeglicama je od tog trenutka počeo rasti, a pravu 'ekspanziju' je doživio nakon koncentriranja najvećeg broja migranata i izbjeglica u Unsko-sanskom kantonu, to jest u pograničnim dijelovima iz kojih je sa vremenom postajalo sve teže izaći i preći granicu sa Hrvatskom. Do kulminacije ovog dezinformacijskog narativa je došlo 2019. godine kada se, između ostalog, na bh. online sceni pojavio i portal 'Antimigrant' koji je već svojim nazivom, a uveliko i sadržajem, jasno i otvoreno poručivao da je svrha njegovog postojanja raspirivanje mržnje prema izbjeglicama i migrantima. Do tog trenutka, slični su se sadržaji 'ustalili' i na društvenim mrežama, gdje se uglavnom objavljuju na anonimnim stranicama, navedeno je u istraživanju.

Kako se navodi iz MUP-a USK, tokom 2019. godine u tom kantonu je počinjeno 1.693 krivičnih djela, od čega su za 205 okrivljeni ljudi u pokretu. Čak 165 tih djela odnosi se na krađe i provale, zatim slijede nanošenje tjelesnih povreda i paljevine. Kada govorimo o teškim krivičnim djelima, desila su su četiri ubistva unutar migrantske populacije.

Tokom 2018. godine, od 1.406 krivičnih djela počinjenih u USK, za njih 77 se smatra da su ih počinili izbjeglice i migranti. Polovina njih su krađe i provale. Zabilježena su dva silovanja, jedno unutar migrantske populacije i jedno silovanje djevojke.”

“Takođe su registrovana tri pokušaja ubistva i jedno ubistvo, podaci su MUP-a USK.

Da je slična situacija i u kantonu Sarajevo objavljuje portal Žurnal, pozivajući se na zvanične podatke MUP-a KS. Oni navode da su od januara do septembra ove godine u kantonu Sarajevo počinjena 3.433 krivična djela, od čega su samo 88 djela počinile izbjeglice i migranti. Među njih spadaju dva ubistva, četiri pokušaja ubistva, pet teških i tri lakše tjelesne povrede, kao i jedna bludna radnja. Ostalo su većinom krađe i razbojništva.

Mujo Žalić živi u blizini kampa „Miral“ u Velikoj Kladaši. Nedaleko od njegove kuće nalazi se i nekoliko većih skvotova u kojima borave ljudi u pokretu. Ističe da sa njima nikada nije imao problema. Ako se nešto i desi, to su, kako kaže, sitnice.

„Pokupi neki obuću ili odjeću sa štrika, neki dan je uzeo peškir. Rekao sam mu da to ne radi, da ću mu dati kad zatraži. On plače... Sram ga je što to radi, a ja bih mu dao ionako. Razumijem ih, pa pogledajte kakvi hodaju po kiši“, kazao nam je Žalić početkom marta ove godine.

Njegov komšija smatra da je situacija generalno jako loša, niko nije spreman, ni institucije ni NVO sektor ni građani, prihvatiti ljude u humanim okolnostima. Ističe da je jedan od ključnih problema nemogućnost uspostavljanja komunikacije jer većina lokalnog stanovništva ne govori engleski jezik. On je u svojoj kući ugostio nekoliko muškaraca u pokretu.

„Ljudi su u problemima, ne treba svakog osuditi da je lopov. Barem ja mislim da nisu. Pustio sam ih da tu budu neko vrijeme. Živim sam i žao mi je da imam praznu sobu a oni da kisnu. Kao čovjek sam izašao u susret“, priča on.

Nekolicina njegovih sugrađana je početkom oktobra protestovala ispred kampa Miral, tražeći njegovo zatvaranje i protjerivanje ljudi u pokretu. Okupljeni građani nisu željeli kontakt sa novinarima. Oni koji su pristali da nezvanično razgovaraju nisu mogli reći nijedno lično negativno iskustvo sa izbjeglicama i migrantima, već su prepričavali događaje koje su vidjeli u medijima ili čuli od drugih ljudi. Samo je jedna gospođa kazala da joj izbjeglice i migranti krađu drva ispred kuće, pa je svoj posjed zaštitila ogradom.

Ipak, senzacionalni natpisi koji većinom nastaju bez odlaska na teren i kopiranjem informacija sa drugih medija, u velikoj mjeri utiču na formiranje mišljenja kod lokalnog stanovništva. To se desilo i sa volonterima portala eTrafika.net, koji su o ljudima u pokretu dobijali informacije isključivo putem medija, koji opet jedni od drugih kopiraju i prenose lažne vijesti i dezinformacije. Želeći da testiraju svoje stavove i sami se uvjere u položaj ljudi u pokretu, ali i njihove osobine, zajedno sa novinarima eTrafike obišli su veliki broj kampova i skvotova u Bosni i Hercegovini. Nakon odlaska na teren i sticanja ličnog iskustva, svi su odbacili predrasude koje su im nametnuli upravo mediji. ²⁵

²⁵ <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju>

VIII. INTERPRETACIJA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

8.1. Analiza ankete

Anketni upitnik sproveden kao instrument u cilju izrade magistarskog rada pod nazivom "Medijska slika o migrantima na putu kroz Bosnu i Hercegovinu ", a služio je za ispitivanje informisanja stanovništva u Kantonu Sarajevo o migrantima i način na koji su interpretirani u medijima.

Analizirani su lokalni mediji u Kantonu Sarajevo te sadržaji koji se objavljuju vezano za migrante i u kojoj mjeri ispunjavaju svoju društvenu ulogu lokalnih javnih oglašivača. Istraživanje je pokazalo koje medije prate građani, da li komentarišu vijesti vezano za migrante, da li medijsko okruženje pomaže pri kreiranju javnog mišljenja o ovoj skupini ljudi te da li su suodgovorni za za lošu percepciju migranata i njihov status u Bosni i Hercegovini.

Generalna hipoteza koja je postavljena glasila je „Mediji pogrešno prikazuju stanje o migrantima i imaju utjecaj na promjenu svijesti kod ljudi”, djelimično je dokazana.

Anketa je sprovedena 20. Aprila i trajala je 7 dana, a za to vrijeme 158 ispitanika je uspješno odgovorila na anketu.

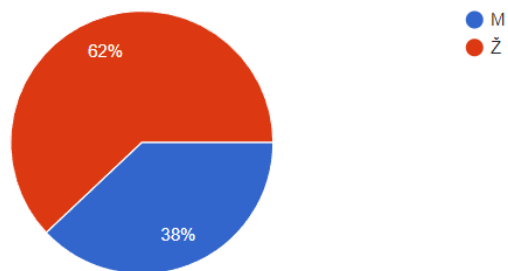
1. Spol?

- M
- Ž

Na pitanje o spolu možemo kazati da je 98. ispitanika odnosno 62,% pripadnice ženske populacije, a 60 ispitanika 38 pripadnici muške populacije.

Spol

158 responses



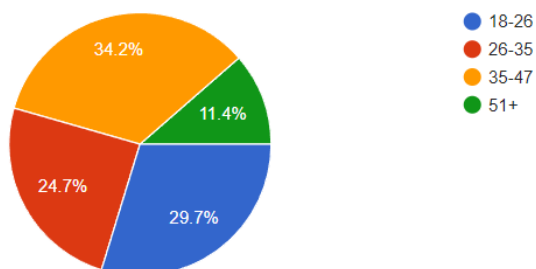
2. Dob?

- 18 – 26
- 26 – 35
- 35 – 47
- 51 +

Najviše ispitanika njih 54 nadprosječne je dobi između 35-47 godina procentualno 34,2%

Dob?

158 responses



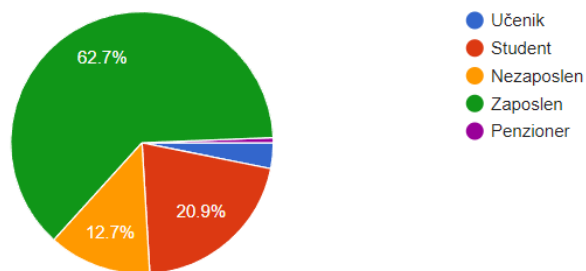
3. Radni status?

- Učenik
- Student
- Zaposlen
- Nezaposlen
- Penzioner

Radni status ispitanika dao nam je odgovor da je njih 99 zaposleno odnosno procentualno 62,7%.

Radni status?

158 responses



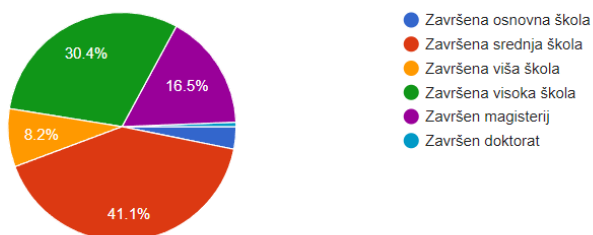
4. Moj nivo obrazovanja?

- Završena osnovna škola
- Završena srednja škola
- Završena viša škola
- Završena visoka škola
- Završen magisterij
- Završen doktorat

Ispitanici koji imaju završenu srednju školu njih 65 odnosno procentualno 41,1% prednjače.

Moj nivo obrazovanja?

158 responses

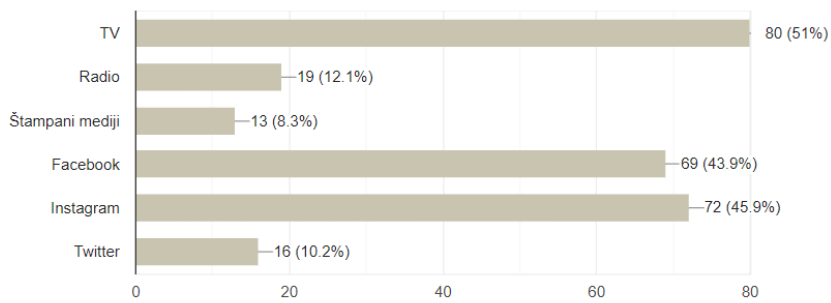


5. Koje vrste medija najviše pratite?

Najviše ispitanika prati TV 80, zatim društvenu mrežu Instagram 72.

Koje vrste medija najviše pratite?

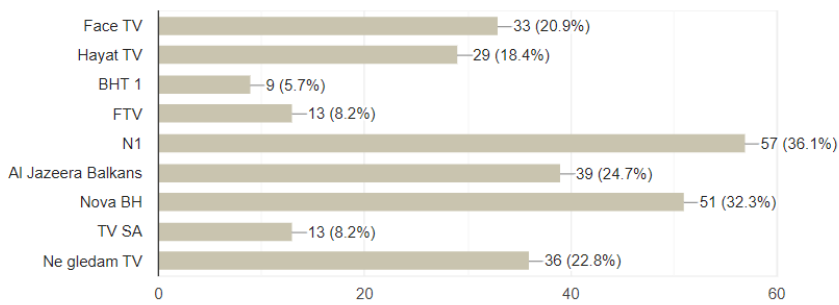
157 responses



6. Koje TV kanale pratite?

Koje Tv kanale pratite?

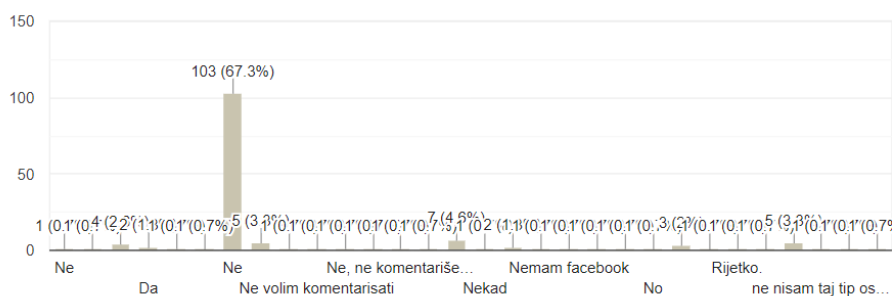
158 responses



7. Da li sadržaj vezan za stanje migranata u određenim člancima pojedinih medija, volite komentarisati na društvenoj mreži Facebook?

Da li sadržaj vezan za stanje migranata u određenim člancima pojedinih medija, volite komentarisati na društvenoj mreži Facebook?

153 responses



8. Koji po Vama od navedenih kanala relevantno izvještavaju o stanju migranata u Bosni i Hercegovini?

Na ovo pitanje odgovorilo je 146. ispitanika, a njih 27% smatra da je Al Jazeera Balkans mediji koji relevantno izvještava o stanju migranata u Bosni i Hercegovini.

RTL	1%
AL JAZEERA BALKANS	33%
HAYAT	7%
FACE TV	4%
N1	16%
TVSA	4%
FTV	9%
BHT1	5%
NOVA BH	4%
NE ZNAM	3%
NIJEDAN	9%
NE PRATIM	5%

9. Da li smatrate da medijsko okruženje kreira mišljenje o migrantima ne samo na području Kantona Sarajevo, već i na teritoriji cijele Bosne i Hercegovine?

Na ovo pitanje odgovorilo je 149. ispitanika, a 70 % njih smatra da medijsko okruženje kreira mišljenje o migrantima na teritoriji cijele Bosne i Hercegovine.

DA	70%
NE	20%
MOŽDA	3%
PODRUČJE CIJELE BOSNE I HERCEGOVINE	2%
VEĆINSKI KANTON SARAJEVO	5%

10. Da li su mediji suodgovorni za lošu percepciju migranata kao i njihov status u BiH?

Mediji su suodgovorni za lošu percepciju migranata i njihov status u BiH, a na ovo pitanje je odgovorilo 148 ispitanika, odnosno 60 % njih.

DA	60%
NE	20%
MOŽDA	13%
DJELIMIČNO	7%

11. Da li migranti predstavljaju opasnost po lokalno stanovništvo?

Na ovo pitanje odgovorilo je 151 ispitanika, a njih 50 % slaže se sa pitanjem da migranti predstavljaju opasnost po lokalno stanovništvo.

DA	50%
NE	30%
ZAVISI	15%
DJELIMIČNO	5%

12. Imate li lično iskustvo s migrantima?

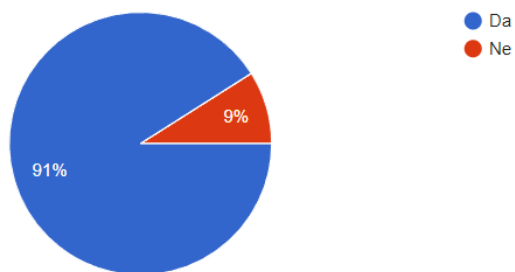
Podijeljeno je mišljenje vezano za ovo pitanje, gdje je od 151 ispitanika podjednako odgovorilo sa Da i Ne.

DA	40%
NE	40%
SAMO SA ONIMA KOJI TRAŽE POMOĆ	20%

13. Smatrate li da bi trebali imati humanije uslove za život na prostoru BiH?

Smatrate li da bi trebali imati humanije uslove za život na prostoru BiH?

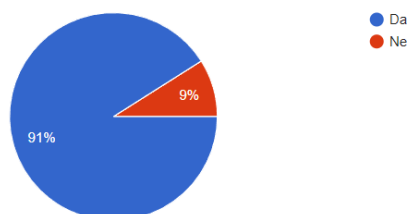
156 responses



14. Da li je dozvoljeni boravak migranata u BiH kompenzacija za izliv lokalnog stanovništva u zemlje Zapadne Europe?

Smatrate li da bi trebali imati humanije uslove za život na prostoru BiH?

156 responses



Zaključak na kraju ankete možemo kazati da ispitanici najviše prate Televiziju kao sredstvo informisanja, da u velikom broju ne komentarišu članke na društvenoj mreži Facebook vezane za migrante kao i da smatraju da mediji kreiraju javno mišljenje građana plasirajući informacije o migrantskoj situaciji u Bosni i Hercegovini.

Dodatno, možemo zaključiti da su mediji okarakterisani kao glavni alat za širenje dezinformacija o migrantima u Bosni i Hercegovini te da predstavljaju opasnost po građane.

Pomoćna hipoteza 1 : Medijsko okruženje i sami mediji djeluju na kreiranje mišljenja ljudi o migrantima.

Na osnovu dobivenih odgovora, njih procentualno 94% možemo kazati da je pomoćna hipoteza 1 djelimično prihvaćena.

Pomoćna hipoteza 2: Mediji su trenutno najodgovorniji za stanje migranata u BiH.

Na osnovu dobivenih odgovora, njih procentualno 90%, možemo kazati da je pomoćna hipoteza 2 djelimično prihvaćena.

IX. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Glavna tema ovoga rada jest Medijska slika migrantima na putu kroz Bosnu i Hercegovinu. Na samome početku, definirani su pojmovi poput „migracija“ i „migranta“, ali i ustanovljene ključne razlike u poimanju sličnih pojmova poput „izbjeglica“ i „azilanata“. Pored pojmova „migracija i migrant“, definirali smo pojam medija, njihove funkcije te nove medije.

Na osnovu analize rezultata istraživanja nameće se zaključak da mediji u Bosni i Hercegovini u većini slučajeva kreiraju mišljenje građana i na takav način stvarajući predrasude kreiraju sliku o migrantima, pretežno negativnu. Internetski portali objavljujući članke na direktan način pomažu u stvaranju slike ali i općenito migrantskoj krizi u Bosnu i Hercegovinu. Analizirane su tematike koje su upirujući prstom u medije kao glavnim kreatorom puštanja informacija o migrantima, odnosno migrantskoj krizi, stvorena je jasna negativna slika, kao i prvenstveno mnogo predrasuda.

Televizija i Internet imaju veliki uticaj kao sredstva masovne komunikacije. Uloga medija postaje sve značajnija jer osim prenošenja sadržaja određene vrste do recipijenata, kako bi se informisali, zabavili ili pak kako bi ih se zainteresiralo određenim reklamama, mediji oblikuju javnost i javno mnijenje.

Dolazak izbjeglica i migranata iz zemalja Srednjeg Istoka i sjeverne Afrike na područje Bosne i Hercegovine izazvao je neslućenu pažnju bh. medija i različite, često neodmjerene i senzacionalističke izjave bh. zvaničnika. Izbjeglice i migranti su u javnosti predstavljeni u veoma negativnom svjetlu, uz korištenje naziva koji ne odgovaraju međunarodnim standardima tretiranja i javnog predstavljanja osoba koje se u određenom trenutku nađu na teritoriji druge države usljed ratnih dejstava ili ekonomskih razloga. Jedan broj medija, a i značajan broj bh. zvaničnika su, izvještavajući i govoreći o izbjeglicama i migrantima koristili neprimjeren jezik, diskriminaciju i ksenofobiju, čak su pribjegavali širenju straha od njih među lokalnim stanovništvom. Možemo reći da iako medijske objave na temu migranata odnosno migrantske krize u Bosni i Hercegovini prate pretežito negativni sadržaji. Analizirajući medijske objave da se primjetiti da kod određenog dijela bosanskohercegovačke populacije postoji negativna percepcija prema izbjeglicama i migrantima koji dolaze s područja Bliskog istoka, pri čemu su pojedine podgrupe (etnički, rasno ili statusno definirane) često predmetom izraženih društvenih stereotipa i predrasuda (npr. tražitelji azila, muslimani...).

X. LITERATURA

Knjige

1. Anić, G. (2000). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Novi Liber.
2. Biti, V. (1997). *ojmovnik suvremene književne teorije*. Zagreb: Matica hrvatska.
3. Bogdanić, A. (2014). *Novinarstvo: jedan pristup analizi odgovornosti u. Znakovi i poruke*.
4. Bojd, E. (2002). *Novinarstvo u elektronskim medijima*. Beograd: Clio.
5. Calens, B., Meuleman, B., & Valentova, M. (2015). *Perceived Threat, Contact and Attitudes Towards the Integration of Immigrants*. Luxembourg: Luxembourg Institute of Socio-Economic Research.
6. Crae, R. R., & Jr., P. C. (1987). *Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers*. Journal of Personality.
7. Čelebić, J. (2008). *Medijski spektakl: povlaštena mjesta medijske kulture*. Osijek: Zima.
8. Čengić, F. F. (2009). *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo.
9. De Berg, H. (2007). *Istraživačko novinarstvo*. Beograd: Clio.
10. Dulčić, D. (2014). *Masovni mediji i postmoderno društvo*. Zagreb.
11. files, T. m. (2016). The human and financial cost of 15 years of Fortress Europe. *Themigrantfiles.com*.
12. Friganović, M. (1989). *Migracije kao konstanta geopratora*. Zagreb: Acta Geographica.
13. Grbo, A. (2009). *Medij i demokritizacija društva*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
14. Grill, S., & Boniecki, A. (2002). *The role of threats in the racial attitudes of Blacks and Whites*. Bulletin: Personality and Social Psychology.
15. Hagedorn R., L. S. (1973). *An Introduction into Sociological Orientations*. New York.
16. Hagedorn Robert/Labovitz, S. (1973). *An Introduction into Sociological Orientations*. New York.
17. Hagedorn, R. (1973). *An Introduction into Sociological Orientations*. New York.
18. Herman, E. (2004). *Globalni mediji*. Beograd: Clio.
19. Jakubowicz, K. (2006). *Post-Communist Media Development*. Prag: Europäische Politik | Politikinformation Osteuropa.
20. Klemmensen, P. T. (2016). *Attitudes toward immigration: The role of personal predispositions*. Maribo: Political Psychology.
21. Luhan, M. M. (2008). *Razumijevanje medija- mediji kao covjekovi proizvedeci*. Zagreb: Golden.
22. Malović, A. (2007). *Medij i društvo*. Zagreb: ICEJ.
23. Malović, A. (2007). *Medij i društvo*. Zagreb: ICEJ.

24. Malović, A. (2007). *Medij i društvo*. Zagreb: ICEJ.
25. Marić, T. (2003). *Medijska politika od indoeuropskog pranakroda do Ujedinjenih naroda*. Mostar: Ziral.
26. Marić, T. (2003). *Medijska politika od indoeuropskog pranakroda do Ujedinjenih naroda*. Zagreb.
27. Marić, Tihomir. (2003). *Medijska politika od indoeuropskog pranakroda do Ujedinjenih naroda*. Mostar: Ziral.
28. Martinić, T. (1994). *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija*. Opatija: Benja.
29. Marx, K. E. (2013). *Attitudes toward unauthorized immigrants, authorized immigrants, and refugees*. Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology .
30. McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija- mediji kao covjekovi proizvedeci*. Zagreb: Golden.
31. Merton, R. K. (1957). *Social Theory and Social Structure*. II: Glencoe.
32. Miletić, M. R.–M. (2006). *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad: Stilos.
33. Mladen, F. (1989). *Migracije kao konstanta geoprostora*. Zagreb: Acta Geographica Croatica.
34. Mučalo, M. (2010). *Radio: medij neiskorištenog povjerenja*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
35. Nadrljanski, Đ. N. (2007). *Osnove informatike*. Split: Filozofski fakultet sveučilišta u Splitu.
36. Pavlović M., .. L. (2013). *Umjetnost spektakla kao druga realnost*. In media Res.
37. Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*. Mostar: Zrinski.
38. Postman, N. (1986). *Amusing Ourselves to Death*. New York: Penguin Books.
39. Potter, J. (2008). *Medijska pismenost*. Beograd: Multimedia CLIO.
40. Robert, H. (1973). *An Introduction into Sociological Orientations*. New York .
41. Rotar, N. Z. (2005). *Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaj i medijski utjecaji*. Sarajevo: Media Centar .
42. Routar, N. Z. (2005). *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Media centar.
43. Rozenstil, B. K.–T. (2006). *Elementi novinarstva*. Podgorica: CID.
44. Sapunar, M. (2000). *Radio u 21. stoljeću*. Polit: Misao.
45. Schmidt, E., & Cohen, J. (2004). *Novo digitalno doba: nove tehnologije mijenjaju ljude, države, ali i kako ćemo živjeti i poslovati*. Zagreb: Profil.
46. Senaldi, M. (2007). *Teleestetika, Između televizije i umjetnosti*. Vizuelna konstrukcija.
47. Sibley, C., & Duckitt, J. (2008). *Personality and Prejudice: A MetaAnalysis and Theoretical Review*. . Personality and Social Psychology.
48. Torlak, N. (2013). *Novi mediji – nova pravila i nova recepcija kulture i umjetnosti*. Beograd: In media res.
49. Tucaković, Š. (2004). *Leksikon mas-medija*. Sarajevo: Prospiritet d.d.
50. Tuerow, J. (2012). *Mediji danas – Uvod u masovne komunikacije*. Beograd: Multimedia Clio.

51. Veljanovski, R. (2005). *Javni RTV servis u službi građana*. Beograd: Clio.
52. Vertovšek, N. (2013). *Umjetnost medijske manipulacije – ljepota iluzije jest u umu promatrača*. In media res .
53. Vladimir Anić – Ivo Goldstein. (2000). *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: Novi Liber.
54. Zagorac-Keršer, Š. R.-M.-A. (2005). *Novinarstvo*. Beograd: Clio.

Internet

1. <https://bih.iom.int/sites/default/files/Reporting%20on%20Refugees%20BHS%20print.pdf> ,
2. <https://digitalizuj.me/2020/07/prep-razl-vrsta-med-sadrzaja/>
3. <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/>
4. <https://edukacija.rs/poslovne-vestine/marketing/vrste-i-karakteristike-medija>
5. <https://elektronickeknjige.com/>
6. <https://equestris.hr/odnosi-s-medijima/vrste-medija-i-kako-im-pristupiti/>
7. <https://www.statista.com/topics/1330/radio/>
8. <https://www.nyfa.edu/student-resources/online-radio-and-millennials/>
9. <http://www.velocityguide.com/Internet-history/arpa-darpa.htm>
10. [file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija migracija skripte 3.pdf](file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija%20migracija%20skripte%203.pdf)
11. [file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija migracija skripte 3.pdf](file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija%20migracija%20skripte%203.pdf)
12. <https://ba.n1info.com/vijesti/a380566-n1-u-hotelu-sedra/>
13. <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/kratki-vodic-za-novinare-nadleznosti-izvori-i-terminologija-o-izbjeglicama-i>
14. <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>

15. file:///C:/Users/Alen/Downloads/sociologija_migracija_skripte_3.pdf
16. https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od_viktimizacije_do_demonizacije_gdje_je_istina_BHN_feb_2019.pdf
17. https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od_viktimizacije_do_demonizacije_gdje_je_istina_BHN_feb_2019.pdf
18. https://safejournalists.net/wp-content/uploads/2019/02/od_viktimizacije_do_demonizacije_gdje_je_istina_BHN_feb_2019.pdf
19. <https://www.media.ba/bs/magazin/izvjestavanje-o-migrantskoj-i-izbjeglickoj-krizi-u-bih-insinuacije-rasizam-i-ksenofobija>
20. <https://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/predrasude-o-izbjeglicama-i-migrantima-stanje-na-terenu-i-policija-demantuju>

XII. IZJAVA O PLAGIJARIZMU

 	Obrazac AR
UNIVERZITET U SARAJEVU – FAKULTET POLITIČKIH NAUKA IZJAVA o autentičnosti radova	Stranica 82 od 83

Naziv odsjeka i/ili katedre: Komunikologija/žurnalistika
Predmet: Medijska kultura

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Alen Inajetović
Naslov rada: Medijsko okruženje u BiH i slika o migrantima
Vrsta rada: Završni magistarski rad
Broj stranica: 60-80

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

Potpis

IZJAVA O PLAGIJARIZMU

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

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

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

Mjesto/datum _____

Potpis
