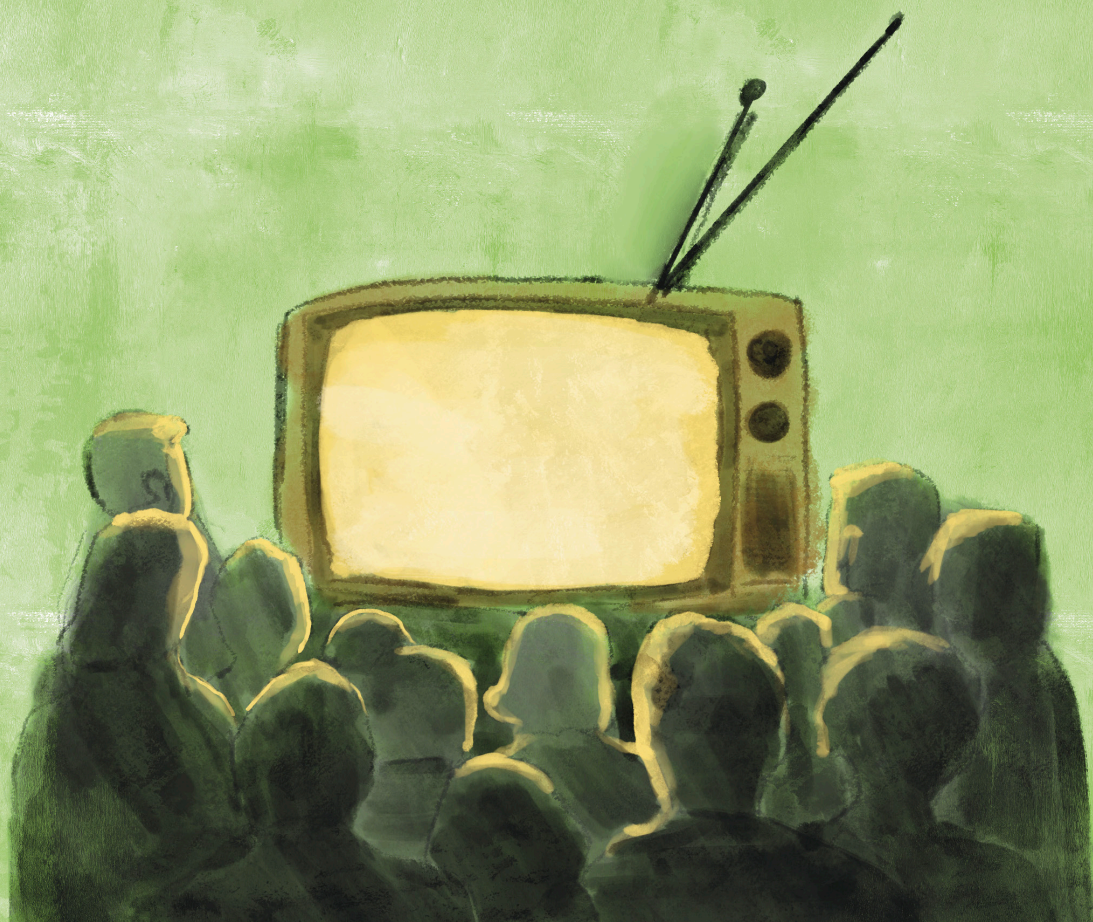


# Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini

Zbornik radova

Anida Dudić-Sijamija, Sanela Šadić, ur.





**Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini**

**Zbornik radova**

Anida Dudić-Sijamija, Sanela Šadić, ur.

## ***Naslov***

Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini - zbornik radova

## ***Izdavač***

Fakultet političkih nauka Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo

## ***Za izdavača***

prof.dr. Sead Turčalo

## ***Urednici***

doc.dr. Anida Dudić-Sijamija, prof.dr. Sanela Šadić

## ***Recenzenti***

prof. dr. Amer Džihana

doc. dr. Nusreta Salić

## ***DTP***

Mahir Sijamija, MA

## ***Ilustracije***

Mahir Sijamija, MA

## ***Lektura i korektura***

doc. dr. Lamija Silajdžić

## ***Štampa***

Štamparija Fojnica d.d.

## ***Tiraž***

60

-----  
Publikacija je objavljen uz podršku Federalnog ministarstva rada i socijalne politike.

---

ISBN 978-9926-475-82-6

CIP zapis dostupan u COBISS sistemu Nacionalne i univerzitetske biblioteke BiH pod

ID brojem 62496262

**Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini**

**Zbornik radova**

Anida Dudić-Sijamija, Sanela Šadić, ur.

Fakultet političkih nauka

Sarajevo, 2024. godine



## Sadržaj

Uvodna riječ .....	8
Anida Dudić-Sijamija i Sanela Šadić	
<i>Socijalni rad u javnom diskursu u Bosni i Hercegovini- analiza medijske percepcije</i> .....	10
Marina Milić i Gordana Berc	
<i>Mediji i društvo iz kuta socijalnog rada u Republici Hrvatskoj</i> .....	20
Lamija Silajdžić	
<i>Uloga profesionalnog medijskog izvještavanja u oblikovanju percepcije profesije</i> .....	26
Amela Delić Aščić	
<i>Konstruktivno izvještavanje o profesiji socijalnih radnika: kako doprinijeti diskusiji o relevantnim temama</i> .....	34
Enita Čustović	
<i>Kako profesionalno novinarstvo može unaprijediti izvještavanje o socijalnim temama u Bosni i Hercegovini</i> .....	48
Biografije autorica .....	60
Recenzije .....	66

# **Uvodna riječ**



Naučna konferencija sa međunarodnim učešćem na temu „*Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini*“ održana je 6. decembra 2024. godine na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu i predstavlja prvu konferenciju u Bosni i Hercegovini na kojoj su teoretičari i stručnjaci iz prakse sistematično analizirali potencijale i izazove medijskog predstavljanja profesije socijalnog rada.

Organizacioni odbor činile su: doc.dr. Anida Dudić-Sijamija, Odsjek za socijalni rad Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (predsjednica), prof.dr. Sanela Šadić, Odsjek za socijalni rad Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (član), doc.dr. Lamija Silajdžić, Odsjek za komunikologiju/žurnalistiku Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (član), prof.dr. Gordana Berc, Studijski centar socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (član) i prof.dr. Marina Milić, Studijski centar socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (član).

Konferencija je postavila ambiciozne ciljeve, uključujući edukaciju i osvještavanje javnosti i medija o ulozi socijalnih radnika, njihovim funkcijama i doprinosu društvu, uz poseban fokus na borbu protiv stigmatizacije profesije smanjenjem predrasuda i stereotipa koji su često povezani sa socijalnim radom. Pored toga, promovirani su pozitivni primjeri uspješnih intervencija socijalnih radnika u zajednici kako bi se povećala svijest o njihovom značaju, a posebna pažnja posvećena je razmatranju etičkih izazova u radu socijalnih radnika, čime se potiče odgovorno medijsko izvještavanje koje poštuje privatnost korisnika usluga.

Također, istaknuta je potreba za kvalitetnijom saradnjom između medija i socijalnih radnika, čime bi se osiguralo profesionalno izvještavanje o profesiji, a dodatno je diskutovano o unapređenju profesionalnih standarda kroz kontinuiranu edukaciju i podršku socijalnim radnicima kako bi se poboljšao njihov položaj u javnom diskursu.

Zahvaljujući ovim nastojanjima, Konferencija je doprinijela boljem razumijevanju uloge socijalnih radnika u društvu, promicanju pozitivne slike socijalnih radnika kao ključnih aktera u rješavanju društvenih problema, te olakšavanju međusobne komunikacije i razumijevanja između medija i socijalnih radnika, što je ključno za kreiranje objektivnije i pozitivnije percepcije profesije socijalnog rada u javnosti.

Nadamo se da će radovi predstavljeni u ovoj publikaciji inspirisati dalji rad i doprinijeti jačanju profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini.

Zahvaljujemo se autorima radova, kao i Federalnom ministarstvu rada i socijalne politike za podršku organizaciji pomenute Konferencije i objavi Zbornika radova.

*Urednice*

# **Socijalni rad u javnom diskursu u Bosni i Hercegovini - analiza medijske percepcije**

Doc. dr. Anida Dudić-Sijamija, [anida.dudic@fpn.unsa.ba](mailto:anida.dudic@fpn.unsa.ba);

Prof.dr. Sanela Šadić, [sanela.sadic@fpn.unsa.ba](mailto:sanela.sadic@fpn.unsa.ba)

Odsjek za socijalni rad, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu



## Uvod

Socijalni radnici u bosanskohercegovačkom društvu često se susreću sa posljedicama raznih kriza, tranzicija i transformacija koje oblikuju društvo. Uprkos znanju, vještinama i kompetencijama, suočavaju se sa ograničenim mogućnostima djelovanja, a podrška od strane institucija često je nedostatna. Jedan od ključnih izazova predstavlja neinformisanost, predrasude i stereotipi o socijalnom radu. Na ovaj način socijalni radnici kao stručnjaci su izloženi nerazumijevanju, koje vodi ka čestim neutemeljenim kritikama, ali i profesionalnom neuvažavanju.

Kriza u kojoj se nalazi profesija socijalnog rada uslovljena je brojnim faktorima koji utječu na kvalitet i razvoj profesije. Istraživanja Šerić i Dudić (2018 i 2019) pokazala su da socijalni radnici u Bosni i Hercegovini subjektivno smatraju da nemaju ravnopravan položaj sa ostalim stručnjacima, zbog čega se osjećaju marginalizirano i podcijenjeno. Također, problem nesigurnosti socijalnih radnika i socijalnih radnica u Bosni i Hercegovini u posljednje vrijeme je izraženiji, a ovaj problem je produbljen činjenicom da se ne vodi nikakva službena evidencija o napadima, jer ovi profesionalci nemaju status službenog lica. Time napadi na socijalne radnike i socijalne radnice (p)ostaju tek brojka u statistici, vijest u medijima i problem o kojem se godinama šuti (Dudić, 2020). Tako je u mjesecu julu 2019. godine javnost bila šokirana viješću da je u susjednoj Hrvatskoj u centru za socijalni rad ubijena socijalna radnica, a njen kolega pravnik teško ranjen. Počinitelj ubistva bio je korisnik centra za socijalni rad. Nakon ovog tragičnog događaja, mediji su dugo o njemu izvještavali. Ono što je važno naglasiti jeste da su mediji na različite načine izvještavali o samom zločinu i njegovim okolnostima, što je povećalo šok kod publike, a pojedini mediji su prešli granicu objavljujući privatne informacije o žrtvi. Dakle, primjetno je da su pojedini mediji o ovom događaju izvještavali senzacionalistički.

Ovaj tragični događaj je trebao dovesti do kritika sistema socijalne zaštite, postavljanja pitanja o sigurnosti socijalnih radnika te učinkovitosti i podršci koju dobivaju od strane institucija, međutim u stvarnosti je izazvano nezadovoljstvo i frustracija prema socijalnim radnicima (Dudić, 2020). Ovo najbolje potkrepljuju komentari u medijskom prostoru o prethodno navedenom tragičnom događaju, gdje je mišljenje javnosti bilo podijeljeno: dok su jedni smatrali da je sistem zakazao, drugi su osuđivali socijalne radnike i socijalne radnice za nestručnost.

Štaviše, nezadovoljni korisnici podržavali su tragični čin i prenosili poruke mržnje prema socijalnim radnicima i socijalnim radnicama koji štite najranjivije članove društva. Samo neki od komentara javnosti u medijskom prostoru su: *Lagao bih kad bih rekao da mi je žao, Ubojica treba biti proglašen ponosom Hrvatske, Ubojici skidam kapu, Socijalni radnici bi ovo trebali shvatiti kao upozorenje, Dobili su što su zaslužili, itd.*

Predrasude o socijalnom radu se odnose na društvenu ulogu i prirodu, ali najviše su izražene u poimanju funkcije socijalnog rada. Bez obzira da li su imali iskustvo ili ne, većina građana ima određenu (često negativnu) sliku o tipičnom socijalnom radniku. Istraživanja su pokazala da na mišljenje javnosti o tome ko su socijalni radnici i šta je njihov primarni zadatak najveći utjecaj imaju *mediji* (Šerić i Dudić, 2018).

## **Izazovi u medijskoj percepciji profesije socijalnog rada**

Medijska percepcija socijalnog rada u Bosni i Hercegovini često je pod utjecajem senzacionalističkog izvještavanja, zbog čega Jugović (2020) ističe kako mediji često prelaze granicu između informiranja javnosti i podržavanja stereotipa o profesiji. Ovakva praksa vodi ka kreiranju iskrivljene slike o socijalnim radnicima, koja postaje vidljivija u slučajevima kada socijalni radnici nisu u mogućnosti da odgovore javnosti zbog profesionalnih obaveza čuvanja povjerljivosti podataka o korisnicima. U izvještavanju o pojedinačnim (često tragičnim) događajima u kojima su socijalni radnici uključeni, mediji su skloni dramatizaciji, prikazujući profesiju kao neefikasnu i nedovoljno odgovornu, čime dodatno povećavaju nepovjerenje javnosti.

Analizirajući medijske članke koje govore o socijalnoj problematici ili položaju socijalnih radnika, najčešće se uočavaju tri narativa. Prvi (najčešće zastupljen) narativ odnosi se na neadekvatno postupanje socijalnih radnika u radu sa korisnicima, pa su vrlo često prikazani u negativnom svjetlu, kao birokrati koji ograničavaju slobodu ili kao nesposobni stručnjaci.

Pojedini mediji često izvještavaju o kontroverznim slučajevima poput zanemarivanja djece ili zlostavljanja u porodici, koji mogu imati dramatičan efekat na javnost, ne prikazujući širu sliku rada socijalnih radnika ili kompleksnost

njihovih poslova. Također, pojedini mediji izvještavaju o izoliranim slučajevima u kojima su socijalni radnici navodno pogriješili ili nisu uspjeli zaštititi svoje klijente. Takvi slučajevi se mogu pretjerano dramtizirati ili izvući iz konteksta, što može dovesti do negativnih percepcija o cjelokupnoj profesiji (Grubić, 2021).

Analizirajući medijske članke o profesiji socijalnog rada, uočava se da često nedostaje balans u izvještavanju, odnosno ne ističu se pozitivne priče ili uspjesi socijalnih radnika. Fokusiranje isključivo na negativne aspekte može stvoriti nerazmjernu percepciju o radu socijalnih radnika i njihovom doprinosu društvu. Sve navedeno govori da je potrebno dublje analizirati i diskutovati o načinima medijskog izvještavanja o profesiji socijalnog rada i socijalnim radnicima kao stručnjacima.

Uprkos negativnoj medijskoj slici profesije, socijalnim radnicima je iznimno važno da informacije budu dostupne javnosti i građanima, kako bi se promovirale vrijednosti koje profesija zagovara. Međutim, u Bosni i Hercegovini, socijalni radnici još nemaju razvijene mehanizme za uspostavljanje odnosa s javnošću i saradnju s medijima. Središnji problem leži u nedostatku komunikacije između profesije socijalnog rada i medija, što rezultira nedostatkom razumijevanja među njima i lošom reprezentacijom socijalnog rada u medijima. Socijalni radnici često nisu upućeni ili nemaju ovlasti davati izjave o postupcima koji traju poštujući privatnost korisnika usluga, dok novinari često nisu upoznati sa procedurama, što u konačnici može izazvati nerazumijevanje. Stoga, jedan loš slučaj ili izvještavanje na negativan način, može imati moć da naruši mnoge pozitivne priče iz struke.

Negativna slika socijalnog rada u javnosti ima ozbiljne posljedice, uključujući sumnju građana u socijalne radnike, smanjenje javne i političke podrške aktivnostima socijalnog rada, demoralizaciju samih socijalnih radnika, te smanjenje privlačnosti profesije socijalnog rada za buduće socijalne radnike (Dudić, 2020). Može se zaključiti da u javnom diskursu socijalni rad, ni u političkom, niti u ekonomskom kontekstu, nije atraktivan, profitabilan i rentabilan, što može utjecati i na interes samih medija za socijalni rad. Stoga, u medijskim nastupima su potrebne kampanje u kojima će se sa pozitivnim stavom govoriti o socijalnom radu i socijalnim radnicima.

Kreiranje pozitivne slike profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini zahtijeva veći angažman i samih socijalnih radnika i bolju saradnju s medijima, kako ne bi prenosili samo negativne ili senzacionalističke vijesti, već i one dobre koje pokazuju kako se problemi ipak mogu riješiti.

Pozitivnim medijskim izvještavanjem o aktivnostima socijalnih radnika stvaraju se veće šanse za kreiranje pozitivne percepcije javnosti o profesiji socijalnog rada, koja će omogućiti socijalnim radnicima da lakše i bolje podstiču, zastupaju, zagovaraju i promovišu artikulisane potrebe članova lokalne zajednice u kojoj djeluju. Navedeno je u skladu sa *Međunarodnim etičkim standardima za socijalne radnike* koje je kreiralo Međunarodno udruženju socijalnih radnika (IFSW), a gdje se pod standarde u odnosu na profesiju ubraja: (1) Čuvati vrijednosti, etička načela, znanja i metodologiju profesije i pridonositi njihovom razjašnjavanju i poboljšavanju. (2) Održavati profesionalne standarde prakse i raditi na njihovom unapređivanju. (3) Braniti profesiju od nepravednih kritika i raditi na ojačavanju uvjerenja o potrebi profesionalne prakse. (4) Konstruktivno kritizirati profesiju, njezine teorije, metode i praksu. (5) Ohrabrivati nove pristupe i metodologiju potrebnu za ispunjavanje novih i postojećih potreba.

## **Medijsko izvještavanje o profesiji socijalnog rada u razvijenim društvima**

U zemljama poput SAD, UK, Kanade i Švedske, profesija socijalnog rada ima značajno drugačiji status u javnom prostoru i medijima u odnosu na Bosnu i Hercegovinu. Ove zemlje razvile su specifične mehanizme za poboljšanje javne percepcije socijalnog rada, kao i profesionalna udruženja koja rade na predstavljanju profesije na pozitivan način. Kao što navode Chen i Berg (2019), u UK socijalni radnici koriste digitalne platforme kako bi dijelili pozitivne priče i promovirali uspješne primjere iz prakse. Takva transparentnost omogućava direktan kontakt s javnošću i veću kontrolu nad narativom o socijalnom radu, čime se suzbija senzacionalističko izvještavanje. U Švedskoj, na primjer, postoji visok nivo podrške socijalnim radnicima kroz zakonski okvir i profesionalne standarde, koji uključuju pravila o zastupanju profesije i osiguravaju da socijalni radnici budu tretirani s poštovanjem u medijima (O'Reilly, 2017; Berg & Svendsen, 2018).

Socijalni radnici su u velikoj mjeri prepoznati kao ključni nosioci socijalne stabilnosti, a njihove aktivnosti se prezentiraju u javnim kampanjama koje financiraju vladine institucije.

Prema istraživanju Ekberga (2020), pozitivna percepcija socijalnog rada u Švedskoj rezultat je bliske saradnje između socijalnih radnika i medijskih profesionalaca, gdje je uspostavljena obostrana edukacija o profesionalnim vrijednostima i etici, što doprinosi pozitivnom i objektivnom izvještavanju. U SAD-u, profesionalna udruženja pružaju edukativne resurse novinarima i široj javnosti, organizujući kampanje i događaje u cilju podizanja svijesti o značaju socijalnog rada i prikazivanju socijalnih radnika kao značajnih članova društva (NASW, 2018). Takve inicijative omogućavaju socijalnim radnicima da budu vidljivi, ali i zaštićeni od senzacionalizma i neutemeljenih optužbi koje bi mogle negativno utjecati na njihov rad. Istraživanje Smith i Hall (2021) ispitujući percepciju socijalnog rada u američkim medijima, pokazalo je da su kampanje NASW dovele do porasta pozitivne percepcije javnosti o socijalnim radnicima za 20% tokom posljednje decenije.

S druge strane, u Kanadi se percepcija socijalnog rada u velikoj mjeri temelji na aktivnom uključivanju socijalnih radnika u formiranje politika i direktnoj komunikaciji s javnošću. Kanadska udruga socijalnih radnika (CASW) promovira angažman socijalnih radnika u raspravama o socijalnim problemima putem javnih okruglih stolova i kampanja koje su usmjerene na edukaciju o njihovom radu i doprinosu društvu. CASW također podržava specijalizirane obuke za socijalne radnike o tome kako komunicirati s medijima, što uključuje tehnike za pozitivno predstavljanje profesije i prenošenje složenosti izazova s kojima se suočavaju. Prema istraživanju CASW-a (2019), ove aktivnosti znatno poboljšavaju sliku socijalnog rada u javnosti, što vodi do veće podrške političkih lidera i pozitivnije percepcije socijalnog rada u javnom diskursu.

Ovi primjeri pokazuju da transparentna i organizirana komunikacija između socijalnih radnika i medija, kao i aktivno angažovanje profesionalnih udruženja, može značajno poboljšati percepciju profesije, kako bi se omogućila bolja zaštita profesionalnog integriteta i poboljšala slika socijalnog rada u javnosti.

## **Strategije za poboljšanje odnosa profesije socijalnog rada i medija**

Poboljšanje medijske slike profesije socijalnog rada zahtijeva zajednički rad svih aktera – vlade, nevladinih organizacija, stručnjaka, profesionalnih udruženja i korisnika usluga. Kroz usklađene napore i strategije, moguće je stvoriti pozitivnu sliku koja će doprinijeti boljem razumijevanju profesije socijalnog rada u javnom diskursu. S tim u vezi, IFSW (2022) posebno ističe angažman socijalnih radnika navodeći da moraju biti proaktivniji u uključivanju u javne rasprave i komunikaciju s medijima kako bi se efikasno predstavili javnosti. Ostali istraživači sugeriraju da bi organizacije socijalnih radnika trebale koristiti društvene mreže kako bi stvorile interaktivnu komunikaciju s građanima. Na primjer, Berg i Svendsen (2018) predlažu angažovanje komunikacijskih stručnjaka unutar ustanova socijalne zaštite, koji bi razvili strategije za promociju pozitivnih priča iz prakse. Također, organizacija kampanja za promociju socijalnog rada, koja bi uključivala socijalne radnike, korisnike i ključne članove zajednice, mogla bi pomoći u ublažavanju postojećih predrasuda i poboljšanju percepcije profesije u javnosti.

Na osnovu dostupnih podataka iz literature, možemo zaključiti da se strategija za poboljšanje medijske slike profesije socijalnog rada treba temeljiti na uključivanju: (1) Vladinih i državnih institucija kroz kampanje, javne izjave, izvještaje i druge oblike komunikacije. (2) Nevladinih organizacija u promociji pozitivnih projekata iz oblasti socijalnog rada. (3) Stručnjaka i istraživača koji mogu aktivno učestvovati u javnim debatama kako bi osigurali da se tačne informacije o socijalnom radu šire kroz medije. (4) Profesionalnih udruženja socijalnih radnika koji mogu organizovati javne kampanje koje će educirati javnost o ulozi socijalnih radnika i njihovim doprinosima zajednici. (6) I na kraju, uključivanju korisnika usluga koji imaju najznačajniju ulogu u oblikovanju percepcije profesije socijalnog rada. Naime, aktivno uključivanje korisnika u promociju socijalnog rada, kao i podsticanje da dijele svoje pozitivne priče, može pomoći u stvaranju boljeg razumjevanja profesije.



Na osnovu navedenih primjera dobre prakse može se kreirati strategija za unapređenje medijske slike profesije socijalnog rada u BiH:

<b>Strategija</b>	<b>Akteri</b>	<b>Aktivnosti</b>	<b>Ciljevi</b>	<b>Primjeri</b>
Angažman socijalnih radnika u medijima	Socijalni radnici	Aktivno sudjelovanje u javnim raspravama, upotreba digitalnog prostora	Poboljšanje javne percepcije, smanjenje senzacionalizma, transparentnost	UK: Korištenje društvenih mreža za dijeljenje pozitivnih priča (Chen & Berg, 2019)
Podrška kroz zakonske okvire i profesionalne standarde	Vlada, profesionalna udruženja, akademska zajednica	Implementacija zakona i etičkih standarda	Zakonodavna zaštita, veće poštovanje profesije u društvu	Švedska: Zakonodavna podrška i medijska regulacija (O'Reilly, 2017; Berg & Svendsen, 2018)
Edukacija novinara i medijskih profesionalaca	Profesionalna udruženja, novinari, akademska zajednica	Pružanje edukativnih resursa i obuka za novinare o etici i profesionalnim vrijednostima socijalnog rada	Objektivno izvještavanje, smanjenje medijskih stereotipa	SAD: Obuke za novinare i organizacija javnih kampanja (NASW, 2018)
Kampanje i promocija kroz društvene mreže	Stručnjaci, organizacije socijalnih radnika, akademska zajednica	Kreiranje interaktivnih kampanja i pozitivnih priča na društvenim mrežama	Veća vidljivost profesije, smanjenje negativne percepcije	Kanada: Javne kampanje i edukacije (CASW, 2019)
Rad s nevladinim organizacijama	Nevladine organizacije	Saradnja u promoviranju pozitivnih projekata i inicijativa u socijalnom radu	Jačanje društvene podrške, smanjenje predrasuda	
Angažman korisnika usluga	Korisnici usluga	Podsticanje korisnika da dijele pozitivne priče putem različitih kanala komuniciranja	Iskustva korisnika kao argumenti za pozitivan imidž profesije	

Tabela 1: Strategija za za poboljšanje medijske slike profesije socijalnog rada

## Zaključak

Podaci ukazuju na ključne izazove s kojima se socijalni radnici suočavaju u društvenom i profesionalnom kontekstu, uključujući negativnu percepciju koja se često stvara kroz senzacionalističko izvještavanje u medijima. Medijska izvještavanja koja se fokusiraju na kontroverzne, često tragične slučajeve, bez šireg konteksta ili balansiranja s pozitivnim pričama o radu socijalnih radnika, dovode do narušavanja ugleda profesije. Iz tih razloga, postoji jasna potreba za razvojem strategija za poboljšanje medijske slike profesije socijalnog rada.

U Bosni i Hercegovini, socijalni radnici trebaju aktivnije komunicirati s medijima, educirati novinare o specifičnostima profesije i koristiti digitalno okruženje kako bi osigurali širenje tačnih i pozitivnih informacija o svom radu. Također, profesionalna udruženja i nevladine organizacije trebaju imati važnu ulogu u organiziranju kampanja koje promoviraju uspjehe i doprinose pozitivnoj percepciji socijalnog rada. Pored toga, važno je uključiti i korisnike usluga, koji mogu biti ključni faktor u oblikovanju percepcije socijalnog rada. Aktivno uključivanje korisnika u promociju profesije i dijeljenje njihovih pozitivnih iskustava putem medija može pomoći u izgradnji dubljeg povjerenja i razumijevanja u društvu.

Kroz proaktivnu komunikaciju i saradnju svih aktera – od socijalnih radnika, preko medija, do korisnika usluga – moguće je kreirati društvenu atmosferu koja prepoznaje i vrednuje doprinos socijalnih radnika.

## Korištena i preporučena literatura

1. Berg, L., & Svendsen, L. (2018). Professional Identity and Public Perception: Challenges in Social Work. *Journal of Social Work Practice*, 32(3), 255-269.
2. Canadian Association of Social Workers (CASW). (2019). *Public Awareness and Media Communication in Social Work: A Canadian Perspective*. Ottawa: CASW Publications.
3. Chen, H., & Berg, M. (2019). Social Work and Media: A Study of Public Image and Professional Influence in the United Kingdom. *Social Work Journal*, 12(2), 105-120.
4. Dudić, A. (2020). (Ne)sigurnost socijalnih radnica na radnom mjestu u Bosni i Hercegovini. *Društvene i humanističke studije*. Vol. 5, Br. 2, str. 361-380
5. Ekberg, T. (2020). The Role of Media in Shaping Public Perception of Social Workers in Sweden. *Scandinavian Journal of Social Work*, 25(1), 90-107.
6. Grubić, D. (2021). Zašto djeca nisu oduzeta na vrijeme?«: Analiza medijskih izvještaja o socijalnim radnicima povodom medijski eksponiranih slučajeva zlostavljanja djeteta. *Ljetopis socijalnog rada*, 28 (2), 317-351
7. International Federation of Social Workers. (2022). *Ethical Principles in Social Work*. Dostupno na: [IFSW.org](https://www.ifswworld.org/), pristupljeno 1.11.2024.godine
8. National Association of Social Workers (NASW). (2018). *Media Guidelines for Social Work Practice*. Washington, DC: NASW Press.
9. O'Reilly, C. (2017). *Social Work and Public Relations: Models from Scandinavia*. *Scandinavian Journal of Social Work*, 13(4), 389-403.
10. Smith, A., & Hall, R. (2021). Media Influence on Public Perception of Social Workers: A Decade of Change in the United States. *American Journal of Social Work*, 45(4), 322-338.
11. Šerić, N., & Dudić, A. (2018). Percepcija profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini. *Socijalne studije*. Godina I, broj 1., str. 94-115
12. Šerić, N., Dudić, A. (2019), Socijalni rad u javnom diskursu u Bosni i Hercegovini., *Socijalna politika. Časopis za teoriju i praksu socijalne politike i socijalnog rada*, 54 (2),99-117, Beograd: Fakultet političkih nauka

# Mediji i društvo iz kuta socijalnog rada u Republici Hrvatskoj

Izv.prof.dr.sc. Marina Milić, [mmilic@pravo.hr](mailto:mmilic@pravo.hr)

Prof.dr.sc. Gordana Berc, [gordana.berc@pravo.unizg.hr](mailto:gordana.berc@pravo.unizg.hr)

Studijski centar socijalnog rada, Pravni fakultet Sveučilište u Zagrebu



## Uvod

Mediji u današnjem društvu predstavljaju značajan izvor informiranja za pojedinca, te svoju ulogu imaju u životu čovjeka od djetinjstva do treće životne dobi. Kvaliteta komuniciranja informacija koje se prenose medijskim putem značajna je kako za informiranje društva tako i za edukaciju, ali i formiranje određenih stavova o pojedinoj temi i događaju koji se predstavlja. Formirajući mišljenja i stavove uloga medija može se promatrati iz kuta pozitivnih ishoda za pojedinca i društvo, ali i onih manje pozitivnih pa čak i negativnih. Način izvještavanja o pojedinom događaju i prezentiranja određene teme u javnosti ovisi o cilju koji se postavlja u pozadini medijskih izvještavanja. Profesija socijalnog rada u medijskim sadržajima može biti prikazana na različite načine od one pozitivne do negativne uloge koja se ponekad u izvještavanjima koristi za naglašavanje negativnosti u obavljanju pojedine profesije. Edukacija stručnjaka koji izvještavaju i otvorena i pozitivna komunikacija i suradnja igraju značajnu ulogu u načinu na koji će pojedini događaj biti prikazan u javnom prostoru. Uloga stručnjaka iz područja socijalnog rada svakako je raditi na jačanju pozitivne slike o profesiji socijalnog rada kroz transparentnu i pozitivnu komunikaciju s predstavnicima medija, ali i suradnju u edukaciji i informiranju izvjestitelja o ulozi, ovlastima, odgovornostima i pozitivnim primjerima iz prakse socijalnog rada.

Promišljajući o ulozi medija u suvremenom društvu otvaraju se brojna pitanja od onih kako mediji utječu na pojedinca od djetinjstva do odrasle dobi pa sve do spoznaje da je medijska prisutnost u današnje vrijeme izrazito značajna. Mediji su danas toliko prisutni da je gotovo nemoguće zamisliti kako je izgledalo društvo u kojem mediji nisu postojali (Perišin, 2009). Osobito u današnje vrijeme mediji imaju velik utjecaj na cjelokupno društvo i na razvoj stava i djelovanja, što je osobito prisutno nakon uvođenja novih medija, poput interneta i društvenih mreža koji nude brže informiranje (Žiroš, 2021).

Cilj medija može se opisati kroz zadovoljavanje potrebe čovjeka da bude obaviješten o važnim društvenim procesima i svim relevantnim događanjima, a preko medija se prenose informativni, edukativni i zabavni sadržaji koji imaju određeni utjecaj na pojedinca.

Znanost o medijima bavi se procesom komunikacije u javnosti, prije svega neizravnom javnom komunikacijom koju posreduju masovni mediji (Kunczik i Zipfel, 2006). Masovni mediji uključuju: televiziju, novine, filmove, časopise, radio, reklamu, videoigre i CD – ove, a namijenjeni su masovnoj publici (Katalenić, 2017). U siječnju 2022. bilo je 4.95 milijardi korisnika interneta, što je 62,5 posto ukupne svjetske populacije, dok je od toga 4,62 milijarde korisnika društvenih mreža diljem svijeta“ (Digital, 2022).

## **Spoznaje iz dosadašnjih istraživanja**

U posljednjem desetljeću aktualizira se uloga medija u ishodima koji proizlaze iz medijskog izvještavanja o pojedinom slučaju, događaju ili kriznoj situaciji. Zanimljivo je istraživanje koje prezentira Stanić (2021), čiji je cilj bio: analizirati diskurzivne konstrukcije (narrative, retoričke tehnike) unutar medijskih članaka o socijalnim radnicima povodom medijski eksponiranih slučajeva zlostavljanja djeteta. Autor je kao metodu analize koristio diskurzivnu psihologiju. Analizirano je 76 članaka objavljenih na hrvatskim najposjećenijim news portalima. Ovo istraživanje donijelo je slijedeće rezultate (Stanić, 2021:318): *„Rezultati ukazuju na to da se prilikom izvještavanja o kritičnim događajima zlostavljanja djeteta u medijima najčešće pojavljuje narativ »neadekvatno postupanje socijalnih radnika«. U tom narativu, mediji i javnost kritiziraju socijalne radnike za nepružanje adekvatne zaštite djeteta te ih smatraju nedovoljno stručnima. Kao odgovor tom narativu, pojavljuju se narativi »socijalni radnici kao žrtve neadekvatnog sustava«, »sustav socijalne skrbi u krizi« i »pozitivan odnos prema socijalnim radnicima«. Unutar tih narativa, socijalni radnici i strukovne organizacije upoznaju javnost s nedostacima i teškoćama unutar sustava socijalne skrbi koji otežavaju rad socijalnih radnika što može dovesti do povrede prava korisnika. Također, pozivaju nadležne vlasti na poduzimanje nužnih reformi. Socijalne radnike se karakterizira kao stručne i predane svom poslu. Također se pojavljuju još dva narativa: »problemi unutar javnih službi« i »poziv na poduzimanje promjena«. U narativu problemi unutar javnih službi, pravnici i suci navode probleme u sudskim postupcima vezanima za zaštitu prava djeteta, ali i propituju znanja i stručnost socijalnih radnika. U narativu poziv na poduzimanje promjena, strukovne organizacije traže od vlasti i javnosti da se okrenu reformama umjesto kritiziranju socijalnih radnika.“* Iznneseni rezultati ukazuju na važnost načina izvještavanja koja pojedinu profesiju prikazuje u

negativnom obliku ili pak u objektivnom utemeljenom na stvarnom stanju koje onda uključuje i prikaz službene odgovornosti ali i zakonska ograničenja koja formiraju postupanje socijalnih radnika.

Milić Babić, Žganec i Berc (2021) proveli su istraživanje koje je imalo za cilj dobiti uvid u perspektivu socijalnih radnika o uvjetima rada, odnosu društva prema struci te identificirati preporuke za unaprjeđenje postojećeg stanja iz kuta stručnjaka. Ključni rezultati istraživanja pokazuju da sudionici istraživanja u kojem su sudjelovali socijalni radnici u Hrvatskoj uglavnom imaju negativnu percepciju o uvjetima rada pri čemu ukazuju na probleme: nesigurnosti financiranja, nedostatka kadra, neadekvatne prostorne uvjete, manjak službenih vozila za terenske obilaskе, prevelikog opsega posla i administracije, nepoštovanje dostojanstva radnika i teškoće pri uspostavi suradnje s korisnicima. Preporuke socijalnih radnika za unaprjeđenje postojećeg stanja bile su poboljšanje uvjeta rada kroz: unaprjeđenje zakonodavnog okvira, zapošljavanje stručnog kadra i edukacije stručnjaka, poboljšanje sigurnosti na radnom mjestu (jačanje statusa službene osobe i povećanja broja zaštitarskog kadra) te promocije struke socijalnog rada uz razvoj suradnje s medijima te sustavno informiranje i senzibiliziranje javnosti kroz pozitivne primjere organizacija i ustanova. Sudionici istraživanja jasno su iznijeli važnost suradnje s medijima koja bi trebala biti konstantna i od interesa za profesiju socijalnog rada i društvo u cjelini.

Trenutno u Republici Hrvatskoj aktualan je slučaj unutar obrazovnog sustava, koji uključuje dijete sa teškoćama u razvoju, a prema medijskim natpisima riječ je o dječaku koji pokazuje teškoće u ponašanju što je kulminiralo situacijom da roditelji djece traže poduzimanje dodatnih radnji kako bi se osigurao najbolji mogući ishod za njihovu djecu ali i dječaka s teškoćama u razvoju.

U opisanom slučaju djeca nisu odlazila u školu danima, a roditelji su prosvjedovali i tražili uključenje nadležnog Ministarstva. U izvještavanju o ovom slučaju zamjetno je da nadležni ministar spremno i argumentirano odgovara na upite o odgovornosti djelatnika Zavoda za socijalni rad i u njegovim medijskim istupima jasno artikulira činjenicu da su stručnjaci iz područja socijalnog rada poduzeli sve potrebne mjere iz svojih ovlasti kao bi se pružila potrebna podrška dječaku i obitelji.

Pozitivan pomak primjetan je i kod izvještavanja u medijima u smislu da se pazi na tajnost i povjerljivost podataka te se ne iznosi identitet djeteta i članova obitelji kako bi se maksimalno poštovali svi etički kodeksi i odgovornost svih uključenih dionika u zaštiti identiteta djeteta/djece.

Posljednji događaj vezan za medijsko izvještavanje o izjavi državne tajnice iz resornog ministarstva, koja je rekla da su smrti korisnika ustanova socijalne skrbi uobičajene, izazvao je osudu javnosti i pozive udruga za njezinom smjenom, jer je u medijskom izvještavanju izostao kontekst o kojem je državna tajnica govorila. Pritisak medija je bio toliki da je sam ministar, braneći državnu tajnicu rekao kako se ona nespretno izrazila.

## **Zaključak**

Današnje društvo u velikoj je mjeri pod utjecajem sredstava masovnog priopćavanja, masovnih medija, posebice elektroničkih, a oni su sveprisutni te su svakim danom sve brži, a time i sve utjecajni, pri čemu dolazi do stvaranja nove društvene stvarnosti. Navedeno dovodi do zaključka kako su upravo mediji u velikoj mjeri odgovorni za rušenje određenih obrazaca društvene zbilje te formiranje novih (Kupina, 2024.). Odgovornost ima i struka socijalnog rada, profesionalne organizacije socijalnih radnika, obrazovne ustanove i fakulteti iz područja socijalnog rada, nadležna ministarstva, jer upravo oni kroz svoje medijske istupe bilo putem intervjua, web stranica, organizacijom okruglih stolova, konferencija, stručnih skupova, i promicanjem pozitivne slike profesije socijalnog rada kroz suvremene medijske izvore mogu doprinijeti pozitivnoj ili pozitivnijoj slici socijalnog rada. Stručnjaci koji su educirani za rad s medijima, za kreiranje i prezentiranje slike u javnosti, ali i davanje izjava u ključnim trenucima kojih u području djelovanja socijalnog rada ima na dnevnoj, tjednoj i mjesečnoj razini, trebaju biti dio sustava socijalne skrbi. Edukacije iz medijske pismenosti, medijskog komuniciranja, i prezentacije struke u javnosti trebaju biti sastavni dijelovi kurikulumata visoko obrazovnih institucija te dio cjeloživotnog obrazovanja socijalnih radnika i srodnih profesija.



## Korištena i preporučena literatura

1. Digital (2022) Global overview report, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> , Posjećeno: 23.10.2024.
2. Jurčević, D. (2017) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia*, 21(1); 127–136.
3. Kunczik, Michael i Astrid Zipfel. (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
4. Krajina, Z. i Perišin, T. (2009) Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*. 18(6); 935-956.
5. Katalenić, J. (2017) Mediji i percepcija društvene zbilje. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku Odjel za Kulturologiju. *Diplomski rad*.
6. Kupina, V. (2024) Mediosfera: dominantna uloga medija u suvremenom društvu. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. *Diplomski rad*.
7. Milić Babić, M., Žganec, N. i Berc, G. (2021) Perspektiva socijalnih radnika o uvjetima rada, odnosu društva prema struci i preporuke za unaprjeđenje profesije. *Ljetopis socijalnog rada*. 28 (2), 353-373.
8. Mostarkić Gobbo, H. (2024) Slučaj učenika problematičnog ponašanja: Zavod za socijalni rad odgovorio Narod.hr-u, Grad Zagreb poslao link. Narod.hr. Preuzeto na: <https://narod.hr/hrvatska/slucaj-ucenika-problematicnog-ponasanja-zavod-za-socijalni-rad-odgovorio-narod-hr-u-grad-zagreb-poslao-link> (29.10.2024.)
9. Stanić, L. (2021) »Zašto djeca nisu oduzeta na vrijeme?«: analiza medijskih izvještaja o socijalnim radnicima povodom medijski eksponiranih slučajeva zlostavljanja djeteta. *Ljetopis socijalnog rada*. 28 (2), 317-351.
10. Žiroš, M. (2021) Masovni mediji i suvremeno društvo. *Doctoral dissertation*. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek: Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Philosophy.

# Uloga profesionalnog medijskog izvještavanja u oblikovanju percepcije profesije

Doc. dr. Lamija Silajdžić, [lamija.silajdzic@fpn.unsa.ba](mailto:lamija.silajdzic@fpn.unsa.ba)  
Odsjek Komunikologija/Žurnalistika  
Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu



## Uvod

Svijet u kojem živimo podvrgnut je univerzalnoj medijizaciji, to jeste sveprisutnosti medija u svim segmentima naših života. Mediji kao kanali za posredovanje informacija (lat. *medium*, onaj koji se nalazi u sredini) između onih koji informacije imaju i onih kojima informacije trebaju, nametnuli su se kao moćni agensi utjecaja na kreiranje javnog mnijenja. Mediji su sredstva pomoću kojih se informacije razmjenjuju između pojedinaca ili grupa/zajednica/institucija, te kao dio javne sfere mogu oblikovati percepciju o određenoj temi, jer oni ne samo da postavljaju teme na dnevni red, već i uokviruju priče i događaje kroz specifične narative. Primarno, mediji su imali funkciju omogućavanja sporazumijevanja među ljudima, a danas svjedočimo multipliciranju broja medijskih funkcija u društvu. Mediji nas tako i informiraju i educiraju i zabavljaju, a veoma često i vode kroz društvenu zbilju definiranjem i kontekstualiziranjem tema o kojima promišljamo. Pomoću medija, jasno je, saznajemo ono što je izvan našeg neposrednog iskustva. Informacije dobijamo sa udaljenih mjesta, učimo o drugim kulturama, društvima, te značajnim političkim i društvenim događajima.

## Medijizirani svijet

Iako u aktuelnom digitaliziranom svijetu stepen povjerenja u medije opada u odnosu na deceniju ili dvije ranije (Brennan 2024, Sokol 2021, Lewis 2019, Jungar 2019), i dalje svjedočimo izuzetno značajnom utjecaju medija u razvijenim demokratskim društvima. Podaci iz januara 2024. godine (Kemp, 2024) govore da oko 66% svjetske populacije koristi internet, a oko 40% punoljetnih korisnika internet najviše koriste da bi se informisali. Kada je u pitanju interakcija sa ostalim medijima, isti podaci pokazuju da 88% punoljetnih ljudi u svijetu gleda televiziju linearno, a oko 76% na zahtjev (eng. *on-demand*). Vremenski u toku dana to čine 3 sata i 6 minuta. Nešto više od 60% punoljetnih ljudi u svijetu čita novine (i online i u tradicionalnom formatu), te sluša radio (broadcast radio, streaming platforme i podcaste). Štampu čitaju 1 sat i 40 minuta u toku dana, a radio i podcaste slušaju nešto manje od sat vremena. Dakle, čak i prvi pogled na ove podatke može posvjedočiti da su mediji u velikoj mjeri prisutni u našim životima i da zasigurno mogu utjecati na našu svijest i percepciju o određenim temama. Dakle, savremeno društvo i dalje karakteriše prisutnost medija kao jednih od centralnih aktera koji oblikuju gotovo sve aspekte ljudskog života – od politike, ekonomije, kulture,

obrazovanja, pa do svakodnevnih interakcija. U takvom svijetu, mediji nisu samo posrednici informacija, već aktivni akteri koji utječu na percepciju stvarnosti i način na koji doživljavamo svijet.

## **Uloga medija u oblikovanju percepcije o profesijama**

Kada je u pitanju uloga medija u oblikovanju percepcije o nekoj profesiji, nesumnjivo je da mediji itekako mogu utjecati na to kakav status odnosno imidž profesija ima u javnosti. Koristeći Habermasovu teoriju javne sfere (1962), možemo reći da mediji djeluju kao posrednici između profesija i javnosti, omogućavajući diskusiju o njihovoj ulozi, značaju i vrijednostima. Javna sfera je, prema Habermasu, zamišljena kao prostor u kojem građani, neovisni o državi i tržištu, raspravljaju o općim pitanjima na temelju razuma i argumenata. Mediji su ključni za stvaranje javne sfere jer informiraju građane i omogućavaju te rasprave, ali mogu imati i negativnu ulogu ukoliko pod različitim pritiscima (političkim ili ekonomskim), manipuliraju javnošću. Ukoliko razmislimo u tom kontekstu o ulozi medija u oblikovanju percepcije o profesijama, možemo zaključiti da mediji mogu učestvovati u legitimizaciji profesija, naglašavajući njihov značaj u društvu.

Sa druge strane, trebamo razumjeti da mediji ne prenose stvarnost neutralno – oni je oblikuju (uokviruju) kroz selekciju informacija, naglašavanje određenih aspekata i marginalizaciju drugih, što itekako može utjecati na javno mnijenje i percepciju važnosti određenih tema. Američki sociolog Erving Goffman je 1974. godine istraživao kako pojedinci koriste okvire kao kognitivne strukture za interpretaciju i organiziranje iskustava u životu. Kasnije se u društvenim i komunikološkim istraživanjima ova teorija uokvirivanja (eng. *framing*) koristila za pojašnjenje kako mediji koriste uokvirivanje pri odabiru i isticanju određenih aspekata stvarnosti u poruci koju odašilju javnosti (Entman, 1993). Prema Entmanu, uokvirivanje uključuje četiri elementa: definiranje problema – kako se problem identificira, atribuiranje uzroka problema, moralnu evaluaciju – procjenu problema, i preporuke za rješavanje problema. Mediji, odnosno komunikatori, mogu donijeti svjesne ili nesvjesne prosudbe u odlučivanju koji aspekt komunicirane poruke će istaknuti, a koji zanemariti. Ako to povežemo sa ulogom medija u stvaranju percepcije o profesijama, možemo zaključiti da mediji kroz različite “okvire” (npr. herojski, skandalozni, ekspertni), mogu direktno utjecati na to kako se profesija percipira u društvu, bilo pozitivno ili negativno.

Na primjer, novinari mogu izvještavati o advokatima kao borbama za pravdu ili kao plaćenicima koji brane bogate klijente. Medijsko izvještavanje, dakle, može odrediti kako javnost vidi određene profesije, kako percipira koje društvene uloge toj profesiji pridaju i koliko je ona važna ili prestižna.

Efekti koje medijsko uokvirivanje može imati na recepciju i razumijevanje poruka mogu biti minimalni ili veoma značajni, a mogu se odnositi na način na koji ljudi razmišljaju o nekoj profesiji (kognitivni efekti), emocionalnu povezanost ljudi sa profesijom (afektivni efekti) i oblikovanje stavova ljudi prema nekoj profesiji (društveni efekti). (Iyengar i Kinder, 2010). Stoga nam je, u kontekstu odnosa između medija i profesija, nužno razumjeti da profesionalno medijsko izvještavanje (uravnoteženo i odgovorno) jeste značajno u oblikovanju adekvatne percepcije odnosno slike o određenoj profesiji. Npr., medijsko izvještavanje o profesionalnim uspjesima može stvoriti pozitivnu sliku profesije i njenog utjecaja na društvo. U suprotnom, izvještavanje o skandalima, nesrećama ili propustima unutar profesije može negativno utjecati na percepciju i stvoriti dojam o profesionalnoj neodgovornosti. Međutim, odnos između medija i profesija je recipročan i vrlo je važno da obje strane doprinesu njegovoj kvaliteti. To jeste, profesionalne zajednice moraju razumjeti kolika je moć i uloga medija u društvu, te da im mediji mogu pomoći da unaprijede vlastiti imidž, status u društvu i u konačnici, ispunjavaju svoju društvenu ulogu.

Ukoliko se o nekoj profesiji dominantnije izvještava samo kada se događa nešto loše, to jeste negativno, možemo postaviti nekoliko ključnih pitanja zašto je to tako: Kako određene profesije koriste medije u promotivne svrhe, odnosno da li i kakve strategije koriste kako bi uspješno prenijeli pozitivne poruke? Kako profesije reaguju na krizne situacije u medijima i da li njihova reakcija može preokrenuti medijsku sliku? Kako etički principi u novinarstvu (kao što su odgovornost i uravnoteženost) mogu doprinijeti fer prikazu profesija? Šta motiviše medije da ističu negativne aspekte određene profesije, to jeste kako mediji i profesionalci mogu saradivati na izgradnji povjerenja javnosti?

Da ističu negativne aspekte određene profesije, medije može motivisati nekoliko faktora: senzacionalizam zbog veće čitanosti/gledanosti, javna očekivanja i ukorijenjeni stereotipi, kritička uloga medija i pozivanje na odgovornost, krizne situacije ili skandali, brzina, politički ili ekonomski pritisci, netransparentnost i

loša krizna komunikacija profesije, te potreba za pritiskom i reformama. Mediji dakle često ističu negativne aspekte profesija zbog potrebe za privlačenjem pažnje i povećanjem angažmana publike. Nažalost, negativne vijesti, posebno skandali, nesreće ili kontroverze, privlače veću pažnju jer izazivaju snažnije emocionalne reakcije javnosti. Ovaj tip sadržaja često generira više klikova, pregleda ili rasprava, što je u skladu sa ekonomskim interesima medija. Također, javna očekivanja i ukorijenjeni stereotipi koji se odnose na to šta javnost misli da bi profesije trebale pružiti društvu, mogu izazvati negativno izvještavanje medija. Kao što je već poznato, stereotipi su često pojednostavljeni prikazi koji ne uzimaju u obzir kompleksnost i raznolikost određene pojave, fenomena, ili u ovom slučaju profesije. Mediji mogu potvrđivati ili pojačavati stereotipe kroz ponovljeno prikazivanje određene slike ili ponašanja povezanih s određenom profesijom. Za medije je u tom smislu vrlo važna svijest da prioritet mora biti odgovorno i uravnoteženo izvještavanje.

Sa druge strane, mediji mogu isticati negativne aspekte neke profesije kako bi pozvali na odgovornost ukoliko se desi neprofesionalno ponašanje ili skandal unutar profesije. To jeste, mediji imaju ulogu kritičara (korektora društva), kako bi potaknuli promjene koje su u javnom interesu. Netransparentnost ili loša krizna komunikacija profesije mogu također izazvati negativno medijsko izvještavanje, jer ukoliko profesionalna zajednica ne artikulira jasno sve što se unutar nje dešava (čak i kada se dešava nešto loše), to ostavlja mnogo prostora za sumnje i pogrešno zaključivanje. Svi ovi razlozi ili motivacije pokazuju da mediji najčešće biraju negativne aspekte u izvještavanju ili zbog privlačenja pažnje ili zbog odgovornosti prema javnosti. Kako pak ne bi došlo do izobličene prikaza određene profesije, važno je da se mediji i profesionalne zajednice međusobno bolje razumiju.

Predstavnici profesija mogu značajno unaprijediti svoju komunikaciju sa medijima i javnošću koristeći različite strategije koje uključuju proaktivnost, transparentnost, korištenje modernih komunikacijskih alata i izgradnju odnosa sa ključnim medijskim akterima.

Proaktivne mjere koje bi stručnjaci mogli preduzeti kako bi izgradili dugoročne, pozitivne odnose sa medijima mogle bi uključivati:

- *Edukacija medija o etičkim standardima i izazovima unutar profesija.*

Stručnjaci mogu organizirati radionice ili edukativne sesije za novinare kako bi ih upoznali sa kompleksnostima svojih područja. Ovo ne samo da povećava tačnost izvještavanja, nego omogućava i dijalog između struke i medija, smanjujući mogućnost nesporazuma.

- *Redovno organiziranje događaja i konferencija za medije kako bi se istakli pozitivni primjeri i postignuća.*

Stručnjaci mogu organizirati redovne ili prigodne događaje i konferencije za medije kako bi im pružili cjelovite informacije o novostima ili događanjima unutar profesije. Također, upravo ove prilike mogu iskoristiti za isticanje pozitivnih primjera, postignuća ili inovacija, jer proaktivno pružanje pozitivnih informacija može pomoći u balansiranju slike o profesiji.

- *Jačanje saradnje između PR timova u profesijama i novinara.*

Stručnjaci bi trebali usmjeriti svoje napore na izgradnju odnosa sa medijima koji su više partnerski nego samo funkcionalni. U tome bi im pomoglo organiziranje redovnih sastanaka sa novinarima kako bi održali kvalitetnu saradnju, jer redovna razmjena ideja i povratnih informacija može unaprijediti međusobno razumijevanje.

- *Razvijanje kvalitetne strategije krizne komunikacije.*

Stručnjaci bi trebali imati spremne planove krizne komunikacije kako bi reagirali na negativne izvještaje i pružili objašnjenja ili ispravke u kriznoj situaciji. Brza i iskrena komunikacija sa medijima tokom krize može pomoći u minimiziranju štete. Važno je da poruke koje šalju medijima budu jasne, dosljedne i koherentne.

- *Korištenje online društvenih mreža za plasiranje pozitivnih priča javnosti direktno.*

Stručnjaci mogu koristiti online platforme i društvene mreže za direktnu komunikaciju s medijima i javnostima. Redovno dijeljenje relevantnih informacija i komentara može pomoći u izgradnji imidža i autoriteta profesije.

Osim toga, digitalne platforme omogućavaju dijalog sa javnostima bez potrebe za posrednicima.

- *Obuka stručnjaka za javne nastupe i interakciju sa medijima.*

Predstavnici profesija često nisu obučeni za javne nastupe i interakciju sa medijima, što može dovesti do nespretnih ili pogrešnih poruka. Trening o medijskim vještinama može im pomoći da nauče kako formulirati jasne i razumljive poruke za javnost, kako se nositi sa “teškim” pitanjima, te kako govoriti na način koji je privlačan za medije, ali i tačan u pogledu profesionalnih standarda. Iz prethodno navedenog možemo zaključiti da su temelji za uspješnu saradnju između medija i profesionalnih zajednica povjerenje, uzajamno poštovanje i dobra volja obje strane.

## **Zaključak**

Uravnoteženo medijsko izvještavanje i bolja saradnja između medija i profesionalnih zajednica ključni su za adekvatnu informisanost javnosti. Profesionalne organizacije moraju imati proaktivnu komunikaciju sa medijima. Sa druge strane, novinari bi mogli prolaziti specijalizovane obuke o specifičnostima određene profesije, kako bi dublje razumjeli kompleksnost profesije i njen značaj za društvo. Također, profesije moraju unaprijediti svoje strategije za pravovremenu reakciju u kriznim situacijama, kako bi umanjile potencijalno negativno izvještavanje.

Vrlo značajno za profesije bi bilo i da sarađuju sa istraživačkim novinarima kako bi omogućili kvalitetno izvještavanje o složenim pitanjima u okviru profesije. Ovo podrazumijeva otvorenost prema kritici, ali i pružanje konteksta i informacija koji mogu pomoći novinarima da bolje razumiju izazove i doprinos profesije društvu. Dakle, mediji i profesije (profesionalne organizacije) trebaju imati transparentnu, otvorenu i dugoročnu saradnju, koja uključuje proaktivnu komunikaciju, zajedničke projekte i inicijative, te odgovornost prema javnosti.



## Korištena i preporučena literatura

1. Borah, P. (2015). Media Effects Theory. In: Mazzoleni, G., ed. *The International Encyclopedia of Political Communication*. John Wiley & Sons, Inc.
2. Brennan, M. (2024). *Americans' Trust in Media Remains at Trend Low*. Gallup. Dostupno na: <https://news.gallup.com/poll/651977/americans-trust-media-remains-trend-low.aspx> , pristup: 10.11.2024.
3. Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm. *Journal of Communication*. 43(4): 51-58
4. Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. New York: Free Press Habermas,
5. Habermas, J. (1969). *Javno mnijenje*. Beograd: Kultura
6. Iyengar S., Kinder D.R. (2010). *News That Matters: Television and American Opinion – Updated Edition*. University of Chicago Press
7. Johnston, J. (2020). *Media Relations: Issues and Strategies*. Taylor & Francis Group
8. Jungar, J. (2019). A Finnish case study: declining trust in media in a traditionally consensual and stable society. *Journalist Fellowship Paper*. Oxford: Reuters Institute.
9. Kemp, S. (2024). Digital 2024: Global Overview Report. *Meltwater and We Are Social*. Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> , pristup: 20.10.2024.
10. Lewis, S.C. (2019). Lack of trust in the news media, institutional weakness, and relational journalism as a potential way forward. *Journalism*, 20(1), 44-47. <https://doi.org/10.1177/1464884918808134>
11. Sokol, A. (2021). *Polarizirano povjerenje javnosti u medije i društvene mreže u Bosni i Hercegovini*. Tirana: EENPM, Ljubljana: Mirovni institut, Sarajevo: Fondacija Mediacentar. Dostupno na: [https://www.media.ba/sites/default/files/resilience-research-publication-3-bih-bhs\\_0.pdf](https://www.media.ba/sites/default/files/resilience-research-publication-3-bih-bhs_0.pdf) , pristup: 10.11.2024.

# Konstruktivno izvještavanje o profesiji socijalnih radnika: kako doprinijeti diskusiji o relevantnim temama

Doc.dr. Amela Delić Aščić, [amela.delic@untz.ba](mailto:amela.delic@untz.ba)  
Odsjek Žurnalistika, Filozofski fakultet Univerzitet u Tuzli



## Uvod

Konstruktivno novinarstvo kao „forma novinarstva koja uključuje primjenu principa pozitivne psihologije u procesu kreiranja novinarskih sadržaja s ciljem da se kreira produktivno i angažirano medijsko izvještavanje (McIntyre & Gyldensted, 2017: 23) ponovo se atuelizira 2014. godine sa osnivanjem Constructive Institute. Jedan od osnivača ovog Instituta je Ulrik Haagerup u svojoj knjizi *Konstruktive vijesti* koja se smatra temeljnim štivom u oblasti konstruktivnog novinarstva, objašnjava kako je, radeći u novinarstvu, vremenom postao dio onog što naziva „kulturom vijesti“ ili „biznisom povjerenja“ (engl. „trust business“), „kulturom negativnosti“ koju odlikuju fokus na anomalije i poremećaje u društvu, dok je istovremeno vjerovao da radi u funkciji istine i povjerenja javnosti. Prisjeća se svog prvog dana na studiju novinarstva i rečenice koju im je profesor tada kazao, nagovještavajući im prirodu posla kojim će se baviti: „Dobra priča je loša priča. Ako se niko ne naljuti, to je reklama“, kazao im je (Haagerup 2017: 13). Ovaj moto još je aktuelan u medijima širom svijeta, a u prilog tome govore i istraživanja o dominantnim vrijednostima vijesti u medijima u kojima vodeću ulogu još ima negativizam (konflikti, drame, crna hronika) (Harcup i O’Neil 2016, Delić Aščić 2023). Fokus na negativizam u izvještavanju „uzrokuje demokratski deficit kroz apatiju i indiferentnost“ (Haagerup 2017: 19). Istraživanja različitih autora pokazala su da ovakav pristup u izvještavanju ima nekoliko negativnih posljedica:

1. Kreira atmosferu beznađa u društvu (Hermans & Gyldensted, 2019; McIntyre, 2019; McIntyre, 2020; Powers & Curry, 2019; Thier, Abdenour, Wealth & Smith Dahmen, 2021).
2. Mediji koji stvaraju ovakve priče „doprinosu smanjenju osjećaja empatije—ili javne apatije prema ljudskoj patnji—djelimično zato što ne uspijevaju predstaviti rješenja za sveprisutne probleme u vijestima fokusiranim na konflikt“ (McIntyre, 2019: 22).
3. Smanjuje se broj korisnika mainstream medija (McIntyre 2019, Liedke & Gottfried 2022, UNESCO 2020, Rasmussen 2020, Zelizer et al. 2022.) i ostavlja se prostor populističkim interpretacija društvenih izazova (Haagerup 2017).
4. Izbjegavanje vijesti (Reuters Digital Report 2024, Delić 2021).

5. Krši se jedan od osnovnih uslova istinitosti medijske informacije – reprezentativnost. Reprezentativnost je „svojstvo mas-medijske informacije da prezentira cijeli spektar stvarnosti; sve relevantne sektore i sve relevantne procese i neizvjesnosti koji determiniraju kvalitet života pojedinca i socijaliteta“ (Kurtić 2006: 108), a ne samo negativne aspekte stvarnosti.

Konstruktivno novinarstvo ne izbjegava izvještavanje o relevantnim problemskim pitanjima, naprotiv ono „primjenjuje tehnike iz pozitivne psihologije i srodnih oblasti. Priče imaju veliki značaj za društvo. Drži se ključnih novinarskih funkcija, npr. služi kao *watchdog*, alarmira publiku o potencijalnim prijetnjama, diseminira važne informacije u namjeri da kreira informirano građanstvo“ (Gyldensted, 2015: 13). Ovo je kritičko, ali ne i negativno novinarstvo, a „konstruktivne vijesti nisu alternativa kritičkom *watchdog* novinarstvu niti su argument za bezazlene pozitivne vijesti. Mi trebamo kvalitetno izvještavanje, koje može inspirisati moguća rješenja problema s kojima se društvo suočava, otvarajući put za novu i značajniju ulogu novinarstva: Ne samo dokumentovanje problema i pronalaženje krivaca, ali također posredovanje dijaloga u našim zajednicama o načinima na koji problemi mogu biti riješeni“ (Haagerup 2017: 23).

Razlike između klasičnog i konstruktivnog novinarstva mogu se sažeti u nekoliko ključnih prema Haagerup:

<b>Klasično novinarstvo</b>	<b>Konstruktivno novinarstvo</b>
Ne više	Nego bolje
Ne negativno	Nego kritički
Ne ljutito	Nego znatiželjno
Ne optužujuće	Nego inspirativno
Ne tabloidno	Nego zabavno
Ne populistički	Nego popularno
Ne dosadno ni suhoparno	Nego moderno
Ne pitati samo tradicionalno „gdje“, „ko“ i „šta“?	Nego pitati i „kako“ i „šta sada“?

*Tabela 1: Razlike između klasičnog i konstruktivnog novinarstva (izvor: Ulrik Haagerup 2017: 40)*

Brojni su primjeri konstruktivnih novinarskih priča u medijima: The America We Need (New York Times rubrika tokom pandemije), BBC World Hacks, kenjske novine The Star, Swedish Radio News, „The Other Africa“ – serijal na belgijskom VRT News, Good News na Huffington Postu, danske novine Fyens Stiftstidende, njemački Der Spiegel i Die Zeit, islandski javni servis RUV, The Guardian je 2015. pokrenuo seriju priča o klimatskim promjenama sa orijentacijom na budućnost, BBC serija članaka pod nazivom „Crossing Divides“ čiji je fokus na suzbijanju polarizacije kroz otvoren dijalog o različitim pogledima na ista društvena pitanja.

Keiser Lugh i Karen McIntyre 2020. uradili su istraživanje koje je pokazalo da je urađeno 73 članka o konstruktivnom i solution novinarstvu. Otkrili su da se tema istraživala u 23 zemlje svijeta, jedna trećina članka je iz SAD-a (34, 8%), manje od jedne trećine je iz Evrope (29, 3%), ali „konstruktivno i novinarstvo rješenja tematizirani su i u Africi (5, 4%), Aziji (4, 3%) i Latinskoj Americi (1, 1%)“ (Lough i McIntyre 2021). U 2023. Lough i McIntyre analizirali su studije o konstruktivnom i solution novinarstvu i zaključili da su „22 eskperimenta u 19 studija pokazali da rješenja i konstruktivne vijesti nedvosmisleno utječu na emocije publike“ (Lough i McIntyre 2021: 1). Studije koje su uzeli u obzir uglavnom su se odnosile na korisnike iz Sjedinjenih Američkih Država i Zapadne Evrope.

Nakon uvida u svih 19 studija, autori su dobili rezultate koji pokazuju da „je 17 (77%) od 22 eksperimenata mjerilo neku vrstu emocionalnog odgovora kao varijablu ishoda, i, zapanjujuće, podaci iz svih 17 eksperimenata otkrili su da su konstruktivno i solutions novinarstvo povećali pozitivne afekte ili emocije, ili smanjili negativne afekte ili emocije među korisnicima“ (Lough i McIntyre 2023: 15).

## **Dosadašnja istraživanja o konstruktivnom izvještavanju i dominantnoj pardigmi u izvještavanju o socijalnom radu**

Studije u Sjedinjenim Američkim Državama, Danskoj i Njemačkoj otkrile su da konstruktivno izvještavanje doprinosi optimističnijem gledanju čitatelja na mogućnost rješavanja društvenih izazova (Baden, McIntyre & Homberg 2019, Gyldensted & Hermans 2019; McIntyre 2019; Meier 2018).

Neka istraživanja pokazala su da konstruktivne priče doprinose većoj angažiranosti čitatelja (Baden, et al. 2019), a druga da konstruktivne priče ne motivišu na društvenu akciju (McIntyre 2020, Meier 2018).

Pitanje utjecaja konstruktivnih priča na stvarnu angažiranost građana ostaje otvoreno (Meier, 2018: 777). Građani pokazuju interesovanje za konstruktivne priče ili elemente konstruktivnog novinarstva u klasičnom izvještavanju (Venzel, Gerson & Moreno, 2016; Curry, Stroud & McGregor, 2016; Delić, 2021).

Važno je napomenuti da ovo mišljenje dijele i građani Bosne i Hercegovine (Delić, 2021). Građani koji konzumiraju konstruktivne priče pokazuju više povjerenja u vijesti i generalno su pozitivniji kada je riječ o mediju koji ih prenosi (Thier et al., 2019; McIntyre, 2019; Curry & Hammonds, 2014). Novinari, pak, imaju nešto drugačija promišljanja o konstruktivnim pričama. Tako, naprimjer, novinari iz SAD-a i Zapadne Evrope pokazuju interesovanje za konstruktivno novinarstvo, a slično je i sa studentima novinarstva (Baden, McIntyre & Homberg 2019, McIntyre 2020, Meier 2018; Thier et al. 2021; Poort 2018 41–45). U Bosni i Hercegovini i studenti i novinari pokazuju kontradiktornost u svojim razmišljanjima o konstruktivnom novinarstvu. Studenti tako navode da od medija očekuju više ovakvih priča, da su one potrebne i svrsishodne, ali se istovremeno plaše da ovakve priče mogu narušiti novinarsku objektivnost (Delić Aščić, Hrnjić Kuduzović i Banjić, 2024). Slično je i sa novinarima koji smatraju da novinarstvo u BiH treba promijeniti „iz korijena“. Oni načelno razumiju šta je konstruktivno novinarstvo mada ga ponekad pogrešno izjednačavaju sa narativnim novinarstvom. Ipak u svojim odgovorima kao najveću vrijednost vijesti naglašavaju objektivnost kao da se pribojavaju da bi, izvještavajući konstruktivno, mogli odstupiti od rigoroznih standarda profesije (Delić Aščić, 2023).

Zanimljivo je i istraživanje koje je pokazalo da konstruktivan pristup u izvještavanju, odnosno izloženost predadolescenata takvim sadržajima, utječe na smanjivanje negativnog utjecaja izvještavanja o negativnim događajima na ovu dobnu grupu (Kleemans, Schindwein & Dohmen 2017). Slični rezultati dobijeni su i u istraživanju koje je anliziralo emocije djece u slučaju izloženosti (ne) konstruktivnim pričama (Venrooij, Sachs & Kleemans, 2019).

Dosadašnja istraživanja o medijskom izvještavanju o socijalnom radu u slučaju kada dođe do zlostavljanja djece pokazala su dominaciju dva ključna narativa o profesiji:

1. Negativno izvještavanje o socijalnim radnicima kao krivcima i negativcima,
2. Negativno izvještavanje o sistemu socijalne zaštite bez fokusiranja na socijalne radnike.

Istraživanje iz Bosne i Hercegovine pokazalo je da „javnost nema dovoljno saznanja o profesiji socijalnog rada i da zbog nedovoljnih informacija socijalni rad prati negativan imidž. Također, rezultati istraživanja govore da na negativno mišljenje javnosti utječe (negativno) medijsko izvještavanje o aktivnostima socijalnih radnik“ (Šerić i Dudić, 2019).

U hrvatskim medijima uočena su tri ključna narativa u digitalnim medijima kada je u pitanju izvještavanje o socijalnom radu (u slučajevima zlostavljanja djece), a to su:

1. Neadekvatno postupanje socijalnih radnika,
2. Sistem socijalne zaštite u krizi,
3. Socijalni radnici kao žrtve neadekvatnog sistema (Stanić, 2021).

„Rezultati istraživanja ukazuju na to da, kada se dogodi tragičan slučaj, javnost preispituje i traži odgovornost, a kao odgovorne za propuste smatra se socijalne radnike (Aldridge prema Stanić, 2021).

Slično je i u Republici Srbiji u kojoj su socijalni radnici iskazali nezadovoljstvo medijskom slikom o njima i profesiji kojom se bave. Tamara Skorupan uočila je da u reprezentaciji socijalnih radnika u Srbiji dominiraju tržišni i model profesionalne odgovornosti, „a prema socijalnim službama i pristup okrivljavanja, naročito prema stručnim radnicima/cama u centrima za socijalni rad“ (Skopuran, 2022). U Velikoj Britaniji socijalni radnici negativnu sliku koja o njima u društvu dominira (samo oko 44% njih smatra da su poštovani) pripisuju također medijskoj reprezentaciji (Koutsounia, 2024).

Za popravljavanje slike o sebi ključnim smatraju promjenu medijskog pristupa u izvještavanju o socijalnim radnicima i njihovoj profesiji kroz realističniji pristup situacijama u kojima se nalaze. Istraživanje iste autorice iz 2023. pokazalo je da je četvrtina medijskih članaka o socijalnim radnicima u Britaniji negativna, a samo 6% ih je pozitivno (Koutsounia, 2023). Britanski žurnal socijalnog rada objavio je 2022. naučnu studiju koja pokazuje da negativno medijsko portretiranje utječe na samopouzdanje socijalnih radnika (Levin Keini et al., 2022).

## **Potencijali konstruktivnog pristupa u izvještavanju o socijalnom radu**

S obzirom na navedeni negativan imidž socijalnih radnika i dominaciju negativnog (konfliktnog i dramatičnog) pristupa u izvještavanju o socijalnom radu, evidentno je da su potrebne promjene. Uočavamo da konstruktivno novinarski pristup ima potencijal da redefiniše način na koji gledamo profesiju socijalnih radnika kroz kritičko, ali ne negativno, rigorozno, to jeste izvještavanje koje daje nadu u mogućnost promjene na bolje. U tom smislu, „konstruktivno novinarstvo igra ključnu ulogu u promicanju dijaloga i razumijevanje među različitim dionicima, ohrabrujući ih da rade zajedno na pronalaženju inovativnih rješenja“ (Rojas-Calderó, 2024: 627). Od klasične uloge novinara kao *gatekeepera* i „lovaca na devijacije“, konstruktivno izvještavanje nudi drugačiji pristup koji može biti efektan u izvještavanju o socijalnom radu na zadovoljstvo medija, socijalnih radnika i javnosti.

Prema Rojas-Calderó, te uloge bi sada mogle biti sljedeće:

1. Strukturiranje koje podrazumijeva uvažavanje različitih varijabli koje utječu na društvene izazove, njihovo objašnjavanje, povezivanje.
2. Kontekstualiziranje koje znači promatranje i tumačenje pojave iz šireg društvenog i institucionalnog okvira. Ovo se postiže uključivanjem više relevantnih sagovornika/aspekata teme.
3. Promicanje javnog interesa kroz generiranje znanja vrijednog za javnost u kognitivnom i praktičnom smislu.
4. Facilitirajući socijalnu integraciju kroz promicanje pogleda različitih društvenih grupa i kroz promociju socijalne kohezije. Ovo podrazumijeva aktivno



slušanje svih strana uključenih u problematiku bez predtipiziranih slika podrazumijevajuće odgovornosti jednih i nevinosti drugih, promicanje međusobnog poštovanja.

5. Motiviranje i inspiriranje kroz promovisanje rješenja (potencijalnih za određene probleme, ali i kroz naglašavanje emotivnih elemenata kroz pozivanje ili pokazivanje primjera akcije koji prevazilaze osjećaj bespomoćnosti, apatije ili pesimizma.
6. Novinari postaju agenti društvenih promjena kroz promovisanje rješenja i akcije. Promoviše se narativ promjene, ali se i javnost ohrabruje da aktivno učestvuje u dešavanjima oko sebe.
7. Novinari postaju neka vrsta mostova između različitih socioekonomskih i političkih grupa s ciljem promocije tolerancije i saradnje za inkluzivnije društvo.
8. Novinari djeluju kao advokati javnosti u smislu da aktivno komuniciraju s lokalnim javnostima s ciljem da razumiju njihove potrebe i probleme i upute ih na odgovarajuće adrese. Predstavljaju se priče običnih ljudi, lokalnih zajednica koje inače najčešće izostaju iz mainstream medijske agende.
9. Novinari kao socijalni integratori kroz promovisanje inicijativa i grupa koje pokazuju primjere integracije i uspješnog premoštavanja problemskih situacija u odnosima između različitih grupa.
10. Difuzija inovativnih rješenja tako što će novinari istražiti rješenja iz drugih zajednica čiji je uspjeh dokumentovan, a koja je realno moguće primijeniti u vlastitoj zajednici.
11. Funkcija njegovanja društvene odgovornosti putem praćenja i izvještavanja o posljedicama negativnog ponašanja na institucije i ljude. Ova funkcija novinarstva je ključna za njegovanje kulture otvorenosti i etičkog institucionalnog ponašanja jer pomaže u otkrivanju bilo kakvog nedoličnog ponašanja ili malverzacija unutar organizacija i među pojedincima.
12. Funkcija preispitivanja ustaljenih normi i promicanja analitičkog razmišljanja znači da novinari, osim što motivišu akciju za rješavanje

široko rasprostranjenih problema i implementiraju inovativne odgovore, kako u institucionalnom tako i u smislu zajednice, promoviraju kod ljudi razvoj njihovih analitičkih sposobnosti u problematičnim situacijama, kao npr. preispitivanje normi uspostavljenih za promovisanje napretka. Ovo može dovesti do informisanijeg i kritičnijeg društva, gdje se pojedinci ohrabruju da preispituju autoritet i osporavaju status quo.

Vidno je da konstruktivno novinarstvo zagovara drugačiju ulogu novinara u izvještavanju o društvenim problemima, uključujući i one probleme koje se odnose na izazove u socijalnom radu. Priče bi umjesto na negativnost i pojednostavljivanje problema kroz model krivci i žrtve, bile fokusirane na: „1. rješenje, 2. budućnost, 3. uključivost i različitost, 4. osnaživanje ljudi (kroz uključivanje pitanja o mogućoj saradnji, prevazilaženju problema za sagovornike), 5. kontekstualizaciju, i 6. kocreiranje, odnosno uključivanje korisnika u kreiranje priča (Gyldensted &

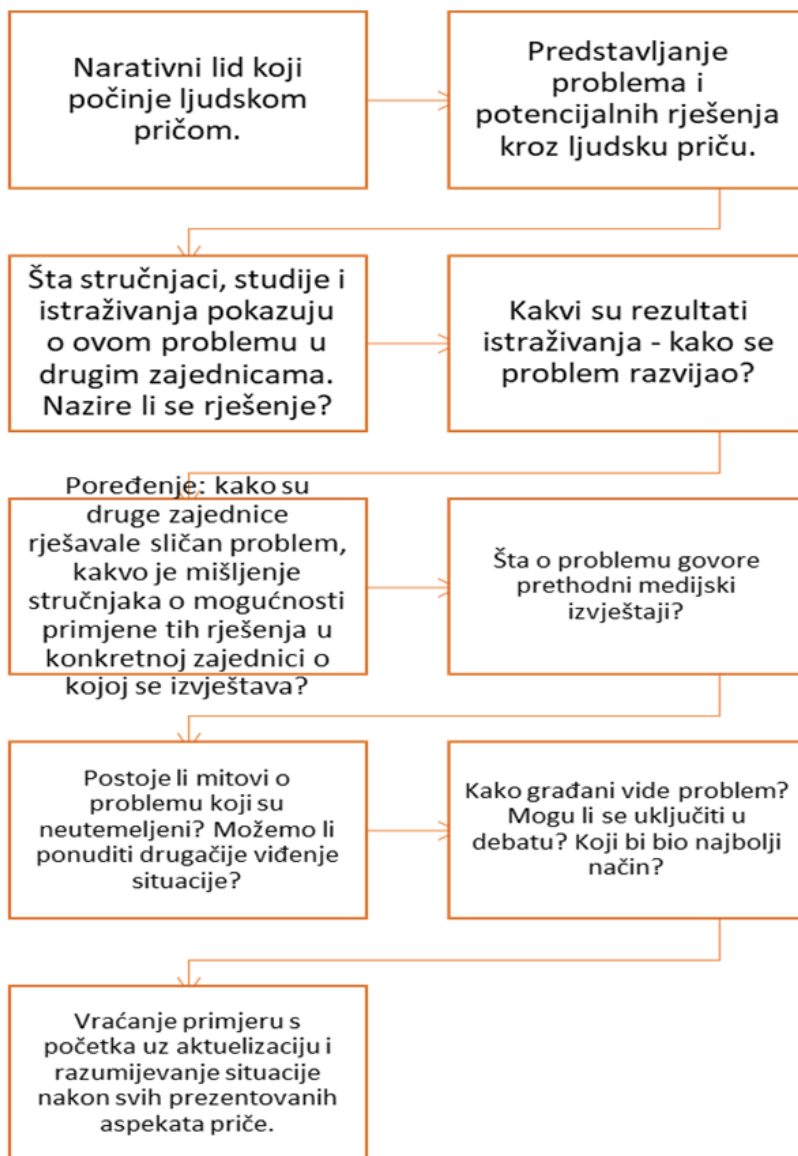
## Zaključak

Na osnovu svega navedenog, Constructive Institute ponudio je i tri ključna seta pitanja čiji odgovori vode kreiranju konstruktivne novinarske priče.

Fokusiranje na rješenje	Kontekst i nijansiranje priče	Generiranje i razvoj ideje uključivanjem građana, učesnika i donosilaca odluka u ovaj proces
<p>Kako idemo naprijed?            Ko je ranije rješavao sličan problem? Da li rješenje funkcioniše svuda? Ko može riješiti problem? Da li učesnici nude rješenje? Da li treba razviti novo rješenje? Možemo li pomoći građanima i stručnjacima da pronađu rješenja ili ih razvijaju zajedno?</p>	<p>Mogu li dodatni izvori otkriti nijanse u problemu? Kako se problem razvijao tokom vremena? Kakva je historijska pozadina ovog pitanja? Koji je širi kontekst priče? Postoje li priče koje možemo ponovo pogledati da bismo saznali kako su se stvari razvijale? Postoje li mitovi koji se mogu potvrditi ili opovrgnuti?</p>	<p>Mogu li naši mediji igrati aktivnu ulogu u uključivanju građana, učesnika, stručnjaka i donosilaca odluka? Trebamo li ih uključiti prije ili nakon razvoja priče? Postoji li prilika za novinarstvo uživo – možemo li organizirati debatu, radionicu ili sličan događaj? Možemo li angažovati i uključiti našu publiku u razvijanje rješenja, u nijansiranju priče ili u izgradnji mostova između protivnika, i na taj način stvoriti bolje razumijevanje problema?</p>

Tabela 2: Tri ključna seta pitanja čiji odgovori vode kreiranju konstruktivne novinarske priče (Constructive Institute)

Slika 1: Struktura priče (izvor Amela Delić Aščić, 2024.)



## Korištena i preporučena literatura

1. Baden, D., McIntyre, K., & Homberg, F. (2019). The Impact of Constructive News on Affective and Behavioral Responses. *Journalism Studies*, 20(13), 1940-1959.
2. Curry, A. & Hammonds, K.H. (2014). *The Power of Solutions Journalism*. Solutions Journalism Network and Engaging News Project.
3. Curry, A., Stroud, N. J & McGregor, S. (2016). *Solutions Journalism and News Engagement*. Engaging News Project/Annette Strauss Institute for Civic Life at the University of Texas Austin.
4. Delić Aščić, A. (2024). Journalists' perception of constructive journalism in United States and Bosnia and Herzegovina. In: Kleut, Jelena i Stefan Janjić: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* (32-53). Filozofski fakultet u Novom Sadu.
5. Delić Aščić, A.; Hrnjić Kuduzović, Z.; Banjić A. (2024). Solution-oriented Journalism: Attitudes of Journalism Students and the Representation of solutions in the reporting of Web Portals on Young People. *In media Res* 13 (25): 4135-4157.
6. Delić Aščić, A., (2023). *Novinarstvo digitalnog doba: Kako sačuvati profesiju?* Lijepa riječ: Tuzla.
7. Delić, A. (2021). Konstruktivno novinarstvo u bosanskohercegovačkim medijima: od izvještavanja usmjerenog na problem do izvještavanja usmjerenog na blagostanje? *CM: Communication and Media*, 16(49), 53-81.
8. Gyldensted, C. (2015). *From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. Lexington.
9. Haagerup, U. (2017). *Constructive News: How to save the media and democracy with journalism of tomorrow*. 2nd ed. Aarhus University Press.
10. Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is News?. *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488.

11. Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is News?. *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488.
12. Hermans, L., & Gyldensted, C. (2019). Elements of Constructive Journalism: Characteristics, Practical Application and Audience Valuation, *Journalism* 20(4), 535-551.
13. Kleemans, M., Schlindwein, L.F. & Dohmen, R. Preadolescents' Emotional and Prosocial Responses to Negative TV News: Investigating the Beneficial Effects of Constructive Reporting and Peer Discussion. *J Youth Adolescence* 46, 2060–2072 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0675-7>
14. Koutsounia, A. (2023). *How does negative media coverage of social work affect you?* <https://www.communitycare.co.uk/2023/10/03/how-does-negative-media-coverage-of-social-work-affect-you/>
15. Koutsounia, A. (2024). *Improving public perception of social work requires positive media exposure, say practitioners.* <https://www.communitycare.co.uk/2024/04/17/public-perception-social-work-media-exposure-readers-take/>
16. Kurtić, N. (2006). *Kod novinarstva*. MediaPlan Institut.
17. Levin-Keini, Noga & Shlomo, Shirley & Shoval, Revital & Ramon, Dan. (2022). Media Coverage of Child Welfare Social Workers and its Effect on Professional Self-Esteem: The Moderating Role of Family and Social Support. *The British Journal of Social Work*. 53. 10.1093/bjsw/bcac222.
18. Liedke, J. & Gottfried, J. (2022). *U.S. adults under 30 now trust information from social media almost as much as from national news outlets*. Retrieved June 27, 2023 from <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/10/27/u-sadults-under-30-now-trust-information-from-social-media-almost-asmuch-as-from-national-news-outlets/>.
19. Lough, K. & McIntyre, K. (2021). A systematic review of constructive and solutions journalism research. *U: Journalism*, 00 (0), 1-20.
20. Lough, K. & McIntyre, K. (2023). Evaluating the effects of solutions and constructive journalism: A systematic review of audience-focused

- research. U: *Newspaper Research Journal*, 00 (0), 1-21.
21. McIntyre, E. K. (2019). Solution Journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*, 13(8), 16-34.
  22. McIntyre, E. K. (2020). „Tell Me Something Good”: Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using the Google Assistant. *Electronic News*, 14(1), 37-54.
  23. McIntyre, E. K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), 20-34.
  24. Meier, K. (2018). How does the audience respond to constructive journalism? Two experiments with multifaceted results. *Journalism Practice*, 12(6), 764-780.
  25. Poort, M. (2018). Constructive journalism: An answer to the negativity of the news? A focus group study on the view on and the effects of constructive journalism in a European setting. *Master's thesis*. Södertörns University: Institute of Journalism
  26. Powers E., & Curry, A. (2019). NO QUICK FIX: How Journalists Assess the Impact and Define the Boundaries of Solutions Journalism. *Journalism studies*, 20(15), 2237-2257.
  27. Rasmussen, L. B. (2020). Approaching the news with a different attitude: Journalistic perceptions of constructive journalism in the Netherlands and in the UK. *Master's Thesis* at the Graduate School of Communication, Master's programme Communication Science, Erasmus Mundus Master's in Journalism, Media and Globalisation. Supervisor: Dhr. Tom Dobber MSc
  28. Rojas-Calderón A. (2024). Constructive Journalistic Roles in Environments of Social Complexity and Political Crisis. *Journalism and Media*. 2024; 5(2):626-645. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020042>
  29. Šerić, N., Dudić, A., (2019). Socijalni rad u javnom diskursu u Bosni i

- Hercegovini. *Socijalna politika*. Časopis za teoriju i praksu socijalne politike i socijalnog rada. Godina 54, broj 2, str. 99-117, ISSN 0038-0091 UDK 364:316.64(497.6)
30. Skorupan, T. (2021). Medijska slika o stručnim radnicima/cama centara za socijalni rad u Republici Srbiji i kvalitet izveštavanja o njihovom radu. *Mediji i komunikacija* 15 (2).
  31. Stanić, L. (2021). »Zašto djeca nisu oduzeta na vrijeme? «: Analiza medijskih izvještaja o socijalnim radnicima povodom medijski eksponiranih slučajeva zlostavljanja djeteta. *Ljetopis socijalnog rada*, 28 (2), 317-351. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v28i2.411>
  32. Thier, K., Abdenour, J., Wealth, B., & Smith Dahmen, N. (2021). A narrative solution: The relationship between solutions journalism, narrative transportation, and news trust. *Journalism*, 22(10), 2511–2530.
  33. UNESCO (2022). *Journalism Is a Public Good: World Trends in Freedom of Expression and Media Development, Global Report 2021/2022*. Paris: UNESCO. Retrieved May 25, 2023 from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379826>.
  34. Venrooij, Iris & Sachs, Tobias & Kleemans, Mariska (2021). The Effects of Constructive Television News Reporting on Prosocial Intentions and Behavior in Children: The Role of Negative Emotions and Self-Efficacy (in press). *Communications*. 10.1515/commun-2019-0151.
  35. Wenzel, A., Gerson, D. & Moreno, E. (2016). Engaging Communities Through Solutions Journalism. *Columbia Journalism Review*. Retrived November 5, 2023 from [https://www.cjr.org/tow\\_center\\_reports/engaging\\_communities\\_through\\_solutions\\_journalism.php](https://www.cjr.org/tow_center_reports/engaging_communities_through_solutions_journalism.php)

# Kako profesionalno novinarstvo može unaprijediti izvještavanje o socijalnim temama u Bosni i Hercegovini

Doc. dr. Enita Čustović, [enita.custovic@fpn.unsa.ba](mailto:enita.custovic@fpn.unsa.ba)  
Odsjek Komunikologija/Žurnalistika,  
Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu





## Uvod

Profesionalno novinarstvo predstavlja temelj informiranog društva i ima ključnu ulogu u razotkrivanju i razumijevanju društvenih problema. Njegova odgovornost prema javnosti ogleda se u osiguravanju objektivnih, provjerenih i relevantnih informacija, čime doprinosi kreiranju društvenog dijaloga i poticanju promjena. U Bosni i Hercegovini (u daljem tekstu: BiH), društvu koje se suočava sa specifičnim socio-ekonomskim i političkim izazovima, mediji imaju poseban zadatak: osvijetliti i problematizirati pitanja koja često ostaju zanemarena u javnom diskursu. Posebnu pažnju zaslužuju socijalne teme poput siromaštva, prava manjina, socijalne inkluzije i zaštite marginaliziranih grupa. Ovi problemi direktno utječu na svakodnevni život građana, ali nerijetko ostaju na marginama medijskog izvještavanja. Razlog tome leži u političkim pritiscima, nedostatku resursa i specijalizacije među novinarima, kao i niskoj medijskoj pismenosti publike. Mediji često podliježu senzacionalizmu ili površnom tretiranju ovih pitanja, čime se dodatno otežava razumijevanje problema i identifikacija mogućih rješenja.

Centralno pitanje ovog rada je *kako profesionalno novinarstvo u BiH može unaprijediti izvještavanje o socijalnim temama*, uzimajući u obzir postojeće standarde, izazove u praksi i primjere dobre prakse. Fokus je na identifikaciji ključnih prepreka s kojima se novinari suočavaju, ali i na strategijama koje mogu ojačati ulogu medija u promoviranju socijalne pravde. Također, ovaj rad nastoji objasniti kako edukacija novinara, podrška nezavisnim medijima i podizanje medijske pismenosti mogu doprinijeti kvalitetnijem izvještavanju i većoj svijesti građana o ovim pitanjima.

Pravilno informiranje o socijalnim temama nije samo pitanje medijske odgovornosti, već i značajan alat za jačanje demokratskih procesa i inkluzivnog društva u BiH. Upravo zato, profesionalno novinarstvo mora biti nosilac promjena, pružajući glas onima koji su često zanemareni i osiguravajući da se njihovi problemi predstave objektivno.

## **Uloga profesionalnog novinarstva u promociji socijalne pravde**

Profesionalno novinarstvo ima ključnu ulogu u promociji socijalne pravde, jer služi kao glas marginaliziranih grupa i katalizator za pozitivne društvene promjene. U društvima poput bosanskohercegovačkog, gdje nejednakost, siromaštvo i društvene nepravde predstavljaju svakodnevne izazove, mediji imaju odgovornost ne samo da informiraju, već i da educiraju javnost o važnosti inkluzije i pravde (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999; Baćević, 2004; Lipovčak, 2006). Kroz kvalitetno istraživačko novinarstvo, mediji mogu identificirati i osvijetliti strukturalne probleme, kao što su diskriminacija, nejednak pristup obrazovanju ili zdravstvu, te propusti u socijalnom sistemu. Priče koje otkrivaju sistemske probleme imaju moć potaknuti reakciju javnosti i utjecati na donošenje političkih odluka (Hromadžić, 2010). Naprimjer, izvještaji o neadekvatnim uvjetima života u domovima za nezbrinutu djecu ili o problemima u radu centara za socijalni rad često iniciraju javne rasprave i pozive na reforme. Osim razotkrivanja nepravdi, profesionalno novinarstvo je važno u edukaciji javnosti. Mediji mogu pružiti platformu za eksperte, aktiviste i članove zajednica kako bi podijelili svoja iskustva i ponudili rješenja. Kroz takve priče, publika dobiva širu perspektivu o društvenim problemima i postaje svjesnija potrebe za promjenom.

Uloga novinarstva u promociji socijalne pravde uključuje: (1) Podizanje svijesti: Kroz kontinuirano izvještavanje o problemima poput siromaštva, prava manjina i ravnopravnosti polova, mediji stvaraju prostor za širu diskusiju i senzibilizaciju javnosti. (2) Osnaživanje zajednica: Priče koje prikazuju pozitivne primjere društvenog angažmana ili uspješne projekte za pomoć marginaliziranim grupama mogu motivirati druge zajednice da preuzmu slične inicijative. (3) Odgovornost institucija: Mediji služe kao posrednici između građana i vlasti, ističući probleme koje institucije često ignorišu. Kritičkim izvještavanjem, novinari ukazuju na odgovornost donosilaca odluka.

Međutim, da bi profesionalno novinarstvo ispunilo ovu ulogu, ključno je osigurati poštivanje etičkih standarda i nepristrasnost (Čupić, 2010; Dej, 2008; Korni, 1999; Malović, Ricchiardi i Vilović, 1998). Novinari moraju biti pažljivi u izvještavanju o ranjivim skupinama, izbjegavajući senzacionalizam i stigmatizaciju. Osim toga, edukacija novinara o specifičnostima socijalnih tema, kao i podrška nezavisnim

medijima, od suštinske su važnosti za unapređenje njihove uloge u promociji socijalne pravde. Promocija socijalne pravde putem novinarstva ne završava na informiranju – ona uključuje i aktivnu ulogu u kreiranju javnog diskursa koji podržava inkluziju, jednakost i ljudska prava. Na taj način, profesionalno novinarstvo postaje ne samo svjedok društvenih problema, već i pokretač promjena.

## **Ključni standardi profesionalnog novinarstva**

Profesionalno novinarstvo temelji se na visokim etičkim standardima koji osiguravaju kvalitetu, vjerodostojnost i odgovornost izvještavanja. Ovi standardi su ključni za očuvanje integriteta novinarske profesije i njene sposobnosti da informira, educira i potiče društvene promjene. U kontekstu izvještavanja o socijalnim temama, pridržavanje ovih standarda postaje još važnije, budući da mediji imaju potencijal oblikovati javnu percepciju i stavove javnosti. Ključni standardi koji čine osnovu profesionalnog novinarstva uključuju:

- Istinitost i provjera činjenica. Istinitost je najvažniji princip novinarstva. Novinari su dužni osigurati da sve informacije koje plasiraju u javnost budu tačne, provjerene i potvrđene iz više različitih i međusobno nepovezanih izvora. U izvještavanju o socijalnim temama, istinitost je od krucijalne važnosti, jer netačne informacije mogu dovesti do pogrešnog razumijevanja situacije ili ojačati stereotipe i stigmatizaciju određenih društvenih grupa.
- Nepriistrasnost. Novinarstvo se temelji na neutralnosti i priistrasnost je neprihvatljiva. Profesionalni novinari moraju pružiti informacije koje omogućavaju publici da donese vlastite zaključke, bez da im nameću lična mišljenja ili političke stavove. U izvještavanju o socijalnim temama, ovo je posebno važno, jer emocije često mogu utjecati na način na koji su vijesti predstavljene. Novinari moraju dobro procijeniti koje informacije i na koji način mogu objaviti, kako ne bi povrijedili nečije osjećaje, narušili integritet i dostojanstvo osjetljivih kategorija stanovništva, posebno kada se radi o djeci.
- Nezavisnost. Profesionalni novinari moraju djelovati u najboljem interesu

javnosti (Kunczik i Zipfel, 2006), slobodni od vanjskih utjecaja i pritisaka, bilo političkih, ekonomskih ili društvenih. Nezavisnost je temelj svakog novinarskog istraživanja i ključna za očuvanje kredibiliteta. To uključuje jasno odvajanje novinarskog rada od komercijalnih i političkih interesa, kao i od ličnih stavova novinara. U BiH, gdje mediji često trpe političke pritiske, ovaj standard je od izuzetne važnosti kako bi se osigurala objektivnost i nepristrasnost u izvještavanju o socijalnim temama.

- Etičnost. Etičnost u novinarstvu podrazumijeva odgovornost novinara da izbjegavaju štetne ili neetičke postupke, kao što su zadiranje u privatnost, iznošenje neprovjerenih informacija ili zloupotreba njihovog utjecaja. To uključuje i zaštitu ranjivih skupina i pojedinaca. U izvještavanju o socijalnim temama, posebno je važno poštovati ljudsko dostojanstvo i osigurati da izvještaji ne dovedu do daljnje stigmatizacije.
- Transparentnost i odgovornost. Novinari moraju biti odgovorni za svoj rad i odgovorni prema javnosti, te svaku informaciju provjeriti iz najmanje dva nezavisna izvora. Osim toga, novinari su obavezni da objave demantij ukoliko se utvrdi da su objavili netačnu informaciju.
- Osjetljivost i poštovanje digniteta žrtava. Pri izvještavanju o socijalnim temama, novinari moraju pokazati posebnu osjetljivost prema temama koje uključuju žrtve ili ranjive grupe.

## **Izazovi u izvještavanju o socijalnim temama u Bosni i Hercegovini**

Novinari se suočavaju s brojnim preprekama koje značajno utječu na njihov rad, među kojima su:

- Ograničen pristup informacijama. Novinari ponekad nisu u mogućnosti dobiti sve relevantne informacije, zbog nespremnosti institucija ili pojedinaca da informacije dijele u javnost, nedostatka želje za saradnjom ili nedostatka stručnjaka koji su osposobljeni za komuniciranje prema javnostima.
- Politički pritisci. Nezavisnost novinara u BiH često je ugrožena političkim utjecajem na medije. Političke stranke i drugi centri moći često koriste različite strategije kako bi kontrolirali narative koji se plasiraju u javnost.

- Ograničeni resursi. Nedostatak finansijskih sredstava jedan je od glavnih izazova za istraživačko novinarstvo u BiH. Većina medija djeluje s minimalnim budžetima, što direktno utječe na radne uvjete novinara.
- Nedostatak specijalizacije. Kompleksne socijalne teme, kao što su siromaštvo, prava manjina, socijalna inkluzija ili zaštita marginaliziranih grupa, zahtijevaju temeljito poznavanje konteksta.

## **Primjeri dobre prakse u Bosni i Hercegovini**

Kako je prethodno istaknuto, izvještavanje o socijalnim temama u BiH suočava se s brojnim izazovima, ali postoje i inicijative i primjeri koji demonstriraju kako novinarstvo može igrati pozitivnu ulogu u rješavanju socijalnih problema, od razotkrivanja nepravdi do promocije socijalnih pravdi i ljudskih prava.

- Web portali. Kao primjer dobre prakse navest ćemo web portal “Buka”, jedan od medijskih kanala koji se izdvaja svojim pristupom izvještavanju o socijalnim temama, poput siromaštva, nejednakosti i ljudskih prava. Ovaj portal često donosi opsežna istraživanja i reportaže koje otvaraju prostor za širu javnu raspravu o društvenim problemima. Primjeri uključuju izvještaje o teškoj socijalnoj situaciji u manjim zajednicama, neadekvatnoj socijalnoj zaštiti, žrtvama nasilja, kao i priče o marginaliziranim grupama kao što su osobe s invaliditetom. Pomenuti portal koristi multimedijalni pristup, uključujući tekstove, video materijale i infografike, kako bi složene socijalne teme učinio pristupačnijima i razumljivijima široj javnosti.
- Lokalne televizije i radijske stanice. Ovi mediji često emituju reportaže o socijalnim pitanjima koja direktno pogađaju lokalne zajednice, kao što su nezaposlenost, pristup obrazovanju i zdravstvenoj zaštiti, te podrška starijim i invalidnim osobama. Na ovaj način pruža se platforma za građane da dijele svoja iskustva, čime se povećava odgovornost vlasti prema potrebama zajednice.
- Projekti i inicijative za podizanje svijesti o socijalnim pravima. Mediji u BiH također provode projekte i inicijative usmjerene na podizanje svijesti o socijalnim pravima, uključujući pravo na obrazovanje, zdravstvenu zaštitu i zapošljavanje. Takvi projekti često koriste dokumentaristički

pristup i reportaže sa stvarnim pričama iz života ljudi koji se bore s društvenim nepravdama. Ove inicijative pomažu razbiti stereotipe i omogućavaju bolju razumljivost socijalnih pitanja među širom publikom. Primjer: Fondacija CURE pokrenula je projekt koji se bavi pravima žena i žrtvama nasilja, uključujući edukaciju novinara o tome kako izvještavati o ovim temama, ali i konkretne akcije u medijima za povećanje svijesti o nasilju nad ženama.

## **Preporuke za unapređenje izvještavanja o socijalnim temama**

Sljedeće preporuke pružaju smjernice za novinare, novinarske organizacije, medije i akademske institucije kako bi se poboljšao kvalitet izvještavanja o socijalnim pitanjima:

- Edukacija novinara o socijalnim temama. Jedna od ključnih prepreka u izvještavanju o socijalnim temama u BiH je nedostatak specijalizacije među novinarima. Mnogi novinari nemaju dovoljno znanja o kompleksnim pitanjima kao što su socijalna inkluzija, prava manjina, mentalno zdravlje ili zaštita okoliša. Edukacija novinara o socijalnim pitanjima može pomoći u razvoju novinarskih vještina potrebnih za precizno i odgovorno izvještavanje. Preporučuje se organiziranje radionica, seminara i edukativnih programa koji bi omogućili novinarima da bolje razumiju temeljne socijalne i društvene izazove. Također, saradnja s akademskom zajednicom i stručnjacima iz područja socijalnog rada, prava manjina, i socijalne zaštite može pružiti novinarima bolje alate za izvještavanje o tim pitanjima.
- Podrška istraživačkom novinarstvu. Istraživačko novinarstvo je ključno za razotkrivanje socijalnih nepravdi. Osiguravanje finansijske podrške za istraživačke projekte usmjerene na socijalne teme može pomoći novinarima da pokriju osjetljive teme koje su često zanemarene u mainstream medijima.
- Podizanje medijske pismenosti publike (Poter, 2011). Medijska pismenost ima ključnu ulogu u oblikovanju stavova publike prema novinarstvu i socijalnim pitanjima (Zgrablić Rotar, 2005; Tajić, 2013; Dizdar, Turčilo,

Rašidović, Hajdarpašić, 2014; Ibrahimbegović Tihak, 2015; Car, Turčilo i Matović, 2015; Trninić, 2017; Turčilo, Osmić i Žiga, 2017; Hodžić, Petković i Bašić Hrvatin, 2019; Hodžić i Sokol, 2019; Vajzović, Hibert, Turčilo, Vučetić i Silajdžić, 2021). Edukacija građana o tome kako analizirati vijesti, prepoznati pristrasnost i kritički pristupiti informacijama može pomoći u razvoju kritičkog razmišljanja. Preporučuje se organiziranje edukativnih kampanja i radionica za građane o medijskoj pismenosti, kao i uključivanje temeljnih principa medijske pismenosti u obrazovni sistem. Ovo bi omogućilo građanima da bolje razumiju kako novinarstvo oblikuje njihovu percepciju svijeta, a istovremeno bi podržalo kvalitetne medije i novinare koji rade na promicanju socijalne pravde.

- Povećanje saradnje s nevladinim organizacijama. Nevladine organizacije (NVO) u BiH imaju veliko iskustvo u radu sa socijalno ugroženim grupama i posjeduju važnu bazu podataka koja može pomoći novinarima u izvještavanju. Saradnja između novinara i NVO-a može omogućiti pristup tačnim podacima, relevantnim informacijama i stvarnim pričama ljudi koji se suočavaju s društvenim nepravdama.
- Korištenje vizualnih tehnologija i interaktivnog sadržaja. Socijalne teme, poput siromaštva, diskriminacije ili nezaposlenosti, mogu biti složene za prikazivanje kroz samo tekstualne izvještaje. Korištenje vizualnih tehnologija poput infografika, video reportaža i interaktivnih sadržaja može pomoći u boljoj prezentaciji ovih tema, čineći ih razumljivijima i pristupačnijima široj publici.
- Jačanje etičkih smjernica i profesionalnih standarda. Novinari u BiH suočavaju se s velikim izazovima u pogledu političkih pritisaka, senzacionalizma i neetičkog izvještavanja, naročito u vezi s osjetljivim socijalnim temama. Unapređenje novinarskih etičkih smjernica i profesionalnih standarda može pomoći u očuvanju integriteta novinarske profesije i povećanju povjerenja publike. Preporučuje se redovno organiziranje seminara i radionica o novinarskoj etici, s posebnim naglaskom na socijalne teme, te razvijanje smjernica za novinare koje će im pomoći da izvještavaju odgovorno i etički, bez stvorene negativne percepcije ili stigmatizacije određenih društvenih grupa.

## **Izveštavanje o radu socijalnih radnika u Bosni i Hercegovini**

Socijalni radnici imaju ključnu ulogu u pružanju podrške ranjivim kategorijama društva, međutim izvještavanje o njihovom radu u medijima često je neadekvatno ili senzacionalističko (v. Debor, 2010). Mediji se često fokusiraju na izolirane slučajeve ili kontroverzne teme, dok širi kontekst njihovog rada i izazovi s kojima se suočavaju ostaju zanemareni. Ipak, postoje primjeri dobre prakse kada lokalni mediji, poput regionalnih televizijskih stanica, povremeno prikazuju reportaže o ulozi socijalnih radnika u kriznim situacijama. Međutim, ovi primjeri su rijetki i često zavise od partnerstva s nevladinim sektorom.

Izveštavanje o radu socijalnih radnika zahtijeva poseban pristup:

- **Kontekstualizacija problema:** Priče o socijalnim radnicima trebaju uključivati širi kontekst njihovog rada, uključujući sistemske izazove poput nedostatka resursa, preopterećenosti i neadekvatne institucionalne podrške.
- **Isticanje pozitivnih primjera:** Mediji imaju ključnu ulogu u promoviranju uspješnih priča o socijalnim radnicima koji su napravili značajne promjene u zajednici, čime se podiže svijest o važnosti njihovog rada.
- **Etičko izvještavanje:** Prilikom izvještavanja o osjetljivim temama, novinari moraju osigurati da se ne ugrozi privatnost i dostojanstvo korisnika usluga socijalnog rada.

Na osnovu rečenog, neke od preporuka za unapređenje izvještavanja o socijalnom radu podrazumijevaju edukacije za novinare kako bi bolje razumjeli specifičnosti socijalnog rada, kao i uspostava saradnje između medija i socijalnih radnika kako bi se medijima olakšao pristup vjerodostojnim informacijama. Također, važno je promovisati pozitivne priče o radu socijalnih radnika kako bi se smanjili stereotipi i povećalo povjerenje javnosti u sistem socijalne zaštite.



## Zaključak

Profesionalno novinarstvo, s obzirom na njegovu odgovornost prema društvu, ima ključnu ulogu u oblikovanju javne svijesti, posebno kada se radi o socijalnim temama koje direktno utječu na svakodnevni život građana. U Bosni i Hercegovini, gdje su socijalni problemi kao što su siromaštvo, nezaposlenost, prava manjina i društvena isključenost još vrlo prisutni, novinari imaju zadatak ne samo izvještavati o tim pitanjima, već i doprinositi stvaranju rješenja kroz informiranje, edukaciju i podizanje svijesti među građanima. Izvještavanje o socijalnim temama u BiH suočava se s mnogim izazovima, među kojima se izdvaja politički utjecaj na medije, nedostatak specijaliziranih novinara i ograničeni resursi za istraživačko novinarstvo. Ipak, upravo u takvim okolnostima, uloga novinara postaje još važnija, jer (kvalitetno) novinarstvo može razotkriti nepravde, ukazati na zapostavljene grupe i postaviti temelje za društvene promjene.

Novinari moraju biti odgovorni, profesionalni i osjetljivi na posljedice svojih izvještaja, kako bi izbjegli dodatnu stigmatizaciju ranjivih grupa i kako bi izbjegli bilo kakve oblike senzacionalizma koji mogu dodatno pogoršati situaciju.

Kako bi izvještavanje o socijalnim temama bilo kvalitetnije, preporučuje se daljnje ulaganje u obuku novinara, povećanje medijske pismenosti među građanima, podršku istraživačkom novinarstvu i jačanje saradnje između medija, nevladinih organizacija i akademske zajednice. Korištenje multimedijalnih alata, kao što su video reportaže, infografike i interaktivni sadržaji, može dodatno pomoći u prezentaciji složenih socijalnih problema i učiniti ih pristupačnijima široj publici. Na kraju, uloga profesionalnog novinarstva u promociji socijalne pravde u BiH ne smije biti potcijenjena. Novinari moraju biti pokretači promjena, koji će postavljati društvena pitanja na dnevni red, tražiti odgovornost od vlasti i drugih društvenih aktera, te omogućiti da se glas onih koji su najranjiviji u društvu bolje čuje. Kroz poštivanje novinarskih standarda i kontinuiranu edukaciju, novinari mogu doprinijeti stvaranju informirane, pravedne i društveno odgovorne zajednice.

## Korištena i preporučena literatura

1. Baćević, Lj. (2004) *In media res: efekti medija*. Beograd: Institut društvenih nauka.
2. Car, V., Turčilo, L. i Matović, M. (2015) *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
3. Čupić, Č. (2010) *Medijska etika i medijski linč*. Beograd: Čigoja štampa.
4. Debor, G. (2010) *Društvo spektakla*. Beograd: Porodična biblioteka br. 4.
5. Dej, L. A. (2008) *Etika u medijima: primjeri i kontroverze*. Beograd: Klub PLUS.
6. Dizdar, S., Turčilo, L., Rašidović, B. E., Hajdarpašić, L. (2014) *Informacijska pismenost, Smjernice za razvoj inovativnih mrežnih modula*. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu.
7. Hodžić, S. i Sokol, A. (2019) *Surfanje po tankom ledu: mladi, mediji, problematični sadržaji*. Sarajevo: Fondacija za razvoj medija i civilnog društva „Mediacentar“.
8. Hodžić, S., Petković, B., Bašić Hrvatin, S. (2019) *Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika*. Sarajevo: Fondacija za razvoj medija i civilnog društva Mediacentar. Dostupno na: [https://www.media.ba/sites/default/files/medijska\\_i\\_informacijska\\_pismenost\\_u\\_bosni\\_i\\_hercegovini\\_final.pdf](https://www.media.ba/sites/default/files/medijska_i_informacijska_pismenost_u_bosni_i_hercegovini_final.pdf) (pristup: 20.11.2024.).
9. Hromadžić, H. (2010) Recepcija masovnih medija i njihova utjecaja u širem kontekstu kritičke teorije društva, u: *Kritička teorija društva*. Banja Luka: Udruženje za filozofiju i društvenu misao, str. 158-170.
10. Ibrahimbegović Tihak, V. (Ur.) (2015) *Medijska pismenost u digitalnom dobu*. Sarajevo: INTERNEWS u Bosni i Hercegovini.
11. Kornj, D. (1999) *Etika informisanja*. Beograd: Clio.
12. Košir, M., Zgrabljic, N. i Ranfl, R. (1999) *Život s medijima*. Priručnik za odgoj s medijima. Zagreb: Doron.
13. Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Friedrich Ebert Stiftung.
14. Lipovčak, S. (2006) *Mediji - druga zbilja? Rasprave, ogledi i interpretacije*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
15. Malović, S., Ricchiardi, S. i Vilović, G. (1998) *Etika novinarstva*. Zagreb: Izvori.

16. Poter, Dž. (2011) *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.
17. Tajić, L. (2013) *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: INTERNEWS u Bosni i Hercegovini.
18. Trninić, D. (2017) *Konceptualni okvir medijske pismenosti*. Banja Luka: Udruženje za filozofiju i društvenu misao.
19. Turčilo, L., Osmić, A. i Žiga, J. (2017) *Mladi, politika i mediji*, priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih. Sarajevo: Friedrich Ebert Stiftung.
20. Vajzović, E., Hibert, M., Turčilo, L., Vučetić, V. i Silajdžić, L. (2021) *Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
21. Zgrabljic Rotar, N. (2005) *Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji*, u: Zgrabljic Rotar, Nada (Ur.) *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Mediacentar, str. 9-45.

# **Biografije autorica**

**Anida Dudić-Sijamija** je docentica na Odsjeku za socijalni rad na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, gdje predaje nastavne discipline: *Socijalni rad s pojedincem*, *Socijalni rad s grupom*, *Terenska praksa 3* na prvom ciklusu studija, te *Etika socijalnog rada* i *Medijacija u socijalnom radu* na drugom ciklusu studija.

Objavila je naučne i stručne radove u referentnim međunarodnim i domaćim časopisima, te bila angažirana na domaćim i međunarodnim istraživačkim projektima. Učestvovala je u radu više domaćih i međunarodnih naučnih skupova, konferencija, seminara, edukacija i radionica.

Objavljene knjige u koautorstvu su: *Studija o mladima 2018/19*, *Youth study 2018/19*, *Naučnoistraživačka studija Socijalni rad u obrazovanju (2019)*, *Studija o mladima - istraživanje položaja, mišljenja i stavova mladih u Bosni i Hercegovini (2024)*. Urednik je *Zbornika radova: Terenska praksa i socijalni rad u doba pandemije COVID-19: Iskustva iz Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske (2023)*, te publikacije *Smjernice za unapređenje mentalnog zdravlja mladih: savjeti stručnjaka iz područja mentalnog zdravlja (2024)*.

**Sanela Šadić** je redovna profesorica na Odsjeku za socijalni rad na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Rođena je 1973. godine u Sarajevu. Diplomirala je socijalni rad na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu (1998). Magistrirala je na University of Applied Sciences, Alice-Salomon-Fachhochschule Berlin, na međunarodnom postdiplomskom studiju *Intercultural Work and Conflict Management (2002)*, na temu *The Phenomenon of Prejudices in bh. Social Work Practice*. Doktorirala je na Fakultetu političkih nauka na temu *Socijalna prava u sistemu ljudskih prava i socijalni rad (2009)*.

Završila je i dvogodišnju edukaciju iz realitetne terapije i teorije izbora (2006). U zvanju vanrednog profesora je od 2015. godine. Predaje nastavne discipline: *Socijalni rad s pojedincem*, *Socijalni rad s porodicom*, *Socijalni rad s grupom*, *Ljudska prava i socijalni rad* i *Etika socijalnog rada*.

Autor je knjige *Ljudska prava i socijalni rad* (2014), u koautorstvu je objavila knjige: *Social Work Case Analysis-Global Perspective* (2018), *Nasilje u porodično-razvojna studija u BiH* (2005), *Problemi djece i omladine u kontekstu ljudskih prava* (2006), te *Praktikuma za socijalne radnike o pojavi i pojavnim oblicima – Radne eksploatacije djece – Trgovine ljudima u svrhu seksualnog iskorištavanja – Prostitucije – Pornografije i pedofilije*. Samostalno i u koautorstvu ima objavljene naučne i stručne tekstove u referentnim međunarodnim i domaćim časopisima. Kao gostujući profesor predavala je na univerzitetima u zemlji i inostranstvu.

Sudjelovala je u organizaciji međunarodnih i domaćih naučnih konferencija, u naučno-istraživačkim projektima, te izlagala na velikom broju konferencija. Članica je International Association od Schools of Social Work i Udruženja socijalnih radnika Kantona Sarajevo.

**Gordana Berc** je redovna profesorica na Studijskom centru socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

Rođena je 1970. godine u Zagrebu, gdje je završila osnovnu i srednju školu. Godine 2009. je na Studijskom centru socijalnog rada, odbranila doktorsku disertaciju pod naslovom „Obiteljska kohezivnost u kontekstu sukoba radne i obiteljske uloge roditelja“.

Od 2001. do danas godine zaposlena je na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu na Studijskom centru socijalnog rada, Katedra za područja socijalnog rada na kojoj predaje predmete na prijediplomskom i diplomskom studiju (Osnove savjetovanja, Socijalni rad u odgoju i obrazovanju, Socijalni rad usmjeren na unapređenje partnerskih i obiteljskih odnosa, Posebni pristupi savjetovanju) i dva izborna predmeta na poslijediplomskim programima. Sudjelovala je na nekoliko znanstvenih nacionalnih i međunarodnih projekata, objavila je 40-ak znanstvenih radova, te izložila preko 50-ak radova na međunarodnim, domaćim konferencijama i seminarima.

U 2008. godini sudjelovala je na šestomjesečnom Junior Faculty Development Programu (JFDP) kao mlađi asistent na Sveučilištu u St. Thomas i Sveučilištu St. Catherine, St. Paul, Minnesota (SAD). Temeljem tog iskustva je uvela je dva izborna kolegija (Socijalni rad u odgoju i obrazovanju te Posebni pristupi savjetovanju) koji se izvode od 2009. godine.

U 2012. godini dobila je Katherine A. Kendall stipendiju na Univerity of St. Thomas, SAD. Završila je edukacije u području savjetovanja i psihoterapije. Radila je kao terapeut u klubu liječenih alkoholičara i kao savjetovateljica u obiteljskom savjetovalištu Caritasa Zagrebačke nadbiskupije. Od 2021. godine radi na poziciji predstojnice Studijskog centra socijalnog rada.

**Marina Milić** je vanredna profesorica na Studijskom centru socijalnog rada Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu Diplomirala je 2005. godine, a doktorirala 2010. godine Od 2007. godine radi na Studijskom centru socijalnog rada. Predmetni je nastavnik na nekoliko kolegija, uključujući *Osnove savjetovanja i Terensku praksu iz osnova savjetovanja na trećoj godini*, *Socijalni rad i djeca s teškoćama u razvoju* na četvrtoj godini te *Socijalni rad i ljudska prava* na petoj godini studija.

Voditeljica je Savjetovališta za studente Pravnog fakulteta, Upravnog studija i Studija socijalnog rada. Područja znanstvenog i stručnog interesa uključuju komunikaciju i savjetovanje, psihoterapiju i rad s klijentima, geštalt psihoterapiju, te unapređenje položaja djece s teškoćama u razvoju, mladih i odraslih osoba s invaliditetom i njihovih porodica. Posebno se bavi roditeljstvom i izazovima u odgoju djece s teškoćama u razvoju, pružanjem formalne podrške studentima tokom studija, pitanjima vezanim uz ranjive skupine studenata, kao i ljudskim pravima i socijalnim radom.

**Lamija Silajdžić** je docentica na Odsjeku Komunikologija/Žurnalistika na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Rođena je 1989. godine u Zenici. Prvi i drugi ciklus studija završila je na Odsjeku Komunikologija/Žurnalistika Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Dobitnica je dva priznanja "Zlatna značka Univerziteta u Sarajevu" kao najbolji student Fakulteta političkih nauka na prvom i drugom ciklusu studija. U zvanje asistenta izabrana je 2016. godine, a u zvanje višeg asistenta 2020. godine. Doktorirala je na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, te u zvanje docenta izabrana u junu 2023. godine.

Učestvovala je i izlagala na više domaćih i međunarodnih konferencija i seminara, te je objavila respektabilan broj stručnih i naučnih radova, te prikaza knjiga u referentnim časopisima i zbornicima. Koautorica je knjige „Medijska i informacijska pismenost: dizajn učenja za digitalno doba“ (2021).

Radila je kao projektni menadžer, asistent i istraživač u nekoliko domaćih i međunarodnih naučnoistraživačkih projekata, realizovanih u saradnji sa domaćim i međunarodnim organizacijama. Radila je kao novinarka u Informativnom programu Radio-televizije Bosne i Hercegovine.

**Amela Delić Ašćić** je docentica na Odsjeku Žurnalistika na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli.

Žurnalistiku je diplomirala 2012. godine, a za uspjeh na studiju dobila je Zlatnu plaketu Univerziteta u Tuzli za najboljeg studenta Filozofskog fakulteta u svojoj generaciji. Magistrirala je 2015. godine na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Tuzli, a doktorirala 2020. godine na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Kao asistentica i viša asistentica na Univerzitetu u Tuzli radila je od 2013. do 2022. godine.

Trenutno je zaposlena kao docentica na Odsjeku Žurnalistika Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli. Od februara do kraja juna 2022. godine boravila je kao Fulbright stipendista na Univerzitetu u Juti, Odsjek za komunikologiju, gdje je radila svoje postdoktorsko istraživanje i održala nekoliko predavanja.

**Enita Čustović** je docentica na Odsjeku Komunikologija/Žurnalistika na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Rođena je 1982. godine u Sarajevu. U zvanju docenta angažovana je na predmetima Mediji i komunikacije, Retorika i kultura govora, Novinarska stilistika (BA) i Uvod u mediologiju (MA).

Diplomirani žurnalista, magistar političkih nauka u oblasti diplomatije i doktor društvenih nauka (novinarstvo). Završila je i postdiplomski studij „Komunikologija, Odnosi s javnostima“ na Odsjeku Žurnalistike/Komunikologije Fakulteta političkih nauka.



Objavila je više naučnih, stručnih radova i prikaza knjiga te učestvovala na velikom broju respektabilnih konferencija i skupova u zemlji i inostranstvu. Lektorisala je znatan broj knjiga i publikacija, bavila se uredništvom publikacija i časopisa, učestvovala u različitim projektima, te održala veliki broj seminara i treninga iz retorike, javnog nastupa, prezentacijskih i komunikacijskih vještina.

# Recenzije

## Recenzija 1

Socijalni radnici često su najveće žrtve trenutnog stanja u kojem se profesija nalazi. Na njih negativno utječe nizak nivo institucionalne podrške, neadekvatni uslovi rada, kao i neinformisanost i predrasude javnosti. Socijalni radnici su marginalizirani, suočeni s kritikama zbog sistema koji ne funkcioniše optimalno i uglavnom nemaju ravnopravan status s drugim profesionalcima.

Mediji senzacionalističkim izvještavanjem o kontroverznim slučajevima nerijetko doprinose širenju stereotipa i nepovjerenja prema socijalnim radnicima, što dodatno otežava položaj socijalnih radnika. Umjesto da se pažnja usmjeri na sistemske izazove, nerijetko su pojedini socijalni radnici označeni kao glavni krivci, čime se stvara nepravda prema njihovom doprinosu društvu.

Zbornik *Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini* pokušava da objasni kompleksne veze između profesije socijalnog rada, medija i društva. Ova je tema do sada bila marginalno zastupljena i ovaj Zbornik predstavlja prvi sveobuhvatan pristup koji detaljno analizira ovu problematiku.

Publikacija se sastoji od pet radova koji obrađuju ključne aspekte medijskog izvještavanja o profesiji socijalnog rada, kako u Bosni i Hercegovini, tako i u širem regionalnom kontekstu. Sadržaj je tematski podijeljen na uvodna poglavlja o percepciji profesije, analize specifičnih izazova, te preporuke za poboljšanje odnosa između medija i socijalnih radnika. Pored lokalnih iskustava, Zbornik uključuje i komparativne primjere iz Hrvatske, kao i uporedne analize s razvijenim državama poput Švedske, SAD-a i Kanade.

Ovaj Zbornik doprinosi razumijevanju uloge medija u oblikovanju javne percepcije socijalnog rada kroz kritičku analizu postojećeg stanja, identifikaciju problema i predlaganje konkretnih mjera za unapređenje. Radovi uključuju interdisciplinarni pristup, kombinirajući perspektive iz socijalnog rada, komunikologije i medijskih studija. To ih čini relevantnim za istraživače, praktičare i donosioce politika.

Ključni doprinosi ogledaju se u tome što je ovim Zbornikom tematizirana važna i često zanemarena tema. U radovima se pružaju preporuke za unapređenje medijskog izvještavanja i poboljšanje profesionalnog statusa socijalnih radnika, a kombinacija teorijskih i praktičnih perspektiva doprinosi široj primjeni

zaključaka. Nasuprot tome, nedostatak kvantitativnih podataka ograničava mogućnost generalizacije nalaza.

Preporuke koje su date u Zborniku nesumnjivo mogu dovesti do poboljšanja položaja profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini. Sasvim je jasno da teret odgovornosti u ovom slučaju trebaju podijeliti različiti akteri – javne vlasti, socijalni radnici, nevladin sektor, mediji i novinari. No, ne treba očekivati naročito spektakularne rezultate. Nova istraživanja i analize u ovom području trebaju nam odgovoriti na pitanje da li je moguće da postojeća struktura medijskog sistema, u kojoj primarnu ulogu ima profit, osigura radikalno drugačije predstavljanje profesije socijalnog rada koje će pažljivo odvagati interese korisnika usluga, socijalnih radnika i šire društvene zajednice.

Ovaj Zbornik popunjava značajnu prazninu u dosadašnjoj literaturi, pružajući detaljan uvid u način na koji mediji oblikuju percepciju socijalnog rada i socijalnih radnika u društvu, te očekujem da bude koristan alat za istraživače, edukatore i praktičare u području socijalnog rada i medija.

U Sarajevu, 30.11.2024. godine

Prof. dr. Amer Džihana

Univerzitet u Zenici

## Recenzija 2

Zbornik radova predstavlja rezultat prve naučne konferencije sa međunarodnim učešćem na temu *Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini*, na kojoj su prezentirani vrijedni napori autorica o medijskom izvještavanju o socijalnom radu, čime je dat značajan doprinos u razumijevanju medijske slike i uloge medija u formiranju javne percepcije o profesijama, uključujući i socijalni rad.

Zbornik sadrži pet (5) radova u kojima se sa različitih aspekata pristupa rasvjetljavanju realnih izazova sa kojima se susreću socijalni radnici, s jedne strane, i novinari u procesima izvještavanja, s druge strane. Pored analize medijske percepcije socijalnog rada, kroz izazove i primjere dobre prakse izvještavanja u međunarodnom kontekstu, Zbornik donosi dio rješenja izazova susreta struke sa medijima, nudeći izvanrednu strategiju za poboljšanje odnosa profesije socijalnog rada i medija, što predstavlja posebnu vrijednost i značaj ovog Zbornika.

Pitanja etičkih standarda, uloge profesionalnog i konstruktivnog novinarstva kroz objektivno izvještavanje u kreiranju realne medijske slike, unapređenja i afirmacije saradnje medija i socijalnih radnika, su neka od onih čije odgovore pronalazimo u radovima ovog Zbornika.

Svjesni činjenice da mediji kao alati informisanja javnosti mogu itekako doprinijeti realnijoj slici stanja društva, kao i poboljšanju percepcije profesija, uvjeren sam da će objavljivanje ovog Zbornika potaknuti kritičko razmišljanje koje će izroditi konkretnim pomacima u pravcu kvalitetnije saradnje svih važnih aktera u kreiranju pozitivne medijske slike o socijalnom radu.

Stoga, svesrdno preporučujem objavljivanje Zbornika *Medijska slika profesije socijalnog rada u Bosni i Hercegovini* kojeg su za štampu pripremile urednice doc. dr. Anida Dudić Sijamija i prof.dr. Sanela Šadić, uz sve pohvale autoricama.

U Tuzli, 03.12.2024. godine

Doc.dr. Nusreta Salić

Univerzitet u Tuzli



