



Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika

Sanela Hodžić, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić



Ovaj izvještaj je produciran uz finansijsku podršku Evropske unije. Sadržaj izvještaja je isključivo odgovornost partnera projekta "Mediji za građane – građani za medije" i autorica i ni pod kojim okolnostima se ne može smatrati da odražava stavove Evropske unije.

Naslov: Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika

Izdavač: Fondacija za razvoj medija i civilnog društva "Mediacentar", Koševo 26, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina (www.media.ba)

Za izdavača: Maida Muminović

Autorice: Sanela Hodžić, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić

Izvršna urednica izdanja za Bosnu i Hercegovinu: Sanela Hodžić

Urednica regionalnog izdanja: Brankica Petković

Lektura: Amela Šehović

Tehnička urednica i korektorka: Mirela Rožajac-Zulčić

Dizajn: Slaviša Starčević

Prijelom i priprema: Samira Salihbegović

Tiraž: 100 primjeraka

Štamparija: Blicdruk d.o.o.

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774(497.6)
001.102(497.6)

HODŽIĆ, Sanela

Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini : brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika / Sanela Hodžić, Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić. - Sarajevo : Fondacija za razvoj medija i civilnog društva Mediacentar, 2019. - 90 str. ; 20 x 18 cm

O autoricama: str. 90. - Bibliografija i druge bilješke uz tekst.

ISBN 978-9958-584-22-0
1. Petković, Brankica 2. Bašić Hrvatinić, Sandra
COBISS.BH-ID 27085062

**Medijska i informacijska
pismenost u Bosni i
Hercegovini: brojne
inicijative civilnog
sektora i nedostatak
javnih politika**

Mediji za građane – građani za medije je projekat sedam organizacija za razvoj medija na Zapadnom Balkanu (Fondacija „Mediacentar“, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Novosadska novinarska škola, Mirovni institut, SEENPM), koji je usmjeren ka izgradnji kapaciteta organizacija civilnog društva za unapređenje medijske i informacijske pismenosti (MIP).

„Mediji za građane – građani za medije“

Media for Citizens – Citizens for Media

www.seenpm.org

<https://www.facebook.com/seenpm.org/>

@SEENPM_org

www.cimusee.org

<https://www.facebook.com/CIMUSEE/>

@CIMU_SEE

Za sve informacije o projektu, možete nas kontaktirati na **admin@seenpm.org** i **kontakt@media.ba**.



Sadržaj

Predgovor	7
Sanela Hodžić MEDIJSKA I INFORMACIJSKA PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika	9
Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatinić MEDIJSKA I INFORMACIJSKA PISMENOST NA ZAPADNOM BALKANU: neiskorišten emancipacijski potencijal	49
O autoricama	90

Predgovor

Prije više od četrnaest godina Mediacentar Sarajevo je prvi put u javni prostor u Bosni i Hercegovini (BiH) uveo pojam medijske pismenosti kroz publikaciju Medijska pismenost i civilno društvo, koju je uredila Nada Zgrabljic Rotar. U međuvremenu, dramatično je izmijenjen način na koji se na globalnom nivou i u Bosni i Hercegovini proizvode i distribuiraju informacije. Društveni mediji su, pokazuju to i rezultati predizborne kampanje u SAD-u i u drugim kontekstima, postali najvažniji izvor informacija, koji pritom najvećim dijelom izmiče bilo kojim pokušajima regulacije i samoregulacije. Zbog toga više nego ikada ranije, medijska i informacijska pismenost (MIP) mora postati jedan od najvažnijih budućih pravaca razvoja medijske politike.

Kroz više od deset godina eksperti i organizacije civilnog društva u BiH organizirali su edukacije, istraživanja, događaje i konsultacije koje su bile u potpunosti ili dijelom fokusirane na koncept medijske, odnosno u novije vrijeme medijske i informacijske pismenosti. Opređeljenje da se kroz ovu publikaciju upravo fokusiramo na djelovanje organizacija civilnog društva u BiH odraz je činjenice da je javni sektor do sada ostao najvećim dijelom indolentan na potrebe za povećanjem medijske i informacijske pismenosti, na koje su ukazivali eksperti i organizacije civilnog društva.

Sigurno je, međutim, da je tokom više od decenije aktivnog djelovanja civilnog društva u ovoj oblasti, upotreba i razumijevanje značenja termina, kao i svijest o potrebi da se osigura razvoj MIP-a među bosanskohercegovačkim građanima značajno porasla. Pojedine javne institucije trenutno vode izolirane projekte vezane za MIP, ali najavljuju i djelovanje na sistemskim rješenjima, prije svega kroz moguće donošenje državne strategije medijske i informacijske pismenosti (prema odluci Ministarstva civilnih poslova BiH) i razvoj kurikuluma formalne edukacije, koji će u većoj mjeri uključivati MIP (prema neformalnim najavama Ministarstva komunikacija i saobraćaja RS-a). Ove inicijative rezultat su, međutim, prije svega angažmana pojedinaca u tim institucijama i pregovora sa organizacijama poput UNESCO-a, što upućuje na to da je tek potrebno razviti šire opredjeljenje javnog sektora za strateško djelovanje u ovoj oblasti. Respondenti istraživanja ukazuju na to da interes civilnog društva ali i međunarodnih donatora za pitanja vezana za medijsku pismenost posljednjih godina ne opada, čak je u porastu, pa bi to bila osnova za strateško intenziviranje zahtjeva za sistemskim izmjenama. Dosadašnja iskustva, resursi i znanja razvijena kroz djelovanje civilnog društva mogu biti značajan podsticaj i osnov za zagovaranje i predlaganje potrebnih rješenja. Izvještaj o BiH

u ovoj publikaciji, čija je autorica Sanela Hodžić, pokušaj je da se sintetiziraju neka od tih iskustava, te da se ukaže na moguće pravce budućeg djelovanja. Za sistemski rješenja, zaključuje se, potrebne su šire koalicije, koje će uključivati eksperte i predstavnike civilnog društva aktivne u ovoj oblasti, kao i pojedince iz javnih institucija posvećene ideji medijske pismenosti.

Istraživanje o medijskoj i informacijskoj pismenosti u BiH provedeno je u sklopu regionalnog projekta "Mediji za građane – građani za medije: Jačanje kapaciteta nevladinih organizacija za razvoj medijske i informacijske pismenosti na Zapadnom Balkanu", koji, uz podršku Evropske unije, implementiraju partnerske organizacije: Media-centar Sarajevo, Albanski medijski institut, Makedonski institut za medije, Institut za medije Crne Gore, Novosadska novinarska škola, Mirovni Institut, SEENPM.

U drugom izvještaju u sklopu ove publikacije urednica regionalnog izdanja Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatkin kritički se osvrću na rezultate istraživanja i zaključuju da u svim zemljama regije, uključujući Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Makedoniju i Srbiju, ne postoje sistematske i dugoročne strategije razvoja medijske i informacijske pismenosti. Istovremeno, postoje pozitivne prakse koje je moguće transformirati u koherentne javne politike. Prepoznajući potrebu za razvojem medijske i informacijske pismenosti, autorice također ukazuju na opasnost od zloupotrebe medijske pismenosti za relativiziranje potrebe za unapređenjem medijske produkcije. Medijsku pismenost, prema tome, važno je shvatiti ne samo kao oružje za savladavanje preobilja informacija, kritičkog razmišljanja i prepoznavanja različitih medijskih praksi i manipulacija, već, kako ističu, i kao oruđe "za njihovo aktivno mijenjanje i stvaranje takvog polja javne komunikacije u kojem se poštuju i razvijaju principi pluralizma, integriteta, vjerodostojnosti i poštivanja javnog interesa".

Zamišljeno je da rezultati istraživanja budu osnov za aktivnosti zagovaranja u sklopu istog projekta, ali se nadamo da će biti korisni i za istraživače, medijske eksperte, eksperte za edukaciju, uključujući i edukaciju fokusiranu na razvoj medijske i informacijske pismenosti.

Sanela Hodžić, izvršna urednica publikacije

**Medijska i informacijska
pismenost u Bosni i
Hercegovini: brojne
inicijative civilnog
sektora i nedostatak
javnih politika**

1. Uvod

Razvoj medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini (BiH) još uvijek je u začetku. Prije svega, javni sektor nije suštinski angažovan na uspostavi politika i mehanizama za sistemski razvoj medijske i informacijske pismenosti. U javnim politikama u BiH medijska i informacijska pismenost još uvijek nije u potpunosti prepoznata kao ključan preduslov demokratizacije bosanskohercegovačkog društva, ali se u pojedinim strateškim dokumentima spominju neki od s njom povezanih koncepata. Tako se u strateškim dokumentima u oblasti obrazovanja u BiH, naprimjer, navodi potreba za razvojem kompetencija za pristup informacijama, kritičko razmišljanje i korištenje informacijskih tehnologija za učešće u zajednici¹, dok se u Politici razvoja informacionog društva BiH (2017–2021) ukazuje na "nizak nivo digitalne pismenosti i vještina" i ističe potreba za unapređenjem digitalne pismenosti i kompetencija u oblasti informacijsko-komunikacijskih tehnologija (u daljnjem tekstu: IKT). U Politici sektora emitiranja (2006) medijska pismenost se samo spominje kao ključni faktor u smanjenju rizika od digitalne podijeljenosti.

Međutim, posvećenost države razvoju medijske i informacijske pismenosti (u daljnjem tekstu: MIP) još uvijek nije odmakla dalje od ovog deklarativnog prepoznavanja njene važnosti, te nikada nisu preciznije definisane aktivnosti i strateški ciljevi u oblasti unapređenja MIP-a. Prije svega, nadležne institucije nisu donijele sistemski rješenja u okviru obrazovnog sistema, koja bi ciljeve medijskog i informacijskog opismenjavanja trajno utkala u djelovanje obrazovnih institucija. MIP je još uvijek vrlo slabo uključen u kurikulum osnovnih i srednjih škola². Kroz programe formalne edukacije učenici su djelomično upoznati sa različitim medijskim formama i sa osnovama korištenja novih tehnologija, ali posebno nedostaje nastojanje da se među učenicima razviju kritičko mišljenje, vještine razumijevanja, kritičke analize i produkcije medijskih sadržaja. U obrazovanju nastavničkoga kadra teme povezane sa MIP-om dio su vrlo

¹ Stimuliranje kritičkog mišljenja, vještina pristupa i korištenja informacija, te korištenje informacijskih tehnologija, naprimjer, spominju se među komponentama savremene nastave u Strategiji razvoja obrazovanja Republike Srpske za period 2016–2021, dok se u Principima i standardima u oblasti obrazovanja odraslih u BiH iz 2014. godine spominje "sposobnost odraslih da razumiju i koriste medijske i druge informacije" (str. 6). U dokumentu Strateški pravci razvoja obrazovanja u BiH s planom implementiranja 2008–2015. godine, spominje se potreba za modernizacijom obrazovnog procesa, uključujući podsticanje kritičkog mišljenja.

² Tek dvadesetak časova tokom osnovnoškolskog obrazovanja posvećeno je temama vezanim za medijsku pismenost, i to u okviru školskih predmeta poput maternjeg jezika, likovnog obrazovanja i informatike, a u srednjim školama MIP dio je predmeta demokratija i ljudska prava, sa dva časa posvećenim slobodi izražavanja i dva časa posvećenim ulozi medija u demokratiji (Tajić 2013, 58–59).

ograničenog broja časova i njihov kvalitet se ocjenjuje skromnim (Tajić 2013, 61–62)³. Posljedično, među nastavnim kadrom informacijska pismenost je još uvijek slabo razvijena, posebno u pogledu sposobnosti procjene pouzdanosti i kvaliteta informacija (Vehab i Mavrak 2016).

Biblioteke uglavnom nemaju kapacitete, niti sistematski doprinos razvoju MIP-a spada u njihove formalne dužnosti, iako nije neuobičajeno da bibliotekari univerzitetskih biblioteka drže predavanja za studente o potrazi za informacijama i njihovom korištenju. Arhivističke i muzeološke studije u kontekstu informacijskih i komunikacijskih nauka ne postoje (Vajzović i dr. 2018, 5).

U oblasti regulacije sektora emitovanja napravljen je značajan napredak. Regulatorna agencija za komunikacije BiH (RAK) je prva javna institucija koja prije desetak godina počinje koristiti pojam “medijska pismenost” i od tada je naručila relevantne studije, usvojila pravila i razvila smjernice za emitovanje, prvenstveno sa ciljem zaštite maloljetnika i potrošača,⁴ te organizovala događaje i kampanje.⁵ U septembru 2018. godine, potpisivanjem “Memoranduma o razumijevanju na zaštiti i promociji prava djeteta u BiH” s predstavnicima UNICEF-a, RAK je, između ostalog, najavio da će posvetiti posebnu pažnju sadržajima za djecu⁶, na čije emitovanje su javni radio i TV-emiteri obavezani⁷. Planirana je kampanja podizanja svijesti o kontrolisanju sadržaja kojima su izloženi maloljetnici, objavljivanje brošure o zaštiti djece i maloljetnika, kao i analiza kvalitativne i kvantitativne zastupljenosti dječijeg, obrazovnog, te programa namijenjenog manjinama i ranjivim grupama stanovništva i programa prilagođenog osobama sa invaliditetom⁸. RAK objavljuje informacije o radio i TV-emiterima, kao i izvještaje o kršenju profesionalnih normi, čime javnosti dijelom omogućava uvid u medijske prakse⁹. Organizacije civilnog društva, međutim, posljednjih godina

3 Neki od pedagoških fakulteta imaju časove posvećene medijskoj pismenosti u okviru jezičkog i pedagoškog obrazovanja i/ili kao izborni predmet medijska kultura. Drugi programi za obrazovanje nastavnika ne uključuju značajno razvoj MIP-a (vidjeti, npr., Dedić Bukvić 2016, 73–96), ali, npr., dva fakulteta žurnalistike imaju predmet medijska pismenost.

4 Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija (2016) uključuje pravila zaštite identiteta maloljetnika, označavanja sadržaja prema primjerenosti za maloljetnike (kakva postoje još od 2013. godine), a objavljene su i smjernice za kategorizaciju sadržaja i dodatna dva elaborata (dostupni na: <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1274081346>). Pored toga, Kodeks o komercijalnim komunikacijama (2016) uključuje pravila čiji je cilj zaštita potrošača, poput zabrane skrivenog oglašavanja. Kodeksi i pravila dostupni su na web-stranici RAK-a: <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1324649058>.

5 Neke od aktuelnih tema su: online sigurnost, klasifikacija sadržaja na online platformama poput YouTubea, prilagođavanje medijskih i telekomunikacijskih usluga osobama sa invaliditetom. RAK od 2011. godine učestvuje u organizaciji Dana sigurnijeg interneta, u saradnji sa Ministarstvom sigurnosti BiH, organizacijom Save the children, te nizom saradnika. Tokom 2018. godine RAK je održao i radionicu za novinare i zaposlene u telekomunikacijskim kompanijama o prilagođavanju tehnologija i usluga osobama sa invaliditetom. Izvor: Lea Tajić Čengić, ekspertica za medijsku pismenost i šefica Odsjeka za međunarodnu saradnju u emitiranju Regulatorne agencije za komunikacije, intervju, 20. 9. 2018.

6 Predrag Kovač, direktor RAK-a, u izvještaju objavljenom na platformi “Za svako dijete”, 13. 9. 2018, dostupnom na: <http://www.zasvakodijete.ba/djeca-u-medijskom-okruzenju-unicef-bih-i-regulatorna-agencija-za-komunikacije-rak-potpisali-memorandum-o-zastiti-i-promociji-prava-djeteta-u-bih/>.

7 Javne televizije u BiH su obavezane na emitovanje minimalno 6% dječijeg programa sedmično, a javne radiostanice na 4% dječijih sadržaja sedmično (Pravilo 77/2015, član 29, stav 2; Pravilo 76/2015, član 28, stav 2).

8 Izvor: Lea Tajić Čengić, intervju, 10. 9. 2018.

9 Godišnji izvještaji RAK-a o kršenju pravila dostupni su na web-stranici RAK-a: <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1272548169>, kao i kontakt-informacije i imena direktora i glavnih urednika emitera.

ukazuju na potrebu za boljom regulacijom transparentnosti vlasništva i finansiranja medija¹⁰. Kroz sistem regulacije sadržaja radio i TV-emitera (kojim rukovodi RAK), odnosno samoregulacije online i štampanih medija (koju nadgleda Vijeće za štampu BiH – VZŠ), utvrđene su profesionalne norme koje mediji trebaju pratiti. Sistem funkcioniše na osnovu prigovora građana o medijskim sadržajima, dok RAK povremeno provodi i djelomične monitoringe sadržaja.¹¹ Broj prigovora koje je VZŠ godišnje primao rastao je sa dvocifrenog broja ranih 2000-ih, na između 200 i 300 tokom posljednjih pet godina, što može biti indikator povećane svijesti javnosti o žalbenoj proceduri. Pohvalno je i to što VZŠ, a odnedavno i RAK, na vidljivom mjestu na početnoj web-stranici objašnjavaju proceduru ulaganja prigovora. Međutim, bez dodatnog djelovanja na razvoju vještina medijske i informacijske pismenosti među bosansko-hercegovačkim građanima, potencijali ovakvih mehanizama, kao i aktivnog učešća građana u komunikacijskim procesima općenito, ostaju slabo iskorišteni.

Važan podsticaj za značajan angažman RAK-a u ovoj oblasti bila je, između ostalog, i činjenica da se aktivnoj ulozi regulatora u podsticanju medijske i informacijske pismenosti pridaje velika važnost u međunarodnim standardima audiovizuelne politike¹². Međutim, druga javna tijela nisu pratila taj primjer, iako postoje međunarodne preporuke za države članice Evropske unije da, između ostalog, otvore debatu o integraciji medijske pismenosti u obrazovne kurikulume, da podrže sistematska istraživanja, te da kroz treninge i informisanje razviju svijest o evropskom audiovizuelnom naslijeđu i o postupanju s privatnim podacima online (Evropska komisija 2009). Premda za razliku od država Evropske unije¹³ javni sektor u BiH nije aktivan u ovoj oblasti, pojedine institucije provode izolovane aktivnosti. Važan je primjer aktuelna inicijativa Ministarstva komunikacija i saobraćaja Republike Srpske (RS), u saradnji sa Ministarstvom obrazovanja i kulture RS-a, Pedagoškim institutom RS-a i javnim emiterom Radio-televizijom Republike Srpske, čiji je ključni aspekt kampanja podizanja svijesti o novim tehnologijama i potencijalno štetnim sadržajima (nasilje, reklame, stereotipi, pornografija), regulacijom i samoregulacijom (strategije i zakoni, etički kodeksi medija i oglašivača), a koja će biti provedena među učenicima sedmih razreda osnovnih škola, njihovim nastavnicima i roditeljima, u školskoj godini 2018–2019. Riječ je o značajnoj inicijativi koja je poduzeta, bez za to posebno namijenjenih

10 O jednoj od tih inicijativa vidjeti više na web-stranici Mediacentra Sarajevo, dostupno na: <http://media.ba/bs/vijesti-i-dogadaji-vijesti/potrebni-zakoni-o-medijskom-vlasnistvu-i-finansiranju-medija-u-bih>.

11 RAK može izreći upozorenja, novčane kazne, suspenzije ili ukidanje dozvola za emitovanje, dok Vijeće za štampu djeluje na samoregulatornom principu, tj. volji medija da djeluju u skladu sa odlukama Vijeća i izbrišu ili objave ispravke problematičnih sadržaja.

12 Vidjeti prije svega AVMS Direktivu 2010/13/EU, kao i Preporuke Evropske komisije (2009/625/EC).

13 U EU je identifikovano ukupno 939 ključnih aktera za medijsku i informacijsku pismenost, od čega 175 aktera iz javnih institucija i 161 iz akademije. Vidjeti više u European Audiovisual Observatory, 2016.

sredstava, zahvaljujući entuzijizmu pojedinaca unutar Ministarstva¹⁴. Međutim, ovakvo djelovanje ima ograničen domet bez razvoja sveobuhvatnih javnih politika. Iz Ministarstva saobraćaja i veza Republike Srpske za sada tek spominju budući angažman u tom pravcu¹⁵. Pozitivan korak ka razvoju politika je nedavno artikulirana namjera za razvojem strategije medijske pismenosti. Na prijedlog UNESCO-a¹⁶, Ministarstvo civilnih poslova BiH je donijelo odluku o izradi državne strategije razvoja medijske i informacijske pismenosti. Međutim, za sada nisu pokrenute aktivnosti na razvoju strategije, gdje se kao razlog prije svega navodi činjenica da Vijeće ministara djeluje u posljednjoj godini aktuelnog saziva.¹⁷ U ovom trenutku nije moguće potvrditi da li će nova vlada, nakon izbora u oktobru 2018. godine, pokazati volju za razvoj ovog strateškog dokumenta.

Za sada, još uvijek postoji nedostatak volje i kapaciteta za širi i supstancijalniji angažman. Međutim, s obzirom na veliki značaj koji se posljednjih godina pripisuje medijskoj pismenosti u kontekstu djelovanja Evropske unije¹⁸, ali i značajan fokus civilnog društva na ova pitanja, i javna tijela će u nastojanju da demonstriraju vlastiti demokratski kredibilitet prije ili kasnije morati djelovati u ovoj oblasti. Medijska i informacijska pismenost razmatra se u kontekstu pridruživanja Evropskoj uniji, prvenstveno u Poglavlju 10 (Informacijsko društvo i mediji), gdje se među pravnom stečevinom EU koju se države kandidati obavezuju preuzeti navode, između ostalog, preporuke Evropske komisije o medijskoj pismenosti iz 2009. godine (2009/625/EC). Amira Lazović, šefica Sektora za usklađivanje pravnog sustava Direkcije za evropske integracije, smatra da u integracijskim procesima prije svega nedostaje plan usklađivanja zakonodavstva: “gdje bismo mi sa jednim takvim dokumentom znali u kojem periodu trebamo konkretno da preuzmemo određenu direktivu koja je vezana direktno ili indirektno za medijsku i informacijsku pismenost” i gdje bi se osiguralo koordinirano i strateško djelovanje različitih nadležnih institucija¹⁹.

14 Aktivnosti Agencije za zaštitu ličnih podataka, naprimjer, fokusirane su na zaštitu maloljetnika. Tokom školske godine 2017/2018, održane su prezentacije za učenike 6. razreda u 27 osnovnih škola u BiH o tome na koji način se zaštititi od zloupotrebe ličnih podataka na internetu. Izvor: Una Kurtić Demir, Agencija za zaštitu ličnih podataka, sastanak, 10. 8. 2018. Ministarstvo prosvjete i kulture RS-a radi na opremanju osnovnih škola u RS-u laptopima, mrežnom opremom i softverima.

15 Sastanak održan 18. 9. 2018.

16 U sklopu projekta “Izgradnja povjerenja u medije u jugoistočnoj Evropi i Turskoj”, koji u periodu 2017–2019. finansiraju EU i UNESCO.

17 Radna grupa za razvoj strategije treba uključiti članove koje predlože entitetska ministarstva, kao i predstavnike šire i ekspertske javnosti (civilni sektor, mediji, eksperti u obrazovanju, medijima, informatičkom društvu, bibliotekarskoj djelatnosti itd). Izvor: Amira Redžić, šefica Odsjeka za kulturu/Državna komisija za saradnju sa UNESCO-om, Ministarstvo civilnih poslova BiH, sastanak, 27. 9. 2018.

18 Zaključci i preporuke Evropske unije idu u pravcu monitoringa medijske pismenosti, podržavanja istraživanja u ovoj oblasti i podsticanja država članica da preduzmu potrebne mjere za promociju medijske pismenosti (vidjeti, naprimjer, Evropska komisija, 2009, Vijeće Evropske unije, 2009). Dana 25. juna 2018. godine Evropska komisija je pokrenula Digitalnu agendu za zapadni Balkan sa ciljem podrške tranziciji u digitalnu ekonomiju i unapređenja usluga, ekonomskog rasta i razvoja tržišta rada (više u saopćenju na http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4242_en.htm).

19 Sastanak održan 16. 10. 2018.

1.1. Prepreke za razvoj sistemskih rješenja

Ključna prepreka i faktor koji obeshrabruje inicijative za razvoj politika MIP-a u okviru djelovanja javnog sektora jeste složenost administracijske strukture u BiH, uz rascjepkane, preklapajuće i manjkave nadležnosti u oblastima relevantnim za MIP. Inicijative za razvoj sveobuhvatnih politika neizbježno će se suočiti s takvim složenim sistemom nadležnosti ali i nedostatkom političke volje za međusobnu saradnju i koordinaciju. To je naročito slučaj u sektoru obrazovanja, gdje su nadležnosti podijeljene između četrnaest ministarstava (Ministarstva civilnih poslova BiH, entitetskih ministarstava obrazovanja, Odjeljenja za obrazovanje Vlade Brčko distrikta, a zatim u Federaciji BiH i između deset kantona²⁰). Ni u pojedinačnim administrativnim jedinicama za sada nismo vidjeli primjere značajne integracije koncepta MIP-a u obrazovne kurikulume, što se može pripisati prije svega nedostatku resursa i interesovanja donosilaca odluka.

1.2. Doprinos razvoju MIP-a u BiH iz IKT-a i civilnog sektora

Doprinos razvoju MIP-a u BiH dijelom daju sektor informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) i organizacije civilnog društva. Telekomunikacijske i kompanije iz oblasti informacijskih tehnologija (u daljnjem tekstu: IT kompanije) organizuju povremene edukacije, mahom sa ciljem razvijanja vještina korištenja IT tehnologija, dok su organizacije civilnog društva najaktivnije u promociji vještina kritičkog razmišljanja i medijske produkcije. Organizacije civilnog društva ustvari su do sada jedini društveni sektor u BiH koji je aktivno djelovao na razvoju i implementiranju različitih edukativnih programa, istraživanjima i podizanju svijesti u ovoj oblasti. Kroz dugogodišnji angažman, civilni sektor je razvio vještine MIP-a među različitim ciljnim grupama, povećao

²⁰ Ministarstvo obrazovanja Republike Srpske ima primarno nadležnosti za sve nivoe edukacije na teritoriji Republike Srpske, a nadležnosti Ministarstva obrazovanja Federacije BiH ograničene su uglavnom na koordinaciju između deset kantonalnih ministarstava. Slično tome, nadležnosti za legislativne izmjene u sektoru obrazovanja imaju parlamentarna tijela na nivou države, dva entiteta i Brčko distrikta i deset kantona.

uvid javnosti u aktuelne politike i trendove u ovoj oblasti, te razvio značajne resurse koji mogu biti osnova za buduće djelovanje.

Međutim, treba prepoznati i ograničenja koja proizlaze prije svega iz nedostatka sveobuhvatnih uvida u dosadašnje inicijative i resurse, zbog čega je teško uspostaviti temelje za kvalitetan budući angažman. Prema tome, postoji potreba da se sažmu i sintetiziraju dosadašnja iskustva i da se dostupni resursi učine lako dostupnim, ne samo kako bi se unaprijedilo djelovanje civilnog sektora, već, u perspektivi, kako bi se javnom sektoru omogućilo da u budućim inicijativama MIP-a koriste resurse i znanja razvijena kroz dugogodišnji angažman organizacija civilnog društva.

1.3. O ovom izvještaju

Ovaj izvještaj fokusiran je na analizu djelovanja civilnog sektora u BiH na razvoju medijske i informacijske pismenosti. Pritom se nastoje predstaviti i analizirati orijentacija i vrsta angažmana organizacija civilnog društva, razvijeni i potrebni resursi, saradnja i razmjena sa javnim i sa medijskim sektorom, te perspektive za buduće djelovanje u ovoj oblasti.

Izvještaj je zasnovan na kvalitativnom istraživanju koje je uključivalo primarno istraživanje obavljeno u periodu august – oktobar 2018. godine – polustrukturirane dubinske intervjuje sa ekspertima (šest obavljenih intervjuja), upitnike koje su popunili predstavnici civilnog sektora (pet popunjenih od 12 poslanih upitnika), dodatnu e-mail komunikaciju (sa tri respondenta), uvide sa sastanaka s predstavnicima javnog sektora (četiri sastanka), predstavnicima organizacija civilnog društva (jedan online sastanak) i obrazovnih institucija (jedan sastanak), kao i analizu sekundarnih izvora o medijskoj i informacijskoj pismenosti u BiH, regionu i zemljama EU. Zbog malog uzorka rezultati i zaključci nisu reprezentativni za sve aktere i sve pojave u ovoj oblasti u BiH, ali sastav respondenata obuhvata ključne aktere u oblasti medijske i informacijske pismenosti i u povezanim oblastima, što omogućava uvide u neke od važnih obrazaca djelovanja u oblasti medijske i informacijske pismenosti.

2. Civilni sektor dijelom kompenzira nedostatke u razvoju MIP-a u Bosni i Hercegovini

Sve vodeće inicijative u oblasti medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini do sada dolazile su iz civilnog sektora, te su se kroz njih dijelom kompenzirali nedostaci javnih politika i praksi. Dok se u prethodnim istraživanjima (Brunwasser, Turčilo i Marko 2016, 26) identificira oko 13 domaćih i međunarodnih organizacija aktivnih u ovoj oblasti, taj broj je značajno veći, naročito ukoliko se uzmu u obzir i inicijative koje nisu eksplicitno označene kao djelovanje u oblasti medijske i informacijske pismenosti. Tako edukacije fokusirane na unapređenje vještina produkcije medijskih sadržaja, kakve su organizirale različite organizacije poput Mediacentra Sarajevo ili Vijeća za štampu, nisu nazvane aktivnostima MIP-a iako su to suštinski bile. Tek se u posljednjem desetljeću učestalo različite aktivnosti označavaju kao djelovanje u oblasti medijske i informacijske pismenosti. Pojam medijske pismenosti se u javni prostor u BiH najprije uvodi kroz publikaciju Mediacentra Sarajevo iz 2005. godine²¹, a zatim kroz različite publikacije i inicijative civilnog sektora intenzivirane u posljednjih pet-šest godina te pojam medijske i informacijske pismenosti postaje sve šire prihvaćen u stručnoj i široj javnosti. Edukatorica za medijsku pismenost Vanja Ibrahimbegović Tihak navodi da je danas "potpuno jasno da je medijska pismenost kao oblast važna i da postoji potreba [...] u našem društvu da se time bavimo". Na globalnom nivou se već dugo vremena, usljed krize novinarstva, medijska i informacijska pismenost sve više posmatraju kao vještine neophodne za očuvanje demokratskih potencijala društva. Općenito se ocjenjuje da je novinarstvo u BiH u permanentnoj krizi, da većina medija u BiH nema kapacitete za kvalitetno novinarstvo, da medijskim izvještajima nedostaje pluralizam i dubinske informacije, da su mediji etnički polarizirani, da je specijalizirano i istraživačko novinarstvo izuzetno rijetko²², a naročito u online komunikaciji učestao je i govor koji direktno podstiče netrpeljivost. Utjecaj političkih stranaka na medije smatra se snažnim, a ostvaruje se kroz finansiranje medija i kroz veze sa vlasničkim strukturama, dok postojanje medija

21 Zbirkom izvještaja pod uredništvom Nade Zgrabljic Rotar, koje je 2005. godine objavio Mediacentar Sarajevo.

22 Vidjeti, naprimjer, Hodžić i Sokol 2018.

sa inostranim vlasništvom upućuje na upliv svjetskih sila u bosanskohercegovački medijski prostor. Mnogi od ovih utjecaja, međutim, ostaju skriveni, čemu pogoduje nedostatak transparentnosti medijskog vlasništva i finansiranja. Sadržaji objavljeni na anonimnim online platformama i društvenim mrežama uglavnom izmiču dometu samoregulacije. U takvim okolnostima od presudne je važnosti da se razvijaju sposobnosti građana da, kroz provjeru informacija, kritičko razumijevanje sadržaja itd., sklope cjelovitiju sliku o društvenim dešavanjima i da učestvuju u komuniciranju o pitanjima od javnog interesa²³.

Dodatno, rastući je fokus nevladinog sektora i donatorske zajednice u BiH na aktivnostima MIP-a posljednjih godina, prije svega, reakcija na percipirani porast lažnih vijesti i dezinformacija, kao i povećana važnost koja se pridaje fenomenu radikalizacije i učešća bosanskohercegovačkih građana u ekstremističkom djelovanju najviše na stranim ratištima²⁴. Slično tome, u kontekstu radikalizacije putem komunikacijskih kanala na globalnom nivou sve više se ističe potreba za jačanjem otpornosti rizičnih grupa na problematične sadržaje, tim više što se regulacijom ne može doseći tzv. dark net²⁵, na koji se mahom preselila problematična komunikacija ekstremističkih grupa (Hussain i Saltman 2014, 38). Osim toga, mnogi od problematičnih sadržaja nisu i ne smiju biti kažnjivi zakonom, poput toksičnoga govora koji može širiti netrpeljivost iako ne uključuje stvarni poziv na nasilje, pa je jedini preostali mehanizam borbe protiv takvih sadržaja angažman na razotkrivanju takvih sadržaja i kreiranju kontrarnarativa. Posljednjih godina u BiH taj važan posao na sebe su dijelom preuzele online platforme koje analiziraju medijske sadržaje i razotkrivaju lažne vijesti i dezinformacije. Primjer djelovanja na razvoju vještina građana su radionice International Organisation for Migration (IOM) UN-a, čiji su učesnici pripadnici ranjivih grupa (nezaposleni mladi ljudi) u 25 lokalnih zajednica i kojima se nastoji razvijati otpornost prema sadržajima koji mogu podsticati ekstremizam²⁶. Trenutno, MIP je, međutim, dio i tematski šire postavljenih razvojnih projekata, kao što je petogodišnji projekat IMEP-a (Independent Media Empowerment Project), započet u 2017. godini, koji finansijski podržava USAID. U tom projektu se, između ostalog, promovira građansko novinarstvo kroz radionice, grantove za građane novinare, online platformu i aplikaciju za objavljivanje sadržaja građana novinara.

Rezultati ovog istraživanja upućuju na zaključak da organizacije civilnog društva tek manjim dijelom odgovaraju na prioritetne potrebe društva u BiH. Na pitanje da li civilno društvo djeluje u skladu s potrebama društva u pogledu MIP-a, tek jedan od pet respondenata upitnika odgovara sa "Da", tri odgovaraju sa "Ne", a jedan sa "Ne znam/Nisam siguran-sigurna".

23 Istovremeno, država treba djelovati na razvoju politika koje će unaprijediti transparentnost medija, a kroz podsticaje države i donatora potrebno je doprinijeti kvalitetnom novinarstvu.

24 O radikalizaciji vidjeti, npr., Azinović i Jusić 2015.

25 Dark web (ili darknet) je dio interneta koji je snažno enkriptiran, koji nije indeksiran u online pretraživačima, a za pristup njegovim sadržajima potreban je poseban program sa odgovarajućim ključem za dekripciju, kao i dozvola za pristup i znanje o tome gdje pronaći sadržaj.

26 Radionice su dio aktuelnog Countering Violent Extremism programa. Tokom 2016. i 2017. godine održane su dvodnevne radionice u deset zajednica (Vajzović i dr. 2018, 33). Dodatni izvor: Vanja Ibrahimbegović Tihak, edukatorica za medijsku pismenost, intervju, 17. 9. 2018.

Jedan od sagovornika tako sugerira da se kvalitet aktivnosti i rezultati umanjuju usljed toga što “svi nekako svaštare i preklapaju se”²⁷. Civilni sektor u ovoj oblasti djeluje uglavnom ad hoc (tri od pet odgovora iz upitnika) ili podjednako planirano i ad hoc (dva od pet odgovora iz upitnika). Organizacije civilnog društva uglavnom nisu upoznate sa djelovanjem drugih aktera u ovoj oblasti i s njima ne koordiniraju vlastite aktivnosti (četiri od pet respondenata, dok jedan respondent odgovara sa “Ne znam”). Prema tome, civilni sektor propušta šanse da kroz planiranje, međusobnu koordinaciju, razmjenu iskustava i/ili zajedničko djelovanje unaprijedi domet i rezultate djelovanja u oblasti medijske i informacijske pismenosti.

Organizacije civilnog društva angažirane su na nekoliko tipova aktivnosti razvoja medijske i informacijske pismenosti. To su, prije svega, različiti edukacijski, istraživački i projekti podizanja svijesti, koji se dijelom tiču ili su u potpunosti fokusirani na medijsku i informacijsku pismenost.

2.1. Edukacijski programi kao najčešći oblik angažmana

Organizacije civilnog društva do sada su organizirale brojne kratkoročne edukacije, prije svega za učenike, studente i za edukatore. Među prvim treninzima označenim kao edukacije medijske pismenosti u BiH bile su klinike medijske pismenosti za univerzitetske studente, u organizaciji Internews-a u BiH, iz 2013. i 2014. godine²⁸. Od tada su edukacije sve učestalije i svi respondenti upitnika (njih 5) navode da su bili uključeni u razvoj i implementaciju edukacijskih programa. Jedan od primjera edukacije je Škola kritičkog mišljenja (Mostar), namijenjena mladima, koja se realizira drugi put 2018–2019. godine, s tematskim fokusom koji uključuje kritičko mišljenje u kontekstu novinarstva i novih medija, te časovima koji se održavaju vikendom tokom duže od šest mjeseci. Češće su kratkoročnije radionice u trajanju od jednog ili dva dana, poput edukacija OSCE-a za studente društvenih znanosti²⁹ ili edukacija za učenike u kojima se medijska pismenost stavlja u kontekst borbe protiv online maloljetničke delikvencije³⁰ (vidjeti tabelu 1).

²⁷ Amer Džihana, medijski ekspert i predstavnik platforme analiziraj.ba, intervju, 10. 9. 2018.

²⁸ Organizirane su tri ili četiri tzv. klinike, pri čemu se prva sastojala od šest radionica u trajanju od po dva dana. Izvor: Vanja Ibrahimbegović Tihak, intervju, 17. 9. 2018. U istom projektu organizirana je edukacija za edukatore u ovoj oblasti. Sve navedene aktivnosti dio su projekta “Jačanje nezavisnih medija”, koji je trajao od 2010. do 2015. godine, uz finansijsku podršku USAID-a.

²⁹ Od novembra 2017. do juna 2018. godine održano je pet radionica (Sarajevo, Istočno Sarajevo, Banja Luka, Tuzla, Mostar), a planirane su još tri (Bihać, Zenica i Travnik). Izvor: Vanja Ibrahimbegović Tihak, intervju, 17. 9. 2018.

³⁰ Projekat je finansiran kroz sredstva vlade SAD-a, a uključuje radionice sa učenicima osnovnih i srednjih škola u dva kantona (Zeničko-dobojskom i Hercegovačko-neretvanskom) i razvoj priručnika.

Fondacija Step by Step organizirala je različite edukacije za nastavnički kadar, te su posebno edukacije iz 2013–2014. godine za nastavnike osnovnih škola bile fokusirane na medijsku pismenost. Power up seminari u organizaciji Schüler Helfen Leben i u saradnji sa Step by Step, za nastavnike srednjih škola, između ostalog, podstiču nastavnike da razvijaju kritičko mišljenje među učenicima³¹. Organizacija MFS-EMMAUS od 2010. godine djeluje na sprečavanju zloupotrebe djece putem informacijskih i komunikacijskih tehnologija, između ostalog, kroz edukacije za djecu, roditelje i nastavnike. Ljetni kampovi koje je organizirao Hope international u projektu koji je počeo 2017. godine uključivali su edukaciju mladih o medijskoj pismenosti i online nasilju, a planirano je i objavljivanje priručnika o sigurnom korištenju IKT-a i medijskoj pismenosti (Vajzović i dr. 2018, 33).

Tabela 1. Ilustrativni primjeri edukacija u oblasti MIP-a u BiH

Naziv i/ili tip edukacije	Ciljna grupa	Organizacija	Vrijeme implementacije
Škola kritičkog mišljenja	Mladi (15–30)	Centar za kritičko mišljenje Mostar	2017–2018, 2018–2019.
Radionice medijske pismenosti	Studenti društvenih znanosti (na osam univerziteta u BiH)	OSCE	2017–2018.
Radionice o maloljetničkoj delikvenciji putem IKT-a	Učenici osnovnih i srednjih škola (u dva kantona)	PH International	2018.
Radionice o zaštiti djece od zloupotreba putem IKT-a	Prije svega nastavnici	MFS-EMMAUS	Od 2010. godine
Radionice o sigurnosti žena na internetu; radionice sa uposlenicima sigurnih kuća o zaštiti ličnih podataka ³²	Žene	Fondacija "Jedan svijet" – platforma za jugoistočnu Evropu	N/A
Radionice za mlade fokusirane na online sigurnost i borbu protiv nasilja	Mladi	Hope International	2017.

Izvori: upitnici, intervjui, sekundarni izvori

³¹ Više na web-stranici Schüler Helfen Leben: <https://www.shl.ba/lat/novosti/item/277-power-up-seminar-za-profesore>

³² Sigurne kuće su mjesta gdje se ženama i djeci izloženim porodičnom nasilju pruža smještaj i sigurnost od momenta prijave nasilja u porodici.

Vanja Ibrahimbegović Tihak navodi da, prema njenom iskustvu, postoji značajan interes i potencijal u edukaciji i nastavnika i studenata u oblasti MIP-a. Posebna važnost ovih edukacija ali i razlog značajnog interesovanja učesnika leži u povezanosti tema edukacije sa svakodnevnim iskustvima i dilemama s kojima se građani susreću. Ibrahimbegović Tihak navodi da se u ovakvim edukacijama diskutiraju praktični primjeri sadržaja i značenje medijskih poruka te se njeguje kritičko razumijevanje poruka, a sama se u razvoju programa edukacije oslanja na teorijske koncepte i metodologiju Centra za medijsku pismenost (medialit.org)³³. Respondenti navode da učesnici ovih edukacija veoma dobro ocjenjuju njihov kvalitet, ali nisu dostupne detaljnije evaluacije i podaci o eventualnom utjecaju ovakvih edukacijskih programa na zajednicu.³⁴

Većina edukacijskih programa usmjerena je ka studentima, a zatim ka učenicima srednjih i osnovnih škola, djelomično zbog procijenjene potrebe za medijskim i informacijskim opismenjavanjem upravo ovih ciljnih grupa, kao onih koje su, sa jedne strane, ranjive na različite utjecaje a, sa druge, su potencijalni nosioci društvenih promjena. Dio razloga se, međutim, odnosi na činjenicu da je radionice sa studentima, a donekle i sa učenicima, najlakše organizirati³⁵. Riječ je o grupi koja je najviše motivirana za učešće u sličnim edukacijama, a u nekim slučajevima je regrutacija olakšana time što se edukacije organiziraju u saradnji sa univerzitetima ili univerzitetsko osoblje studentima preporuča određene edukacijske programe.

Edukacije za nastavnike postoje, ali su rijetke i najveći dio nastavnika u osnovnim i srednjim školama ostaje izvan njihovog dometa. Ograničeni uvidi sugeriraju da je medijska pismenost nastavnika u prosjeku još uvijek nedovoljna (Vehab i Mavrak 2016). Edukacije za roditelje su tek izuzeci (vidi tabelu 1), iako se može pretpostaviti da je prosječna medijska pismenost roditelja još niža, kao i da roditelji potencijalno mogu imati aktivnu ulogu u razvijanju kompetencija MIP-a. Respondenti upitnika (njih pet od pet) ne navode roditelje kao jednu od ciljnih grupa njihovog djelovanja.

U cjelini, edukacijski programi nisu kontinuirani, već je njihovo trajanje ograničeno na jednu do nekoliko edukacija u okviru jednogodišnjih ili projekata koji obično traju dvije ili tri godine.

U do sada održanim edukacijama u okviru civilnog sektora, poseban fokus stavlja se na razvijanje vještina kritičkog razumijevanja medijskih sadržaja. Drugi elementi medijske pismenosti, uključujući edukacije o pristupu medijima, o kreiranju medijskih sadržaja i građanskoj participaciji u komunikacijskim praksama, samo su djelomično dio ovakvih

³³ Isti izvor korišten je i za razvoj kurikuluma medijske pismenosti na Fakultetu novinarstva Univerziteta Istočno Sarajevo.

³⁴ Kroz ovo istraživanje saznajemo tek da su edukacije dobro evaluirane, ali nismo dobili preciznije informacije o tim ocjenama niti o broju učesnika.

³⁵ Ukoliko se edukacije odvijaju u saradnji sa osnovnim i srednjim školama, potrebno je odobrenje nadležnih ministarstava obrazovanja, a izvan škola je za maloljetnike potrebno samo odobrenje roditelja/staratelja.

edukacija, te se, u izvjesnoj mjeri, mogu smatrati zanemarenim. Edukacije u kojima se naglasak stavlja na vještine medijske produkcije i korištenja multimedijalnih kanala, koje drže organizacije poput Mediacentra Sarajevo, prije svega su namijenjene studentima novinarstva i novinarima, te dijelom organizacijama civilnog društva³⁶ i uglavnom nisu namijenjene široj javnosti.

2.2. Istraživanja upućuju na nedostatak MIP-a u Bosni i Hercegovini

Posljednjih nekoliko godina provedena su istraživanja i objavljeni izvještaji koji se dijelom ili u potpunosti tiču medijske i informacijske pismenosti. Najveći dio tih publikacija uključuje osvrt na javne politike koje se odnose na medijsku i informacijsku pismenost (medijske politike, obrazovne politike, politike informacijskog društva), kao i osvrt na prisustvo MIP-a u planovima i programima formalnog obrazovanja u BiH, te dijelom na inicijative civilnog sektora, IKT-sektora i medija u razvoju medijske pismenosti (vidi tabelu 2).

Tabela 2. Pregled istraživačkih izvještaja objavljenih u okviru djelovanja ili sa djelomičnim učešćem civilnog sektora

Naziv	Godina	Autorice i autori; urednice/urednici	Učešće civilnog sektora	Kratki opis
Medijska pismenost i civilno društvo	2006.	Nada Zgrabljčić Rotar (urednica zbornika)	Izdavač: Mediacentar Sarajevo	Pregled koncepta medijske pismenosti, nije analiziran MIP u BiH.
Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini	2013.	Lea Tajčić	Izdavač: Internews u BiH, Sarajevo	Pregled koncepta medijske pismenosti, iskustava iz drugih zemalja, kao i politika i inicijativa u BiH.

³⁶ U saradnji sa Civil Rights Defenders, npr., Mediacentar je u periodu 2011–2017. godine organizirao nekoliko ciklusa treninga za mlade novinare i aktiviste nevladinih organizacija (NVO) o slobodi izražavanja. Jedan od rijetkih programa koji je uključivao razvoj kritičkog mišljenja o izvještavanju o manjinskim grupama organiziran je uz podršku Ambasade SAD-a 2011. i 2013. godine. Izvor: pisana prepiska sa Slobodankom Dekić, Mediacentar Sarajevo, 27. 10. 2018.

Naziv	Godina	Autorice i autori; urednice/urednici	Učešće civilnog sektora	Kratak opis
Medijska pismenost u digitalnom dobu	2015.	Vanja Ibrahimbegović Tihak (urednica zbornika)	Izdavač: Internews u BiH, Sarajevo	Analiza koncepta medijske pismenosti i stanja u BiH u pogledu medijske pismenosti u osnovnim školama, povjerenja u medije i navika korištenja medija među nastavnicima, te medijske regulacije.
Medijska pismenost u BiH: Način odgajanja (medijski, društveno i politički) osviještene javnosti	N/A	Lejla Turčilo	Izdavač: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Banja Luka	Kvalitativna analiza medijske pismenosti u BiH uz identificiranje pravca budućeg razvoja u ovoj oblasti.
Mladi, politika i mediji: priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih	2017.	Lejla Turčilo, Amer Osmić, Jusuf Žiga	Izdavač: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Banja Luka	Analiza političke pismenosti i medijske pismenosti mladih (zasnovana na fokus-grupama) i silabus za edukaciju o ovim temama.
Mediji i shrinking space: utišani alternativni glasovi	2017.	Lejla Turčilo i Belma Buljubašić	Izdavač: Heinrich Böll Foundation, Sarajevo	Analiza medijskog sektora s jednim poglavljem posvećenim analizi medijske pismenosti u BiH (zasnovanoj na kvalitativnim uvidima) i preporukama za njeno unapređenje.
Media Literacy and Education: needs of journalists and the public in Bosnia and Herzegovina.	2017.	Kanita Halilović, Hafiz Horać i Radenko Udovičić	Sekciju o BiH pripremio Mediaplan BiH; publikacija dio regionalne inicijative SEE Partnership for Media Development	Kvalitativna analiza medijskog sektora, obrazovanja građana i novinara i uloge civilnog sektora u medijskoj pismenosti, uz preporuke.
Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini	2018.	Emir Vajzović, Amer Džihana, Mario Hibert, Vanja Ibrahimbegović Tihak, Sarina Bakić, Feđa Kulenović	Izdavač: Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka u Sarajevu; publikacija finansirana sredstvima UNESCO-a i EU, a neki od autora djeluju u okviru civilnog sektora.	Analiza politika MIP-a i aktivnosti vladinih i nevladinih aktera u oblasti MIP-a, uz preporuke.

Dosadašnja istraživanja uglavnom se oslanjaju na skromne resurse, te su zasnovana na sekundarnim izvorima i kvalitativnim istraživačkim metodama. Zbog toga se glavne informacije i poente često ponavljaju iz publikacije u publikaciju, a brojna pitanja ostaju slabo istražena. Tako, naprimjer, u publikaciji iz 2013. godine Lea Tajjić daje pregled prisustva medijske pismenosti u kurikulumima formalnog obrazovanja na osnovu analize zajedničke jezgre planova i programa, dok kasnije publikacije ne proširuju znanje o tome kako i koliko je u pojedinim školskim programima integrirana medijska pismenost. Pored toga, publikacije poput priručnika za novinare izložene online nasilju ili analize ženskih prava i sigurnosti na internetu³⁷ također se dijelom tiču medijske i informacijske pismenosti.

Doprinos istraživanjima u ovoj oblasti daje i akademski sektor, tj. univerziteti u BiH, pa se u pojedinim istraživanjima, naprimjer, ispituju stavovi bosanskohercegovačkih nastavnika o medijskom obrazovanju (Čičkušić 2015), propituje pouzdanost i relevantnost informacija dostupnih kroz Wikipediju (Osmić i Čustović 2015), ili se daje osvrt na javne politike u ovoj oblasti (Turčilo i Tajjić 2015). Javni organi i institucije uglavnom ne daju aktivan doprinos istraživanjima MIP-a, ali je RAK objavio analize utjecaja medijskih sadržaja na djecu i smjernice za klasifikaciju sadržaja (RAK 2009, Korać, Zečević i Barjaktarević 2009, Zečević 2010). Pored toga, u okviru časopisa *Obrazovanje odraslih*, koji izdaje Centar za kulturu Kantona Sarajevo, Bosanski kulturni centar i Njemačka asocijacija DVV International, objavljeni su izvještaji o zastupljenosti informacijske pismenosti u obrazovanju nastavnika (Dedić Bukvić 2016) i o informatičko-informacijskoj pismenosti među nastavnicima (Vehab i Mavrak 2016). Ovi izvještaji su vrijedan doprinos u razumijevanju medijske pismenosti u BiH, ali su ograničeni na analizu planova i programa samo u jednom od univerziteta (Kanton Sarajevo), odnosno u samo dvije škole.

Iako su uvidi parcijalni, navedeni izvori ukazuju na to da je medijska pismenost u BiH nedovoljno razvijena i da je slabo zastupljena u javnim politikama, programima osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, kao i obrazovanja nastavničkoga kadra.

³⁷ Vidjeti: Gačanica i Arnautović 2018, i One World Platform 2015.

2.3. Podizanje svijesti stručne i opće javnosti i zagovaranje kao dio programa MIP-a

Civilni sektor organizira i javne i stručne rasprave na temu medijske i informacijske pismenosti. Iako ovakvi događaji ne donose značajne promjene sami po sebi, oni doprinose vidljivosti povezanih tema i različitih inicijativa u oblasti. Konsultacije o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti koje je 23. aprila 2018. godine organizirao Institut za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka u Sarajevu primjer je konferencije na kojoj su otvorena važna pitanja, propitivane javne politike i okupljeni predstavnici različitih aktera³⁸. Na konferenciji su predstavljeni rezultati nedavno objavljene studije (Vajzović i dr. 2018), a raspravljalo se o budućim politikama i strategijama.

Primjer dešavanja u okviru akademske zajednice jeste znanstvena konferencija koju je tuzlanski Pedagoški fakultet, u saradnji sa Misijom OSCE-a u BiH, organizirao 2. i 3. novembra 2018. godine, pod nazivom "Vjerodostojnost medija: Borba protiv lažnih vijesti". Riječ je o devetom izdanju regionalnih znanstvenih konferencija, u kojem je fokus na razumijevanju mehanizama borbe protiv lažnih vijesti i razvoj inicijativa u toj oblasti³⁹.

Međunarodne konferencije također su značajna mjesta razmjene iskustava i uvezivanja eksperata u ovoj oblasti. U septembru 2018. godine Fondacija "Evens", u partnerstvu sa Evropskom komisijom, Fondacijom "Konrad Adenauer Stiftung" i Mediacentrom Sarajevo, organizirala je veliku konferenciju "Media meets literacy" u Sarajevu, okupivši međunarodne stručnjake za medijsku pismenost i predstavnike tijela vlasti. Predavanja i diskusije su se ticali lažnih vijesti, politika postistine, rastućeg nepovjerenja u medije i načina na koji se suočavati sa ovim pojavama.

Na konferenciji POINT,⁴⁰ koja se održava od 2013. godine jednom godišnje, različiti akteri predstavljaju i raspravljaju o trendovima, projektima i startupima u oblasti IKT-a i medijske i informacijske pismenosti. Fondacija "Jedan svijet" također od 2016. godine organizira, na godišnjem nivou, Bosanskohercegovački forum o upravljanju internetom, gdje se raspravljaju pitanja poput digitalne neutralnosti, sigurnosti, privatnosti i zaštite podataka, naročito uzevši u obzir dob i spol korisnika interneta⁴¹.

38 Uključujući eksperte iz civilnog sektora, predstavnike Ministarstva civilnih poslova BiH, RAK-a, Ministarstva saobraćaja i komunikacija BiH itd.

39 Poziv za dostavu apstrakata objavljen je na: http://www.ff.untz.ba/uploads/images/Gallery/Fakultet_general/aktuelno/Poziv_vjerodostojnost%20medija/Poziv%20na%20konferenciju%20Vjerodostojnost%20medija%20u%20Tuzli.%202.-3.%2011.2018.pdf.

40 Konferencijom upravljaju organizacije Zašto ne, Action SEE, CRTA, Metamorphosis and Center for democratic tradition.

41 Vidjeti Izvještaj o Bosanskohercegovačkom forumu upravljanja internetom iz 2017. godine.

Mnoštvo je drugih događaja u okviru organizacija aktivnih, sa jedne strane, u obrazovanju, a, sa druge strane, u medijskom sektoru, koji se barem dijelom tiču medijske i informacijske pismenosti. Tako organizacija Step by Step godišnje vodi regionalne konferencije, gdje se, između ostalog, govori o inovativnim praksama u obrazovanju⁴², iako nije stavljen eksplicitan naglasak na MIP. Centar za kritičko mišljenje iz Mostara organizira javne tribine kojima se podstiče kritičko mišljenje⁴³. Mediacentar Sarajevo, Udruženje "BH novinari", Vijeće za štampu i mnoge druge organizacije organiziraju povremene događaje koji se direktno ili indirektno tiču medijske i informacijske pismenosti, poput novijih događaja fokusiranih na unapređenje dostupnosti informacija o vlasništvu i finansiranju medija, gdje se okuplja profesionalna zajednica ali i podiže svijest javnosti o važnosti unapređenja transparentnosti medija.

Neke inicijative uključuju kampanje podizanja svijesti koje se provode putem sredstava masovne komunikacije. Tako MFS-EMMAUS od 2010. godine provodi kampanju "Surfaj sigurno", usmjerenu na zaštitu djece od zloupotreba putem IKT-a. Neki od sagovornika navode da ovakve javne kampanje dovode do podizanja svijesti javnosti i da posljedično mogu utjecati na izmjene javnih politika (više u nastavku).

Neki od gore spomenutih istraživačkih projekata uključuju i pripremu preporuka za razvoj politika medijske i informacijske pismenosti, poput generalnih preporuka u preglednoj studiji iz 2018. godine (Vajzović i dr.), nakon koje se očekuje izdavanje policy briefa, a planirano je i zagovaranje u okviru istog projekta, koje će biti fokusirano na razvoj Strategije za medijsku i informacijsku pismenost te će uključivati formiranje savjetodavnog tijela čiji bi ekspertski članovi radili na razvoju prijedloga politika i uspostavi web-platfome.⁴⁴

Projekti MIP-a, međutim, najčešće nemaju komponentu zagovaranja ili su zagovaračke aktivnosti ograničene na distribuiranje istraživačkih izvještaja i preporuka i završne projektne sastanke i konferencije, te nevladine organizacije obično ne raspolažu resursima za kontinuirano i dugoročno zagovaranje izmjena javnih politika (više u sekciji 5).

2.3.1. Online platforme koje doprinose razvoju svijesti o pitanjima povezanim sa MIP-om

U BiH djeluje nekoliko online platformi na kojima se objavljuju analize medijskih politika i praksi, ukazuje se na lažne vijesti, manipulacije i kršenja prava potrošača i sl., čime se podiže svijest javnosti o ovim pojavama.

42 Vidjeti informacije na web-stranici Step by Step na: <http://www.sbs.ba/9-regionalna-konferencija-edukatora/>.

43 Vidjeti tekst objavljen na Tačno.net: Kristina Ljevak, "Centar za kritičko mišljenje i portal Tačno.net predstavljene na trećem danu Bookstana", 6. 7. 2018. <https://www.tacno.net/kultura/centar-za-kriticko-misljenje-i-portal-tacno-net-predstavljene-na-trecem-danu-bookstana/>.

44 Emir Vajzović, rukovodilac Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka, sastanak, 4. 10. 2018.

Naprimjer, web-stranica Mediacentra Sarajevo kontinuirano djeluje više od petnaest godina, objavljujući analize medijskih politika i praksi, kao i edukativne sadržaje i vijesti, namijenjene prije svega medijskim profesionalcima a zatim i široj javnosti. Platforma analiziraj.ba je primjer watchdog platforme, koja posljednjih nekoliko godina objavljuje analize medijskih sadržaja kojima se široj publici nastoji "na praktičnim primjerima pokazati šta je problem sa medijskim izvještavanjem"⁴⁵. U 2017. godini uspostavljena je web-stranica raskrinkavanje.ba, koja je fokusirana na razotkrivanje lažnih vijesti i dezinformacija, koja djeluje uz podršku National Endowment for Democracy (NED) i Ambasade Sjedinjenih Američkih Država u BiH. Raskrinkavanje.ba bilježi porast prijava mogućih problematičnih sadržaja koje im sada već svakodnevno šalju građani⁴⁶. Ova web-stranica ima i poddomenu "medijska pismenost", gdje se u kratkim člancima nastoji objasniti važnost dostupnosti informacija poput onih o vlasništvu i odgovornim osobama u medijima. Web-stranica Vijeća za štampu također pruža informacije o etičkim normama, slučajevima njihovog kršenja i načinima ulaganja prigovora. Korisnici ovih platformi tako saznaju o novinarskim profesionalnim normama, o problematičnim praksama, ali i mogućnosti reagiranja građana na uočene problematične prakse. Dodatno, na platformi raskrinkavanje.ba dostupni su odgovori medija na dostavljene kritike, na osnovu kojih se može zaključivati o odgovornosti pojedinih medija prema javnosti.

Ove platforme, međutim, imaju kapacitete za analizu samo malog dijela medijskih sadržaja u BiH i njihov domet je daleko od onoga koji imaju masovni mediji. Međutim, analiziraj.ba i raskrinkavanje.ba također bilježe porast posjeta⁴⁷, te je važno to što kroz specifične analize građanima ukazuju na generalnu potrebu za kritičkim razumijevanjem medijskih sadržaja u svakodnevnom korištenju medija.

Važno je spomenuti i druge online platforme, poput web-stranice <http://www.sigurnodijete.ba>, kojom upravlja organizacija MFS EMMAUS, na kojoj su objavljene informacije i savjeti u vezi sa borbom protiv online nasilja i opasnosti za djecu u online komunikaciji. Platforma futura.ba je, kroz projekat "Jačanje nezavisnih medija", pripremila i objavila promotivne videoklipove u kojima se predstavljaju principi medijske pismenosti i diskutiraju pojave poput govora mržnje, a ostali sadržaji uglavnom su fokusirani na zaštitu potrošača.

U narednom poglavlju osvrnut ćemo se na učešće javnog sektora u inicijativama MIP-a civilnog sektora i odgovorima javnih politika na potrebe društva u oblasti MIP-a.

⁴⁵ Amer Džihana, intervju, 10. 9. 2018.

⁴⁶ Izvor: Tijana Cvjetičanin, koordinatorica istraživanja i urednica sadržaja na portalu raskrinkavanje.ba, intervju, 17. 9. 2018.

⁴⁷ Kako navodi Džihana, sredinom 2018. godine platforma analiziraj.ba dostiže oko 40.000 posjetilaca, a iz upitnika dostavljenog iz organizacije "Zašto ne" saznajemo da raskrinkavanje.ba doseže 100.000 redovnih korisnika.

3. Učešće javnog sektora u inicijativama organizacija civilnog društva: skromno ali ne zanemarivo

Učešće javnog sektora u projektima i aktivnostima civilnog sektora u oblasti MIP-a je rijetko, a i kada postoji, to učešće respondenti ocjenjuju skromnim, iako ne zanemarivim (dva od pet respondenata upitnika). Predstavnici relevantnih javnih tijela i institucija u ovim projektima učestvuju najčešće na događajima i konsultacijama, te donekle u svojstvu edukatora i konsultanata i korisnika istraživanja/analiza organizacija civilnog društva. Naprimjer, učešće predstavnika Ministarstva civilnih poslova BiH u okviru projekta "Izgradnja povjerenja u medije u jugoistočnoj Evropi i Turskoj" podrazumijevalo je participaciju na radionici i na konsultacijama.

Organizacija MSF-Emmaus je jedna od rijetkih koja u svoje aktivnosti često uključuje predstavnike javnog sektora, uključujući Ministarstvo sigurnosti BiH, Ministarstvo za ljudska prava i izbjeglice BiH, Ministarstvo komunikacija BiH, RAK i druge, i to najčešće u svojstvu edukatora, učesnika na događajima, konsultanata i korisnika analiza i preporuka. Osim toga, tri projekta iz 2014, 2016. i 2017. godine usmjerena na borbu protiv zloupotrebe maloljetnika putem IKT-a dobila su i finansijsku podršku Federalnog ministarstva obrazovanja i nauke.

Za platforme poput raskrinkavanje.ba od velike važnosti su adekvatni i blagovremeni odgovori javnih organa na njihove upite sa ciljem provjere informacija iz medijskih izvještaja. Kako navodi Cvjetičanin, dok neki javni organi odgovaraju spremno i uz osjećaj olakšanja da se konačno neko bavi takvim pitanjima, drugi usljed političkih motiva ili uopće ne odgovaraju ili daju "generički odgovor koji nije odgovor". Stiče se dojam da javne institucije u ovom pogledu imaju relativno pasivnu ulogu dostavljanja odgovora na upite o tačnosti pojedinih navoda ali ne i kontaktiranja ovakvih platformi i ukazivanja na problematične sadržaje.

Neki od intervjuiranih eksperata za medijsku i informacijsku pismenost, međutim, navode da, izuzevši pojedince, u javnom sektoru općenito postoji nedostatak znanja, kapaciteta i interesovanja za medijsku i informacijsku pismenost, te da predstavnici javnog sektora medijsku i informacijsku pismenost čak nerijetko još uvijek svode

samo na informatičku pismenost.⁴⁸ Javni sektor je općenito neosjetljiv na prijedloge i inicijative za promjenom javnih politika u oblasti medijske i informacijske pismenosti, ali neki od respondenata upućuju na mogući posredni uticaj djelovanja civilnog sektora na promjenu praksi javnih tijela, i to kroz razvoj svijesti i pritisak šire javnosti. Tako predstavnik platforme analiziraj.ba navodi da je ova platforma doprinijela povećanom pritisku javnosti na Regulatornu agenciju za komunikacije, usljed kojeg je pojačan nadzor RAK-a nad primjenom pravila emitiranja. Organizacija MSF Emmaus također navodi da se kroz kampanju “Surfaj sigurno” posredno doprinijelo intenziviranju aktivnosti relevantnih institucija na sprečavanju online zloupotrebe djece⁴⁹. Međutim, do sada nije artikulirano jasno opredjeljenje javnog sektora ka promociji MIP-a, kroz bilo kakve strateške dokumente i javne politike.

3.1. Saradnja javnog i civilnog sektora kao model budućeg djelovanja

Respondenti ovog istraživanja prepoznaju izuzetan potencijal u djelovanju pojedinaca u javnim institucijama koji su entuzijastični i posvećeni ideji medijske i informacijske pismenosti, budući da smatraju da oni mogu inicirati pozitivne promjene. Takvi pojedinci su prije svega identificirani u institucijama poput Ministarstva civilnih poslova BiH, Direkcije za evropske integracije, Ministarstva komunikacija i saobraćaja Republike Srpske i Regulatorne agencije za komunikacije. U budućnosti će od ključne važnosti biti upravo saradnja između civilnog društva i javnog sektora. Kako jedna od sagovornica navodi, “civilni sektor ima veliku ulogu i nekada se jače čuje njihov glas u odnosu na vladin sektor”⁵⁰. Sagovornici iz civilnog sektora posebno naglašavaju potencijal za zajedničko zagovaranje i djelovanje na čvršćem integriranju MIP-a u javne politike.

Nadalje, potencijal za buduću saradnju prepoznaje se u mogućnosti prenosa znanja i resursa iz civilnog u javni sektor. Kako navodi jedan ispitanik, “mislim da je onda zadaća civilnog sektora da im [op. a. javnom sektoru] maksimalno pomogne [...] tako da to treba iskoristiti gdje god postoje projekti koji nude mogućnost da im nešto daju”⁵¹.

48 Amer Džihana, intervju, 10. 9. 2018.

49 Izvor: popunjeni upitnici.

50 Amira Lazović, šefica Odsjeka, Sektor za usklađivanje pravnog sustava, Direkcija za evropske integracije Vijeća ministara, sastanak, 16. 10. 2018.

51 Amer Džihana, intervju, 10. 9. 2018.

Una Kurtić Demiragić iz Agencije za zaštitu ličnih podataka, naprimjer, navodi da Agencija ne raspolaže materijalima i kapacitetima za veći angažman na promociji medijske pismenosti i smatra da joj u tom pogledu civilni sektor može pružiti pomoć. Primjer prenosa iskustava navodi profesorica Mirjana Mavrak s Filozofskog fakulteta Univerziteta u Sarajevu, koja je nakon učešća u radionici za edukatore u oblasti medijske pismenosti, u organizaciji Internews-a u BiH iz 2013. godine, u redovni program andragogije za studente Odsjeka za pedagogiju uključila edukaciju u ovoj oblasti: "To je jedan predmet [...] otprilike nekih 60-ak sati i od tih 60 sati otprilike, recimo, 1/6 otpada na to da govorim baš o medijskoj pismenosti i o razvoju kritičkog mišljenja", koristeći, između ostalog, materijale i online izvore preporučene na radionici⁵².

Da su na univerzitetima mogući pozitivni pomaci, uz podsticaje iz civilnog društva, pokazuje činjenica da je na katedrama za novinarstvo Univerziteta u Istočnom Sarajevu i u Banjoj Luci uveden predmet Medijska pismenost. U Istočnom Sarajevu je taj predmet uveden školske 2016/2017. godine, pri čemu je inicijativa pokrenuta zahvaljujući i prethodnom učešću predstavnika katedre u edukacijama medijske pismenosti koje je 2013. i 2014. godine organizirao Internews u BiH. Kako navodi Vuk Vučetić sa fakulteta: "Kurikulum je razvijen uz konsultaciju sa stručnjacima [...] ali i na osnovu nekog našeg ranijeg iskustva i rada i predstavlja spoj teorijskih znanja i praktičnih vježbi koje su se pokazale kao vrlo korisne u kontekstu bolje (de)konstrukcije medijskih sadržaja, koje se u dobroj mjeri oslanjaju na pet koncepata medijske pismenosti koje smo preuzeli od Centra za medijsku pismenost <http://www.medialit.org/> i iskustva s tim predmetom su vrlo pozitivna⁵³. Slično tome, na Odsjeku za razrednu nastavu u Tuzli sluša se predmet Medijska pismenost, a na Odsjeku za psihologiju je ponuđen izborni predmet Mediji i publika⁵⁴.

Ovakve predmete ili dodatne časove u okviru drugih predmeta potrebno je, međutim, uvesti i na drugim fakultetima, kao i u ranije stepene obrazovanja, kako bi se unaprijedila cjelokupna medijska pismenost građana.

52 Mirjana Mavrak, profesorica na Filozofskom fakultetu, Univerzitet u Sarajevu, intervju, 17. 9. 2018.

53 Pisani odgovor, 8. 10. 2018.

54 Zarfa Hrnjić Kuduzović, Odsjek žurnalistike, Filozofski fakultet, Univerzitet u Tuzli, pisani odgovor, 19. 9. 2018.

4. Rijedak i skroman angažman medija i IKT-sektora u podsticanju MIP-a

Sektor informacijskih i komunikacijskih tehnologija dijelom je angažiran u projektima MIP-a, prije svega kroz aktivnosti podizanja svijesti, poput kampanja M:Tela, u saradnji sa Agencijom za sigurnost u saobraćaju RS-a, o održavanju od korištenja telefona tokom vožnje automobila⁵⁵.

Drugi oblik saradnje su povremene donacije IKT-sektora i saradnja poput one između HT Eroneta i Sveučilišta u Mostaru, kojom se Eronet obavezuje na to da će pomoći u tehnološkoj modernizaciji, omogućiti posjete i stažiranje studenata i sarađivati na istraživačkim i edukacijskim projektima.

Osim toga, edukacije koje organizira IKT-sektor, poput edukacija Microsofta BiH, Logosofta ili Comtradea, fokusirane su na razvoj informatičke pismenosti i u pravilu ne obuhvataju druge aspekte medijske i informacijske pismenosti⁵⁶. Učešće IKT-kompanija u inicijativama civilnog sektora u promociji MIP-a izuzetno je rijetko i uglavnom je ograničeno na sponzorsku i pokroviteljsku podršku filmskim festivalima, koji imaju i komponentu medijske i informacijske pismenosti. Sarajevo film festival i festival "Pravo ljudski" uključuju radionice fokusirane, naprimjer, na filmsku kritiku i filmsku produkciju. U 2017. godini festival "Pravo ljudski" uključivao je i radionicu u kojoj se diskutiralo o medijskoj pismenosti, filmskoj pismenosti, kritičkom mišljenju i alternativnim oblicima društvenog angažmana, posebno kroz društvene medije i blogove. Neki od sagovornika ukazuju na to da izostaje podsticanje pismenosti čak i u oblasti primarnog djelovanja ovih IKT-kompanija – tj. telekomunikacija i informacijskih tehnologija – "nemate informacije za starije i za mlađe u pisanoj formi, nemate letke u njihovim radnjama"⁵⁷.

Slično je i sa medijima, koji često ne informiraju javnost dovoljno o vlastitim uslugama (poput usluga na zahtjev), vlastitom kredibilitetu i povezanim akterima (vlasničkoj strukturi, izvorima prihoda, etičkim normama koje prate, programskoj orijentaciji itd.) te, generalno, o novinarskim etičkim normama (uključujući, naprimjer, poštivanje autor-

55 Takva je, npr., kampanja "Budi pametniji od svog telefona" implementirana tokom tri mjeseca u 2017. godini.

56 Jedan primjer je MS Skills Center, koji je osnovao Microsoft BiH u saradnji sa udruženjem MS Community BiH, sa ciljem osiguranja IT-edukacija i unapređenja konkurentnosti mladih na IT-tržištu.

57 Lea Tajčić Čengić, intervju, 10. 9. 2018.

skih prava). Tek neki od medija redovno objavljuju sadržaje o novim tehnologijama, uglavnom preuzete iz drugih izvora (npr. Oslobođenje, Klix, Bljesak.info), ili sadržaje o pravima potrošača (npr., emisija "Računica" na RTRS-u), ili su sponzori/pokrovitelji filmskih festivala.⁵⁸ Mediji obično samo u izvjesnoj mjeri prenesu saopćenje o događajima i projektima medijske pismenosti, ali im ne pridaju posebnu važnost, te o ovim pitanjima ne izvještavaju dubinski i kontinuirano⁵⁹. Čak ni javni mediji u BiH – uključujući i tri javna RTV-servisa – koji bi po svojoj prirodi trebali služiti javnom interesu, nisu značajnije posvećeni ovim pitanjima.

Dok su mediji sami rijetko aktivni na promociji medijske pismenosti, neki od njih povremeno sarađuju sa organizacijama civilnog društva na pojedinim projektima, najčešće osiguravajući novinarsku ekspertizu i/ili medijsko sponzorstvo/pokroviteljstvo. Iako je takva saradnja rijetka, respondenti ocjenjuju da je u pojedinim slučajevima bila vrlo značajna za uspjeh inicijativa MIP-a. Platforma analiziraj.ba je, naprimjer, imala intenzivnu saradnju sa medijima poput tačno.net, zurnal.ba i etrafika.net, koji su objavljivali njene sadržaje.

U cjelini, rezultati istraživanja pokazuju da su potencijali djelovanja u ovoj oblasti slabo iskorišteni i da je aktuelna uloga medija u inicijativama medijske pismenosti za sada skromna. Ipak, prepoznaje se da mediji mogu imati ključnu ulogu u povećanju dometa inicijativa medijske i informacijske pismenosti i uticati na svijest javnosti ali i javnog sektora o povezanim pitanjima.

5. Značajne perspektive za buduće djelovanje na razvoju MIP-a

Angažman organizacija civilnog društva u oblasti medijske i informacijske pismenosti posljednjih godina je ili u porastu (tri od pet odgovora u upitniku) ili na istom nivou kao prethodnih godina (dva odgovora). Sve organizacije/

⁵⁸ Naprimjer, Klix, Aljazeera Balkans, Gloria, RSG Radio, Radio Antena i Radio Mix su partneri Sarajevo film festivala; BHRT je medijski sponzor.

⁵⁹ Takva su iskustva, npr., Agencije za zaštitu ličnih podataka. Izvor: Una Kurtić Demir, sastanak, 10. 8. 2018.

pojedinci koji su odgovorili na upitnik (njih pet) navode da imaju aktuelne projekte medijske pismenosti i da slične projekte planiraju dugoročno.

Intervjuirani respondenti navode potrebu za nastavkom djelovanja u oblasti edukacije, istraživanja, jačanja svijesti i zagovaranja, kako bi se na različitim poljima došlo do unapređenja MIP-a u BiH. Pritom je potrebno osloniti se na resurse koji su razvijeni i koji se i nadalje razvijaju kroz djelovanje organizacija civilnog društva.

5.1. Resursi civilnog sektora za provođenje inicijativa MIP-a

Organizacije civilnog društva razvile su značajne resurse i znanja u oblasti medijske i informacijske pismenosti, koji mogu biti osnov za razvoj dobro utemeljenih budućih inicijativa u ovoj oblasti.

Među respondentima upitnika najrazvijeniji su kapaciteti za razvoj i implementaciju edukacijskih projekata, prije svega u vidu razvijenih ljudskih kapaciteta, koncepta edukacijskih programa i dijelom materijala/alata za edukaciju (više u tabeli 3).

Tabela 3. Najvažniji resursi civilnog sektora u oblasti MIP-a

Vrsta resursa	Frekvencija odgovora (N = 5 odgovora na upitnik)
Ljudski kapaciteti	5 (3 – kadrovi za razvoj i implementaciju edukacijskih programa; 2 – kadrovi za istraživanja i analize politika i 1 – kadrovi za zagovaranje).
Razvijen koncept edukacijskih programa	4
Materijali/alati za edukaciju	3
Ojačani tehnički kapaciteti	3
Metodologija istraživanja, monitoringa, analiza politika	2
Izveštaj/analiza politika koja može usmjeriti buduće djelovanje	2

Međutim, dostupnost nekih od ovih resursa je ograničena. Tako, naprimjer, danas ne možemo pristupiti informacijama o programu medijskih klinika koje je 2013. i 2014. godine organizirao Internews, a ni publikacije nisu dostupne na jednom mjestu otkada su web-stranice tog medijskog projekta Internews-a u BiH neaktivne. Koncept i agenda edukacijskih projekata nisu uvijek javno dostupni, posebno nakon završenog procesa regrutacije učesnika i organizacije civilnog društva uglavnom nisu spremne podijeliti te materijale⁶⁰. Primjer silabusa za edukaciju u oblasti medijske i informacijske pismenosti, sa definiranim ciljevima, ishodima, sadržajem i vremenskim okvirom i obrazloženim konceptima dostupan je u publikaciji Turčilo i dr. iz 2017. godine.

Dodatno, u pojedinim projektima razvijene su mreže eksperata i drugih aktera u oblasti MIP-a. Posebno je noviji projekat "Izgradnja povjerenja u medije u jugoistočnoj Evropi i Turskoj" okupio eksperte iz oblasti medija, medijske pismenosti, obrazovanja, bibliotekarstva i informatičkog društva, te dijelom predstavnike relevantnih javnih institucija i organizacija civilnog društva, koji mogu biti konsultirani u budućim inicijativama.

Inicijative u oblasti MIP-a u BiH suočavaju se, međutim, sa značajnim ograničenjima i preprekama, među kojima se kao najistaknutije navode, prije svega, manjak ekspertize u oblasti MIP-a i poteškoće u održivosti, te donekle manjak resursa (tabela 4).

Tabela 4. Prepreke u implementaciji projekata MIP-a

Vrsta prepreka	Frekvencija odgovora u upitniku (N = 5)
Manjak ekspertize za MIP	4
Poteškoće u održivosti aktivnosti MIP-a	4
Manjak resursa za kvalitetnu implementaciju aktivnosti MIP-a	3
Slabo učešće donosilaca odluka	2
Nemogućnost uticaja na systemske promjene	3
Nedostatak analiza i preporuka koje bi odredile pravac djelovanja	2
Slaba koordinacija/saradnja sa drugim akterima	2

⁶⁰ Na naš upit organizacije civilnog društva nisu bile spremne dostaviti detaljne planove, niti alate i materijale koji se koriste u ovim edukacijama. Neke od organizacija navode da to nije moguće zbog povjerljivosti ugovora s partnerima i/ili zbog kompetitivnosti organizacija civilnog društva u potrazi za donatorskim sredstvima. Dostupna je, naprimjer, lista tema Škole kritičkog mišljenja, uz imena predavača, ovdje: <https://www.tacno.net/novosti/pocinje-prijem-druge-generacije-studenata-skole-kritickog-misljenja-u-mostaru/>, ali nisu navedeni precizniji opisi sadržaja, alati i materijali koji se koriste. Informacije o evaluaciji edukacijskih programa također nisu dostupne.

Respondenti koji i sami dolaze iz civilnog sektora većinom procjenjuju da civilni sektor ne djeluje u skladu s potrebama društva u oblasti medijske i informacijske pismenosti (tri od pet odgovora, plus jedan odgovor "ne znam"). Neki od identificiranih razloga za slabu saradnju akademske zajednice i javnog sektora sa organizacijama civilnog društva vezuju se za percipirani i/ili stvarni nedostatak kredibiliteta. Tako jedna od intervjuiranih respondentica navodi da je djelomični nedostatak promišljenog i znanstvenog pristupa u radu civilnog sektora jedan od razloga zašto akademska zajednica nije više otvorena za saradnju⁶¹, dok druga respondentica sugerira da se bilo kakva saradnja sa civilnim sektorom, pa i upućivanje na izvore i resurse koje objavljuju nevladine organizacije, često percipira samo kao promocija tih organizacija a ne promocija pitanja od javnog značaja⁶². Prema tome, postoji potreba za boljim demonstriranjem kredibiliteta i posvećenosti civilnog sektora ovim pitanjima, kao i za dodatnim razvojem kapaciteta.

Prema procjeni predstavnika civilnog društva, postoji prije svega potreba za razvojem kapaciteta za namicanje sredstava za projekte MIP-a i za razvojem tehničkih resursa (hardvera i softvera) (tabela 5).

Tabela 5. Potrebe organizacija civilnog društva za razvojem kapaciteta

Vrsta kapaciteta	Frekvencija odgovora (N = 5)
Kapaciteti za namicanje sredstava za projekte MIP-a	4
Razvoj mreže spoljnih saradnika	2
Razvoj tehničkih resursa	3
Razvoj materijala/alata za edukaciju	2
Razvoj ekspertize za istraživanja, analize politika i formuliranje preporuka za razvoj politika u oblasti MIP-a	1
Razvoj znanja i vještina zagovaranja	2

61 Mirjana Mavrak, intervju, 17. 9. 2018.

62 Una Kurtić Demir, sastanak, 10. 8. 2018.

Tako se, naprimjer, identificira nedostatak informatičke ekspertize kod pojedinaca koji provjeravaju tačnost medijskih sadržaja. Kako jedna od sagovornica navodi: “Ja ne znam kako funkcionise Googleov algoritam za search engine, znači morala bih da provedem mnogo vremena, koje nemam, da naučim te stvari dok sam sigurna da postoje ljudi koji ih već znaju, ali mi nismo povezani i tu ja vidim problem”⁶³.

U dosadašnjim modelima djelovanja civilnog sektora naročito nedostaje komunikacija i neka vrsta foruma za razmjenu znanja i iskustava, kojim bi se na jednom mjestu objedinili resursi (istraživanja, alati, koncepti edukacijskih programa itd.) te omogućila interakcija među različitim akterima i formiranje koalicija za zagovaranje zajedničkih ciljeva MIP-a. Takva platforma, inskola.com, postoji samo za nastavnike, gdje članovi zajednice razmjenjuju materijale za nastavu i autorske tekstove, ali još uvijek nedostaju materijali vezani za MIP, poput primjera medijskih sadržaja koji bi mogli biti korišteni u nastavi.⁶⁴

5.2. Finansijska održivost skoro u potpunosti ovisi o podršci međunarodnih donatora

Civilni sektor ne može djelovati na razvoju medijske i informacijske pismenosti na potpuno strateški osmišljenoj, dugoročno održivoj i kontinuiranoj osnovi s obzirom na to da finansijski ovise o podršci međunarodnih donatora, među čijim prioritetima MIP do sada nije uvijek zauzimao visoko mjesto. To je onemogućilo duži kontinuitet projekata medijske pismenosti te, prema iskustvima respondenata, i neki dobro osmišljeni i utemeljeni projekti nisu našli put do donatorskih sredstava⁶⁵. Posljednjih godina, međutim, raste interesovanje donatorske zajednice za MIP, posebno u kontekstu većeg fokusa na lažne vijesti i radikalizaciju, te se barem u narednih nekoliko godina očekuje nastavak trenda ulaganja donatora u ovu tematsku oblast.

Za sada u bosanskohercegovačkom društvu ne postoje ozbiljne mogućnosti za većinsko finansiranje ovakvih projekata kroz kampanje prikupljanja građanskih donacija, ali je takav oblik finansiranja zabilježen u nekim inicijativama i u budućnosti bi mogao imati značajniju ulogu. Centar za kritičko mišljenje iz Mostara, naprimjer, drugu sezonu

63 Tijana Cvjetičanin, intervju, 17. 9. 2018.

64 Izvor: intervju s predstavnicima Step by step, 29. 10. 2018. Step by step upravlja platformom inškola i iako sagovornici navode da se platforma značajno razvila, također ističu da bi puni potencijal mogla doseći ukoliko bi barem jedna ili dvije osobe u punom kapacitetu bile posvećene upravljanju platformom, što danas nije slučaj.

65 Lea Tajčić Čengić, npr., spominje jedan takav projekat.

Škole kritičkog mišljenja u 2018. godini finansirao je djelomično iz donacija pojedinaca, kroz koje je prikupljeno više od 2.000 eura⁶⁶.

Tek jedan od respondenata istraživanja spominje potrebu za ulaganjima u razvoj medijske i informacijske pismenosti iz državnih fondova, što dijelom može uključivati i finansiranje projekata civilnog društva. Respondenti upitnika ne navode sektor IKT-a kao značajan izvor resursa, ali neki od intervjuiranih eksperata ukazuju na to da ovaj sektor može, prije svega, kroz tehničke resurse i podršku doprinijeti snazi i dometu inicijativa u oblasti MIP-a.

6. Zaključci

Posljednjih godina je, prije svega, kao rezultat djelovanja civilnog sektora, došlo do značajnog razvoja svijesti u svim segmentima društva o konceptu i važnosti MIP-a, čime su dobrim dijelom uspostavljeni preduslovi za širi društveni dijalog. Kroz djelatnosti nevladinog sektora učvrstio se konsenzus među ekspertima o tome da se pod medijskom i informacijskom pismenošću podrazumijevaju najrazličitije vještine pristupa, korištenja, kritičkog razumijevanja, produkciranja sadržaja i učešća u komunikaciji. Tako kristalisan koncept medijske pismenosti može biti lako transponiran u buduće javne politike.

Kroz brojne istraživačke, edukacijske i potrebe podizanja svijesti i zagovaranja, civilni sektor je dijelom kompenzirao nedostatak djelovanja javnog sektora u ovoj oblasti i razvio značajne resurse, prije svega, omogućujući obrazovanje stručnih kadrova i razvoj edukacijskih programa. Međutim, identificiraju se potrebe za razvojem kapaciteta, posebno znanja, vještina i kapaciteta za zagovaranje i za dodatnim istraživanjima u oblasti MIP-a. Aktivnosti civilnog društva, nadalje, do sada nisu bile međusobno koordinirane i uvezane na način koji bi osigurao bolje rezultate i uticaj na javne politike, a kapaciteti civilnog društva su posebno nerazvijeni u sferi zagovaranja, koje je do sada uglavnom bilo tek marginalan dio projekata MIP-a.

66 Informacije na web-stranici tačno.net, dostupne na: <http://www.tacno.net/mostar/podrzite-skolu-kritickog-misljenja-u-mostaru/>.

Narednih godina se očekuje nastavak povećane pažnje i podrške donatorske zajednice i civilnog društva projektima fokusiranim na medijsku i informacijsku pismenost, pa je potrebno iskoristiti spomenute resurse, dodatno razviti kapacitete koji nedostaju (posebno za istraživanja i zagovaranje), značajnije uvezati i koordinirati aktivnosti civilnog sektora i omogućiti efikasnu razmjenu znanja i iskustava te razviti šire koalicije za zagovaranje medijske pismenosti.

Respondenti ovog istraživanja, međutim, prepoznaju potrebu za snažnijim angažmanom javnog sektora i za supstancijalnom saradnjom između javnog i civilnog sektora, kao neophodni elemenat strateškog napretka u oblasti medijske pismenosti.

Svijest u okviru javnog sektora o ovim pitanjima je, međutim, još uvijek ograničena i još uvijek nije jasno artikulirano opredjeljenje za razvoj politika kojima bi se osigurao sistemski razvoj medijske pismenosti. Za sada, medijska pismenost je samo marginalan dio većine nastavnih planova i programa i nisu poduzeti konkretni koraci ka razvoju državne strategije medijske pismenosti. Rijetke inicijative javnih organa samo potvrđuju da za sada postoji nedostatak volje i kapaciteta za širi i supstancijalniji angažman. Međutim, pojedinci unutar relevantnih javnih organa i institucija razvijaju interesovanje i entuzijazam za angažman na unapređenju MIP-a u BiH, što može biti značajna pokretačka sila za razvoj javnih politika i praksi javnih organa. Prioritetnim se naročito ocjenjuju potreba integriranja MIP-a u formalno obrazovanje, čime bi se osiguralo da se vještine medijske i informacijske pismenosti razvijaju među svim učesnicima obrazovnog sistema i kroz sve buduće generacije.⁶⁷

Trenutni angažman medija i sektora IKT-a u inicijativama civilnog društva ocjenjuje se posebno rijetkim i skromnim i istovremeno se prepoznaje da bi šira saradnja omogućila veći domet inicijativa MIP-a te osigurala razvoj ključnih kompetencija građana, ali i posredni uticaj na javne politike.

Kroz angažman svih navedenih sektora u oblasti medijske i informacijske pismenosti, u perspektivi će se osigurati šire društvene promjene i podstaći demokratizacija postkonfliktnog bosanskohercegovačkog društva.

⁶⁷ Tu potrebu prepoznaju intervjuirani respondenti, ali na nju ukazuju i međunarodne preporuke (Evropska komisija 2009).

7. Preporuke ⁶⁸

S obzirom na to da se u ovom trenutku medijskoj i informacijskoj pismenosti pridaje velika važnost u donatorskim krugovima, da su brojne organizacije aktivne u ovoj oblasti a i da svijest unutar javnog sektora o njegovoj važnosti raste, potrebno je iskoristiti taj momentum i nastaviti aktivnije i dugoročno djelovati u ovoj oblasti⁶⁹. Pritom bi bilo važno proširiti, jačati i uvezati mreže eksperata i aktera aktivnih u ovoj oblasti kako bi se omogućio budući zajednički angažman. Da bi to bilo moguće, potrebni su dugoročni projekti i finansijska podrška međunarodnih donatora.

Civilni sektor će i u narednom periodu nužno biti nosilac promjena u oblasti medijske pismenosti, ali će samo veći angažman javnog, medijskog i sektora IKT-a dovesti do šireg i suštinskog napretka.

Medijsku i informacijsku pismenost potrebno je čvršće integrirati u strateške dokumente i time osigurati buduće promjene politika i praksi u ovoj oblasti. Prije svega, u skladu sa odlukom Ministarstva civilnih poslova BiH, vlada formirana nakon izbora krajem 2018. godine treba razviti strategiju medijske pismenosti, te kasnije i akcioni plan i mehanizme implementacije, u saradnji sa ekspertima i civilnim sektorom. U kontekstu evropskih integracija, potrebno je razviti plan usklađivanja sa normama Evropske unije, između ostalog, i onih vezanih za MIP. Kantonalna i entitetska ministarstva nadležna za oblast obrazovanja trebaju **integrirati MIP u obrazovne programe na svim nivoima** (moguće najprije kroz pilot-projekte). Po uzoru na studije novinarstva u Istočnom Sarajevu i Banjoj Luci, i drugi fakulteti na svim univerzitetima u BiH trebaju raditi na uvođenju predmeta Medijska pismenost. Dodatno, prosvjetno-pedagoški zavodi koji djeluju na entitetskim i kantonalnim administrativnim nivoima mogu ojačati element medijske pismenosti u edukacijama za nastavnike i tako posredno medijsku i informacijsku pismenost značajnije dovesti u učionice. Pritom je neophodno omogućiti razvoj kapaciteta unutar pedagoških zavoda.

Organizacije civilnog društva trebaju zagovarati, vršiti pritisak i dati podršku javnom sektoru pri donošenju Strategije i akcionog plana, integraciji MIP-a u obrazovne kurikulume, pri razvoju spomenutih pilot-programa, edukacija za nastavnike, didaktičkih sredstva i udžbenika za obrazovanje u oblasti MIP-a.

⁶⁸ Preporuke će biti osnov za aktivnosti zagovaranja u okviru istog projekta, ali mogu doprinijeti i drugim inicijativama u ovoj oblasti.

⁶⁹ Potrebno je osigurati da aktuelno davanje prioriteta medijskoj pismenosti u partikularnom kontekstu radikalizacije i lažnih vijesti ne bude pretjerano redukcionističko, te da posljedično ne bude zanemaren MIP u dugoročnim procesima demokratizacije.

Potrebno je jačati saradnju i koordinirati aktivnosti svih sektora u ovoj oblasti kako bi se osigurala razmjena znanja i iskustava i koordinirano djelovanje prema zajedničkim ciljevima razvoja medijske i informacijske pismenosti u BiH. U zagovaranju ključnih strateških pitanja (Strategije medijske i informacijske pismenosti, uvođenja školskih predmeta itd.) potrebno je formirati šire koalicije. Organizacije civilnog društva trebaju pokrenuti takve koalicije i planirati adekvatne resurse za dugoročno zagovaranje.

Organizacije civilnog društva trebaju djelovati na uspostavi **online resursnog centra medijske i informacijske pismenosti**, gdje bi se učinili dostupnim svi dosadašnji sadržaji i resursi vezani za medijsku pismenost (istraživački izvještaji, planovi edukacijskih programa, edukacijski materijali i alati, liste eksperata u oblasti MIP-a i sl.), omogućila interakcija, razmjena iskustava i konsultacije među svim zainteresiranim akterima.

Civilni sektor treba **jačati monitoring i evaluaciju vlastitog djelovanja u ovoj oblasti** kako bi se demonstrirala njihova odgovornosti i kredibilitet (objavljivati informacije u vezi sa metodologijom istraživanja i edukacija, dobrim i lošim rezultatima i učincima itd.), ohrabrila saradnja među ključnim akterima, te omogućilo identificiranje i preuzimanje najboljih praksi. Organizacije civilnog društva i eksperti trebaju provesti **dodatna istraživanja** o stanju u oblasti medijske i informacijske pismenosti u BiH (poput analize programa formalnog i neformalnog obrazovanja, ispitivanja medijske pismenosti među učenicima, studentima i nastavnicima/profesorima, uloge roditelja u razvoju vještina MIP-a itd.). Za donošenje pouzdanih generalnih zaključaka potrebna su i obimnija kvantitativna istraživanja. U skladu sa ranije spomenutim međunarodnim preporukama, istraživanja treba podsticati i kroz javne fondove, tj. prije svega, kroz grantove ministarstava obrazovanja, ministarstava komunikacija i civilnih poslova. Takva istraživanja omogućila bi razvoj na prioritetne potrebe usmjerenih aktivnosti javnog i civilnog sektora.

Potrebno je **dodatno razvijati angažman civilnog društva u edukacijskim programima**. Edukacijski centri trebaju razvijati specijalizaciju i prepoznatljivost u edukaciji u određenoj oblasti i za određene ciljne grupe, ali je u cijelosti ovim programima potrebno obuhvatiti različite grupe, uključujući nastavnike, učenike i studente. Centri za cjeloživotno učenje, udruženja roditelja i druge organizacije trebaju razviti edukacije za roditelje, koje su trenutno najmanje zastupljene.⁷⁰ U pogledu tematskog fokusa edukacija, dosadašnje djelomično davanje prioriteta **kritičkom mišljenju** može se smatrati dobrom strategijom prenosa ključnih kompetencija na učesnike vrlo kratkih edukacijskih projekata, ali u edukacijskim programima ne treba zanemariti razvoj sveobuhvatnijih vještina, uključujući **pristup medijima, proizvodnju sadržaja i aktivno učešće u komunikaciji**, koje su također ključne za građansku participaciju.

⁷⁰ Neki od njih su, npr., DVV International (Sarajevo), Centar za cjeloživotno učenje Doboj, Centar za kontinuirano obrazovanje (Sarajevo) itd.

Potreban je **snažniji angažman IKT-kompanija** (uključujući BH Telekom, HT Mostar, M:Tel, Microsoft, Logosoft i mnoge druge) u ovoj oblasti. IKT-kompanije trebaju informirati javnost o vlastitoj oblasti djelovanja i uslugama, ali i uložiti tehnologiju i sredstva u programe medijske pismenosti⁷¹, čime bi promovirali vlastiti brend u javnosti ali i pokazali svoju društvenu odgovornost.

Potrebno je snažnije **učesće medijskog sektora u razvoju medijske i informacijske pismenosti**. Mediji bi trebali pojačati vidljivost relevantnih aktivnosti drugih sektora u ovoj oblasti, ali i sami producirati sadržaje usmjerene na medijsku i informacijsku pismenost (uključujući, npr., sadržaje o regulaciji i samoregulaciji, vlasništvu nad medijima, dezinformacijama i sl.), na kontinuiranoj osnovi (npr., kroz redovne rubrike).

Posebno bi **javni mediji**, u skladu sa svojom misijom, trebali kroz proizvodnju medijskih sadržaja promicati svijest javnosti o pitanjima vezanim za MIP, te omogućiti građanima da se kroz posjete ovim medijima (npr., dani otvorenih vrata, prezentacije i posjete za učenike itd.) upoznaju sa radom medija i produkcijom medijskih sadržaja.

Potrebno je paralelno **podsticati razvoj medijskog okruženja** u kojem će biti dostupne informacije o medijima i kvalitetni medijski sadržaji. Preciznije: a) međunarodni donatori i javni sektor trebaju osigurati finansijsku podršku kredibilnom i kvalitetnom novinarstvu, b) ministarstva komunikacija i druga relevantna tijela trebaju raditi na razvoju legislativnog i institucionalnog okvira, uključujući okvir za unapređenje transparentnosti vlasništva i finansiranja medija.

Potrebno je, kroz ranije navedene platforme (analiziraj.ba, raskrinkavanje.ba, media.ba, vzs.ba i dr.), dodatno informirati građane o **zakonskim i etičkim normama javne komunikacije, te o svim postojećim mehanizmima prigovora** – od prigovora upućenih RAK-u, Vijeću za štampu i watchdog platformama, do žalbi velikim online platformama poput Facebooka o problematičnim sadržajima.

Buduće aktivnosti mogu također ići u pravcu **podsticanja javnih institucija da aktivno djeluju u demantiranju dezinformacija**, tj. da sami kontaktiraju medije i platforme za analizu medijskih sadržaja ukoliko uoče da se u medijima plasiraju netačne informacije. S obzirom na to da su najčešće dezinformacije vezane za sigurnosna i zdravstvena pitanja (poput antivakcinacijske propagande), važnu ulogu u tom smislu posebno imaju sigurnosni organi i zdravstvene institucije.

Kroz ovakve mjere različiti akteri mogu doprinijeti informacijskoj pismenosti građana i time ojačati demokratske procese u BiH.

⁷¹ Vanja Ibrahimbegović Tihak navodi primjer radionica koje je finansirao Microsoft, donirajući opremu za radionice, kroz koje su predstavnici civilnog sektora među učenicima razvijali IKT i vještine kritičkog promišljanja.

Bibliografija

- Azinović, Vlado, i Muhamed Jusić. *The Lure of Syrian War: The Foreign Fighters' Bosnian Contingent*. Sarajevo: Atlantic Initiative, 2015. <https://images.derstandard.at/2015/08/06/The-Lure-of-the-Syrian-War---The-Foreign-Fighters-Bosnian-Contingent.pdf>
- BH Internet Forum Report 2017*. 2018. [Izveštaj o Bosanskohercegovačkom forumu upravljanja internetom iz 2017. godine]. <http://bhigf.ba/en/2017-en/>
- Brunwasser, Matthew, Lejla Turčilo i Davor Marko. *Assessment of the media sector in Bosnia and Herzegovina*. Measure BiH, 2016. <http://www.measurebih.com/uimages/Assessment%20of%20the%20Media%20Sector%20in%20B&H.pdf>
- Čičkušić, Vesima. "Percepcija i stavovi BH nastavnika o medijskom obrazovanju." *Medijski dijalozi* 8, br. 22 (2015): 123–140. <https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2015/10/medijski-dijalozi-22.pdf>
- Dedić Bukvić, Emina. "Zastupljenost informacijske i informatičke kompetencije na studijskim programima izobrazbe nastavnika na Univerzitetu u Sarajevu." *Obrazovanje odraslih: časopis za obrazovanje odraslih i kulturu = Adult Education: Journal for Adult Education and Culture*, br. 2 (2016): 73–96. http://www.dvv-international.ba/fileadmin/files/bosnia-and-herzegovina/Documents/Casopis_2_2016.pdf
- European Audiovisual Observatory. *Mapping of media literacy practices and actions in EU-28*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016. <https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-en-final-pdf/1680783500>
- Gaćanica, Lejla, i Marija Arnautović. *Mehanizmi zaštite od online nasilja: priručnik za novinare i novinarke*. Sarajevo: Mediacentar, 2018. http://www.media.ba/sites/default/files/mc_mehanizmi-zastite_web.pdf
- Halilović, Kanita, Hafiz Korać i Radenko Udovičić. *Media Literacy and Education needs of journalists and the public in Bosnia and Herzegovina*. 2017. <https://seemediapartnership.cji.ro/2017/01/11/media-media-literacy-and-education-needs-of-journalists-and-the-public-in-bosnia-and-herzegovina/>

- Hodžić, Sanela, i Anida Sokol. "Bosnia and Herzegovina". U *Media Sustainability Index*, 1–12. Washington: Irex, 2018. <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-bosnia.pdf>
- Hussain, Ghaffar, i Erin Marie Saltman. *Jihad trending: a comprehensive analysis of online extremism and how to counter it*. Quilliam, 2014. <https://preventviolentextremism.info/sites/default/files/Jihad%20Trending-%20A%20Comprehensive%20Analysis%20of%20Online%20Extremism%20and%20How%20to%20Counter%20it.pdf>
- Ibrahimbegović Tihak, Vanja, ur. *Medijska pismenost u digitalnom dobu*. Sarajevo: Internews in BiH, 2015. https://issuu.com/internewsbih/docs/zbornik-a5_final.
- Korać, Nada, Ivana Zečević, i Jasna Barjaktarević. *Uticaj televizije na djecu i maloljetnike*. Sarajevo: Regulatorna agencija za komunikacije, 2009. <https://rak.ba/bos/aktuelnost.php?uid=1269468566&root=1274081346>
- Osmić, Amer, i Enita Čustović. "Vikipedija – Znanstveno (ne)relevantna platforma medijske (ne)pismenosti". *Medijski dijalozi* 8, br. 22 (2015): 319–336. <https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2015/10/medijski-dijalozi-22.pdf>
- Regulatorna agencija za komunikacije. *Medijska pismenost i zaštita djece*. Sarajevo: Regulatorna agencija za komunikacije, 2009. <https://rak.ba/bos/aktuelnost.php?uid=1269512868&root=1274081346>
- Tajić, Lea. *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Internews in BiH, 2013. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjcuqKvOnaAhXR_aQKHQYHCLkQFggpMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.medijskapismenost.net%2Fdownload%2FMedijska_pismenost_u_BiH.pdf&usg=AOvVaw1YVX5VqmsjcRQ9ZApIBTFH
- Turčilo, Lejla. *Medijska pismenost u BiH: Način odgajanja (medijski, društveno i politički) osviještene javnosti*. Friedrich-Ebert-Stiftung (FES). http://www.fes.ba/files/fes/img/Bilder_Aktivitaeten/MEDIJSKA%20PISMENOST.pdf (datum pristupa 10. 5. 2018).
- Turčilo, Lejla, i Belma Buljubašić. *Mediji i shrinking space: utišani alternativni glasovi*. Sarajevo: Heinrich Böll Foundation: 2017. https://ba.boell.org/sites/default/files/schrinking_spaces_-_studija_-_bh_-_26-10-2017_-_web_1.pdf

Turčilo, Lejla, i Lea Tajić. "Bosna i Hercegovina: Nepostojanje strategije kompenzirano individualnim naporima u razvijanju medijske pismenosti". U *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije: Zbornik radova sa 5. regionalne znanstvene konferencije "Vjerodostojnost medija"*, uredile Viktorija Car, Lejla Turčilo i Marijana Matović, 7–18. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. http://www.hanns-seidel-stiftung.com.hr/images/seminari/2015/fpzg_mediji/medijska_pismenost.pdf

Turčilo, Lejla, Amer Osmić, i Jusuf Žiga. *Mladi, politika i mediji*. Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih. Banjaluka: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), 2017. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/14153.pdf>

Vajzović, Emir, Amer Džihana, Mario Hibert, Vanja Ibrahimbegović Tihak, Sarina Bakić i Feđa Kulenović. *Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 2018. http://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2018/05/PreglednaStudija_MIP_BHS.pdf

Vehab, Ajla, i Mirjana Mavrak. "Informatičko-informacijska pismenost u nastavničkoj profesiji kao izazov u edukaciji edukatora". *Obrazovanje odraslih: časopis za obrazovanje odraslih i kulturu = Adult Education: Journal for Adult Education and Culture*, br. 2 (2016): 97–122. http://www.dvv-international.ba/fileadmin/files/bosnia-and-herzegovina/Documents/Casopis_2_2016.pdf

Zaustavi nasilje: ženska prava i sigurnost na internetu. One World Platform, 2015. <http://zenskamreza.ba/site/wp-content/uploads/2015/07/Zaustavi-nasilje-%C3%85%C2%BDenska-prava-i-sigurnost-na-internetu.pdf>

Zečević, Ivana. *Utjecaj televizijskih sadržaja na djecu: smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja*. Sarajevo: Regulatorna agencija za komunikacije, 2010. <https://www.rak.ba/bos/index.php?uid=1274081346>

Zgrabljic Rotar, Nada, ur. *Medijska pismenost i civilno društvo*. Sarajevo: Mediacentar, 2005. http://media.ba/sites/default/files/media_literacy.pdf

Napomena: Svim izvorima je pristupljeno u oktobru 2018. godine, osim ako je drugačije navedeno.

Međunarodni dokumenti

Commission Recommendation of 20 August 2009. on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society. *Official Journal of the European Union* L 227, 29. 8. 2009. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32009H0625>

Council of the European Union. *Conclusions on media literacy in the digital environment, 5 November 2009*. Brussels: Council of the European Union, 2009. <http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&f=ST%2015441%202009%20INIT>

Direktiva 2010/13/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama). *Službeni list Europske unije* L 095/1, 10. 3. 2010. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A32010L0013>

Strateški i drugi dokumenti u BiH

Ministarstvo civilnih poslova BiH. *Principi i standardi u oblasti obrazovanja odraslih u Bosni i Hercegovini*. Ministarstvo civilnih poslova BiH, 2014. http://www.mcp.gov.ba/org_jedinice/sektor_obrazovanje/dokumenti/strateski_doc/Archive.aspx?langTag=bs-BA&template_id=108&pageIndex=1

Ministarstvo civilnih poslova BiH. *Prioriteti za razvoj visokog obrazovanja u BiH za period 2016–2026*. Sarajevo, 2016. http://www.mcp.gov.ba/org_jedinice/sektor_obrazovanje/dokumenti/strateski_doc/default.aspx?id=7562&langTag=bs-BA

Ministarstvo obrazovanja Republike Srpske. *Strategija razvoja obrazovanja Republike Srpske za period 2016–2021*. *Službeni glasnik Republike Srpske*, 32/16.

Pravilo 76/2015 o pružanju medijskih usluga radija. *Službeni glasnik BiH*, 3/16.

Pravilo 77/2015 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga. *Službeni glasnik BiH*, 3/16.

Vijeće ministara BiH. *Odluka o usvajanju politike razvoja informacionog društva BiH za period 2017–2021. godine*. *Službeni glasnik BiH*, 42/17.

Vijeće ministara BiH. Odluka o usvajanju politike sektora emitiranja u Bosni i Hercegovini. *Službeni glasnik BiH*, 18/07.

Vijeće ministara BiH. Strateški pravci razvoja obrazovanja u Bosni i Hercegovini s planom implementiranja, 2008–2015. godine. Sarajevo: Vijeće ministara, 2008. http://www.mcp.gov.ba/org_jedinice/sektor_obrazovanje/dokumenti/strateski_doc/Archive.aspx?langTag=bs-BA&template_id=108&pageIndex=1

Polustrukturirani dubinski intervjui

Amer Džihana. Medijski ekspert i predstavnik platforme analiziraj.ba, Sarajevo, 10. 9. 2018.

Lea Tajić Čengić. Ekspertica za medijsku pismenost i šefica Odsjeka za međunarodnu saradnju u emitiranju Regulatorne agencije za komunikacije, Sarajevo, 20. 9. 2018.

Mirjana Mavrak. (prof. dr.) Vanredna profesorica, Filozofski fakultet Sarajevo, Sarajevo, 17. 9. 2018.

Radmila Ragelov Jusović. Izvršna direktorica i Nedim Krajišnik, projektni koordinator, Step by Step, Sarajevo, 29. 10. 2018.

Tijana Cvjetičanin. Koordinatorica istraživanja i urednica sadržaja na portalu raskrinkavanje platforme raskrinkavanje.ba, Sarajevo, 17. 9. 2018.

Vanja Ibrahimbegović Tihak. Edukatorica za medijsku pismenost, Sarajevo, 17. 9. 2018.

Sastanci

Amira Redžić. Šefica Odsjeka za kulturu/Državna komisija za saradnju sa UNESCO-om, Ministarstvo civilnih poslova BiH, Sarajevo, 27. 9. 2018.

Amira Lazović. Šefica Odsjeka, Sektor za usklađivanje pravnog sistema, Direkcija za evropske integracije Vijeća ministara, Sarajevo, 16. 10. 2018.

Emir Vajzović. Rukovodilac Instituta za društvena istraživanja Fakulteta političkih nauka, Sarajevo, 4. 10. 2018.

Sandra Kovačević Đurđević i Dijana Obradović. Ministarstvo saobraćaja i komunikacija RS-a, Banja Luka, 18. 9. 2018.

Una Kurtić Demir. Agencija za zaštitu ličnih podataka BiH, Sarajevo, 8. 10. 2018.

Valida Hromadžić i Aida Salihović. One Word SEE platforma, online sastanak, 17. 10. 2018.

Pisani odgovori

Slobodanka Dekić. Mediacentar Sarajevo, 27. 10. 2018.

Vuk Vučetić. Katedra za novinarstvo, Univerzitet Istočno Sarajevo, 8. 10. 2018.

Zarfa Hrnjić Kuduzović. Odsjek žurnalistike, Univerzitet u Tuzli, 19. 9. 2018.

Popunjeni upitnici:

1. Propulsion

2. Zašto ne

3. Centar za analizu medija i politike

4. EMMAUS

5. STEP BY STEP

Neodgovoreni a poslani upitnici:

1. Vijeće za štampu

2. Internews u BiH

3. Friedrich Ebert Stiftung

4. OSCE

5. Futura

6. CPCD

7. One world see

Sastanke i intervjuje vodila Anida Sokol.

**Medijska i informacijska
pismenost na
zapadnom Balkanu:
neiskorišten
emancipacijski potencijal**

Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatinić

1. Uvod

Kada su potomci Julesa Verna, čuvenog francuskog pisca 19. stoljeća, prije dvadeset godina preuređivali porodičnu kuću, našli su stari zaboravljeni sef i u njemu još stariji rukopis. Bio je to rukopis jednog Vernovog romana koji nikada nije bio objavljen. Roman je napisan 1863. godine, a radnja romana se događa u Parizu 20. stoljeća (Verne 1996). Prvi izdavač kome je Verne ponudio rukopis odbio ga je, a upravitelji njegove ostavštine nikada ga nisu htjeli objaviti jer su smatrali da je njegov sadržaj toliko nevjerovatan, čak i za takvog pisca kao što je Verne. Tako je roman ostao zaboravljen u sefu skoro 150 godina.

Glavni lik romana Michel Dufrénoy rodio se u, za njega najgorem mogućem, historijskom periodu. Fakultet na kojem je studirao upravo mu je dodijelio nagradu za najbolju pjesmu napisanu na latinskom, a u društvu u kojem su vladale prirodne znanosti i preduzetništvo pjesnici su bili označeni kao gubitnici. Društvena elita tog vremena bili su inženjeri, koji su gradili naprednu infrastrukturu, i preduzetnici, koji su se bavili novčanim transakcijama. Oni su preuzeli i uloge vladanja, one uloge koje su nekada spadale u domen političara i državnih službenika. Umjetnosti nije bilo u muzejima zato što nije bilo muzeja. Nekada čuvenih francuskih pisaca i pjesnika sjećao se samo mali broj penzionisanih profesora književnosti.

Michael se morao naučiti preživjeti u tom svijetu uz pomoć onih koji su još uvijek pamtili stari. U tome mu pomaže stric Huguenin, crna ovca porodice, koji je do penzije predavao humanistiku. Za vrijeme jedne od njihovih šetnji Parizom stric mu je objasnio kako su zbog društvenih promjena nestala brojna stara zanimanja. Na spisku izumrlih zanimanja bili su i novinari, a razlozi za nestanak novinarstva koje navodi Verne u mnogo čemu su identični onima 150 godina kasnije. Svijetom kojim upravlja inženjerska i preduzetnička pamet nema prostora ni za politiku. Političke stranke još postoje, ali među njima nema ni programskih ni ideoloških razlika budući da birokratsko društvo ne poznaje (a i ne traži) alternativu. Nestanak politike nije pogodio samo političare. Pogodio je i novine koji su kroz cijelu svoju historiju služili političkoj klasi i onima koji su političare postavljali na vlast i finansijski ih podržavali. Pošto politika nije više nikoga zanimala, novinari su ostali bez najvažnije teme o kojoj su izvještavali, čime su novine po svom sadržaju i obimu postali nalik pamfletima. Njihovi vlasnici su pokušavali gubitak tema i novinskog prostora nadoknaditi novim sadržajima koji bi privukli novo čitateljstvo zainteresirano za kritičko i znalačko pisanje o društvu.

Međutim, zadesila ih je nova nesreća. Političkoj i ekonomskoj eliti bilo je dosta medijske pristranosti te su u cilju uravnoteženosti izvještavanja i zaštite građanskih prava zahtijevali da svake novine, uz objavljenu kritiku, moraju omogućiti i objavljivanje ispravki i drugačijeg mišljenja. Urednici su se nakon usvajanja novog zakona suočili sa ozbiljnim problemima jer su uz svaki objavljeni novinski članak morali objaviti na desetine ispravki. Novine koje su još uvijek ustrajale na kritičkom pisanju tako su postale sve deblje i deblje, a njihov je sadržaj za čitaoce bio nerazumljiv i nečitljiv. Na kraju je većina propala. Sudbina kritičkih medija prestrašila je urednike onih koji su još opstajali, zbog čega su od svojih novinara zahtijevali da objavljuju samo takve članke na koje niko neće moći zahtijevati ispravak. Međutim, takve novine niko više nije htio čitati.

Promjene u društvu pratile su i tehnološke, objasnio je stric Huguenin. U staro vrijeme broj čitalaca bio je daleko veći nego broj pisaca. Knjige su pisali i objavljivali malobrojni. Isto je vrijedilo i za novine. Cijena štampanja i distribucije (knjige ili novina) bila je prevelik trošak za većinu ljudi. No, tehnološka revolucija je štampu i distribuciju tako pojedinih da je sada svako mogao objavljivati i distribuirati što god je htio. Na prvi pogled je tehnološka promjena imala pozitivne posljedice – odstranjene su prepreke koje su ljudima onemogućavale da pišu i objavljuju. Na taj način demokratiziralo se pravo na dostupnost tekstova javnosti. Međutim, oduševljenje promjenama nije dugo trajalo. Više nije bilo kritike i kritičara (zbog straha pred tužbama) te je medijski prostor bio prepun sadržaja koje niko nije pregledavao, popravljao i razvrstavao. Istina i laž imale su jednaku vrijednost. Novi autori i autorice većinom su pisali za sebe ili za mali broj onih koji misle isto kao i oni. Broj pisaca je postao veći nego broj čitalaca, čime je izdavaštvo kao posebna djelatnost postalo nepotrebno.

Gotovo 150 godina kasnije stječemo dojam da se Vernova vizija svijeta ostvaruje. Međutim, to je samo prvi dojam koji nas ne smije navesti na razmišljanje da ništa ne možemo uraditi. Možda je upravo misao da ne postoji alternativa (famozna TINA – *there is no alternative*) onaj način razmišljanja na koji moramo usmjeriti kritičko mišljenje i djelovanje. Alternativa (ili bolje rečeno alternative) postoje. Nude je pojedinci i grupe od kojih svako na svom području djelovanja, sa ograničenim sredstvima i ograničenom političkom podrškom, pokušavaju osmisliti i realizirati promjene. Već gotovo dvije decenije se u našim istraživanjima bavimo traženjem odgovora na naizgled jednostavno pitanje – zašto imamo upravo takve medijske sisteme? Tražimo kompleksne odgovore i pokušavamo ponuditi mogućnost drugačijeg promišljanja sistema i alternativa. Već drugu deceniju upozoravamo na posljedice koncentracije medijskog vlasništva za pluralizam medija (Hrvatini i Petković 2004), definirali smo pojam medijskog integriteta i tražili da postane ključna referenca u medijskoj politici i uspostavljanju medijskog sistema zasnovanog na djelovanju medija u javnom interesu (Hrvatini i Petković 2014), proučili smo i ponudili mogućnosti alternativnih izvora finansiranja medija

(Živković 2016) i isticali važnost uloge javnog medijskog servisa u zaštiti prava građana na informiranje i djelovanja javnog komunikacijskog prostora (Hrvatini i Petković 2004, 2014; Petković, Panić i Hrvatini 2016). Smatramo da je medijske sisteme moguće reformirati (ne samo kozmetički popraviti površnim promjenama zakona) i učiniti ključnim oruđem za kritičko razmišljanje i djelovanje u rukama građana. Zato je ovo naše najnovije istraživanje fokus analize preusmjerilo na medijsku i informacijsku pismenost i njenu ulogu pri opismenjavanju građana za razumijevanje svijeta u kojem žive. Međutim, kao što se može vidjeti iz aktivnosti u pojedinim državama uključenim u našu analizu, aktivni građani prije svega trebaju aktivnu državu. Trebamo više, a ne manje države, i to takve države koja neće upravljati (*governance*) nego voditi politiku (*governing*) (Brown 2015, 135).¹

Širenje lažnih informacija sa ciljem manipuliranja javnim mnijenjem, zloupotreba ličnih podataka građana u komercijalne i političke svrhe, netransparentnost algoritama koji određuju šta će se širiti u javnom prostoru a šta ne, kriza novinarstva, zbog koje su mediji postali samo jedan od izvora informacija, i to ne onaj najvažniji, za veliki broj građana su problemi koji zahtijevaju aktivnu državnu politiku. Takvim manipulacijama moguće se oduprijeti tek onda kada interesi monopolista u informacijskom kapitalizmu ne budu ispred interesa građana i njihovih temeljnih komunikacijskih prava. Bez tih prava i njihove zaštite nemoguće je aktivno zalaganje za društvene promjene. Algoritmi i pametne mašine nikako ih ne mogu osigurati. Ne mogu (ili ne žele) ih osigurati ni medijski vlasnici, koji su, zajedno sa vlasnicima komunikacijskih portala i tehnokratskim političarima, privatizirali jedno od temeljnih prava svakog građanina u demokratskom društvu – pravo na vjerodostojne, istinite i na javnom interesu zasnovane medije.

Medijska i informacijska pismenost ili ono što Douglas Kellner (1995) imenuje "kritičkom medijskom pedagogijom" predstavlja mogućnost oblikovanja novih načina komunikacije građana u javnom prostoru a ne korisnika usluga u komercijalnom odnosu razmjene. Današnji mediji (odnosno, općenito mediji, kroz dugu historiju svog djelovanja) ne omogućavaju ravnopravan pristup svim učesnicima u javnoj raspravi. Oni koji imaju vlasništvo nad produkcijskim sredstvima (u našem slučaju medijima i komunikacijskim platformama) odlučuju o tome ko može govoriti i o kome se govori. Medijski prostor je samo "tržište" na kojem se nosioci različitih mišljenja bore za medijsku pažnju publike. Time su građani reducirani na potrošače medijskih sadržaja koje vlasnici medija prodaju oglašivačima za profit. Medijska i informacijska pismenost, uprkos svojim pozitivnim nastojanjima, jednostrano pokušava riješiti nagomilane probleme medijske industrije – pokušava opismeniti potrošače i istovremeno odrješuje svake odgovornosti

¹ Vodenje politike (*governing*) podrazumijeva, prema Brown, aktivno političko djelovanje i razlikuje se od upravljanja (*governance*), sačinjenog od niza nepovezanih praksi, pregovaranja i uvjeravanja koje vlade usmjeravaju u one nad kojima vladaju.

medijske producente (medijske vlasnike, urednike i novinare). Demokratizacija medijskog sistema zahtijeva kritičko razmatranje činjenice da je od liberalnog principa javnosti kao prostora javne rasprave u kojoj se suočavaju različita mišljenja i argumenti ostalo veoma malo ili gotovo ništa. Medijska i informacijska pismenost, kako je mi razumijemo, usmjerena je na opismenjavanje svih aktera medijskog sistema: od građana do medija i političara. Važno je dodati da medijska i informacijska pismenost nije organizirani sistem oblikovanja moralnih sudova o medijskim sadržajima, niti je (samo) učenje kako biti medij, nego je proces u kojem se učimo kako komunicirati, kako rješavati komunikacijske konflikte, kako krotiti demone demokratije.

Da bismo razumjeli značaj medijske i informacijske pismenosti, moramo razumjeti zašto imamo takve medije i takav medijski sistem. Koji su ključni trendovi koji su ga oblikovali, kakav je bio utjecaj liberalizacije medijske politike na pluralizam medija, kako se mijenjao položaj i uloga javnih medijskih servisa, kakvi su bili odgovori zakonodavaca na nacionalnom i nadnacionalnom nivou (nivou EU) u pogledu zaštite slobode izražavanja i slobode medija te kako se mijenjala medijska publika i njene medijske navike? Kada to razumijemo, onda ćemo lakše shvatiti koliko je važno da medijska i informacijska pismenost postane dio javne obrazovne politike. Fragmentacija i segmentacija i medijske ponude i medijske potražnje, komercijalizacija ličnih podataka građana na društvenim mrežama te gubitak povjerenja ljudi u vjerodostojnost medija (istovremeno sa gubitkom povjerenja u sve političke elite i reprezentativnu demokratiju) zahtijeva od svih nas kritičko razmišljanje o tome kakve medije trebamo.

2. Mapiranje svijeta

Iako se čini da mediji nemaju značajnu ulogu u procesu obrazovanja svoje publike i da obrazovanje publike, kao što to neki predstavnici medija tvrde, nije njihov posao, to nije istina. Služenje javnosti (*public service*) kao osnovna funkcija javnih medija od njihovog nastanka prije gotovo jednog stoljeća zasnivalo se na obrazovanju njihove publike. Obrazovati, informirati i nuditi zabavu (tim redoslijedom) bili su zahtjevi za sve stvaraoce programskih sadržaja. Naravno, ta obrazovna funkcija javnih medija nije bila zamišljena kao zamjena za institucionalni sistem obrazovanja, koji je oduvijek bio u ideološkom domenu države. Stvaraoci medijskih sadržaja bili su svjesni odgovornosti koju

donosi njihov rad namijenjen masovnoj publici. Odgovornost (*accountability*), osjećaj odgovornosti (*responsibility*) i responsivnost (*responsivness*) postali su osnovni organizacijski principi djelovanja javnih medija. Odgovornost se odnosila na brigu za javni interes, osjećaj odgovornosti na visoke profesionalne standarde rada svih zaposlenih, a responsivnost na uspostavljanje čvrste veze s publikom kojoj mediji služe. U slučaju štampanih medija nikada nije uspostavljena obaveza da ispunjavaju te standarde. Naravno, novinari su poštovali standarde obavljanja svog zvanja i oblikovali su se određeni mehanizmi samoregulacije koji su sprečavali državu da represivno utječe na novinarski rad, a odgovornost svih zaposlenih bila je stvarati proizvod koji će (poštujući prije navedene standarde) donositi profit vlasniku. Komunikacijske platforme i društveni mediji nisu mediji u onom smislu koji vrijedi za štampane medije, radio, televiziju i audiovizuelne medijske usluge. Oni su tehnološka i komunikacijska platforma na kojoj milioni korisnika objavljuju i razmjenjuju svoje poruke i oblikuju prostor javne komunikacije, pri čemu ne snose bilo kakav vid odgovornosti karakterističan za medije. Njih ne obavezuje nikakav javni interes (osim pružanja svim korisnicima komercijalne mogućnosti pristupa tim uslugama), a istovremeno su postali najvažniji izvor informacija i najvažniji kanal komuniciranja za veliki dio populacije.

Prije nego što pokažemo kako je odgovornost onih koji učestvuju u činu potrošnje medijskih sadržaja zamijenila odgovornost medijskih producenata, koji učestvuju u produkciji medijskih sadržaja, moramo razumjeti šta je to u medijskom djelovanju što utječe na načine kako ljudi razumiju svijet u kojem žive.

Mediji imaju važnu ulogu u procesu stvaranja i legitimiranja dominantnih pogleda na svijet. Oni su, kako to obično ističu kritički medijski pedagozi, ključan instrument u "radikalnom demokratskom projektu" stvaranja kritičkih javnih prostora mišljenja i djelovanja informiranih i društveno aktivnih državljana. Mediji ne određuju samo teme o kojima će se raspravljati u javnosti, nego prije svega nude njihove prihvatljive interpretacije – obrazlažu nam zašto i kako se nešto dogodilo. Realni svijet previše je kompliciran i neshvatljiv za nesporno iskustvo. Za razumijevanje svih dimenzija problema, svih različitih pogleda, kao i nebrojenih interpretacija sami nemamo dovoljno znanja. Pa ipak smo prisiljeni u takvom okruženju djelovati, rekonstruirati ga i, sa određenim pojednostavljenim modelom interpretacije, razumjeti ga. "Ako želimo putovati svijetom, trebamo mape", piše Walter Lippmann u knjizi *Javno mišljenje* (1991, 41). Upravo su mediji oni koji nam nude te "mape", oni is crtavaju puteve kretanja i postavljaju putokaze pomoću kojih razumijemo događaje koji se svakodnevno događaju oko nas. Mediji su sakupljači i razlagači događaja koje sami nismo iskusili i o kojima, u najvećem broju slučajeva, nemamo oblikovano mišljenje ili stavove. Na medije gledamo kao na vjerodostojne izvore informacija, kao na "zapisničare" događaja, kao garante da se ono o čemu izvještavaju stvarno dogodilo. Mediji svoju kredibilnost grade na tome da su za nas najvažniji nezavisni izvor informacija i interpretacija. Većina ljudi

kredibilnost sadržaja informacije ocjenjuje po izvoru – na temelju toga ko nam govori ocjenjujemo vjerodostojnost onoga što je rečeno. Zato na djelovanje medija ne možemo gledati kao na bilo koju drugu poslovnu djelatnost.

Masovni mediji (prije svega radio i televizija) izuzetno su važna historijska institucija 20. stoljeća. Britanski historičari Asa Briggs i Peter Burke u knjizi *A Social History of The Media – from Gutenberg to The Internet* (2009) pripisuju im važnu ulogu u nastanku i jačanju savremenih nacionalnih država. Nacionalni radio i televizija su državljane i državljanke određene nacionalne države povezali u jezičku i kulturnu cjelinu – medijsku zajednicu. Masovni mediji i masovna publika bili su ključni i za poslijeratne političke teoretičare liberalne demokratije, koji su zagovarali ideju slobodnih i informiranih državljana koji na izborima biraju svoje političke predstavnike uz pomoć informacija koje im posreduju mediji. Ideja reprezentativne demokratije je medijskim preduzećima omogućila privilegiran status “čuvara demokracije”. Samo oni su mogli ulaziti u dnevne sobe različitih slojeva društva sa jedinstvenim političkim, kulturnim i zabavnim sadržajima. Izraz čuvari demokracije moramo shvatiti doslovno. Uloga medija za očuvanje određenog organizacijskog i produkcijskog modela karakterističnog za poslijeratni svijet je bila (i još uvijek je) neprocjenjiva.

Od polovine 20. stoljeća nadalje se do tada prevladavajući bipolarni medijski sistem (moćan javni servis i prvi začeci komercijalnih RTV-programa) počeo mijenjati. Liberalizacija medijskog tržišta bila je praćena nastajanjem sve većeg broja komercijalnih medija, koji su pokušavali privući pažnju specifične publike i oglašivača. Od 80-ih godina prošlog stoljeća nacionalne države su počele dodjeljivati koncesije za emitiranje sve većeg broja komercijalnih RTV-programa, kojima je nacionalno tržište uskoro postalo tijesno. Nacionalni mediji su se u pojedinim državama morali takmičiti sa globalnim (prije svega američkim korporacijama), a medijski prostor je trebao sve više i više novih programskih sadržaja. Tržište štampanih medija, koje je dugi niz decenija imalo primat nad oglašivačkim novcem, dobilo je jaku konkurenciju u televiziji. Ideja o besplatnim novinama kratkoročno je možda donijela veliki broj čitalaca, ali je dugoročno uništila tržište i odgojila publiku koja nije više bila spremna plaćati za novinske sadržaje. Koncentracija medija se odvijala takvim tempom da je sve veći broj medijskih preduzeća promijenio vlasnika i postao dio velikih medijskih konglomerata. Nacionalni i nadnacionalni zakonodavci (EU) nisu na to imali efikasan odgovor. Deklarativno zauzimanje za pluralizam medija nisu pratili učinkoviti mehanizmi koji bi ga u praksi i osiguravali. Države u regiji jugoistočne Evrope nakon promjene socijalističkog društvenog sistema početkom 90-ih godina prošlog stoljeća stupile su u globalni medijski svijet na koji nisu bile spremne. Od neuspjelih privatizacija, neučinkovitog zakonodavstva, koje nije osiguralo nadzor nad njenim provođenjem, instrumentalizacije medija i korupcije oglašivačkog prostora nastajali su obrisi nefunkcionalnih medijskih sistema unutar kojih su najveći gubitnici bili novinari i građani. Globalna finansijska kriza 2008. godine sve nagomilane probleme u medijskoj industriji samo je pojačala. Postalo je očito da interese

građana i njihovo pravo na raznoliku informacijsku ponudu niko više ne štiti. Seljenje medija, oglašivača i publike na internet bio je samo posljednji kamen u mozaiku medijske krize. U tom kontekstu je ideja medijske pismenosti, odnosno jačanje kritičke uloge "medijskih potrošača"² postala dio političke agende većine država. Međutim, nikada nije bilo jasno na koji način ostvariti u praksi tu ideju. Traženje mogućih modela koji bi djelovali u praksi je bilo prepušteno civilnom društvu, a to traženje traje još i danas.

3. Kriza sistema koji se odupire reformi

Američki novinar i urednik Alex Jones je u knjizi *Losing The News* (2009) analizirao posljedice ekonomske krize na medije i novinarstvo. Opisao je ekonomski model na kojem počiva medijska industrija i pokazao da se prodajni i oglašivački model koji je osiguravao novac za djelovanje medija iscrpio. Krizu medija i novinarstva pratilo je smanjivanje novinarskih redakcija, zatvaranje dopisništava, iskorištavanje privremeno zaposlenih medijskih radnika, pritisci kapitala na urednike, povećavanje radnih obaveza medijskih djelatnika, utjecaj informacijskih posrednika (lobista i predstavnika službi za odnose s javnosti), što je sve dovelo do povećanja udjela onih medijskih sadržaja koji nastaju recikliranjem tema, formi i načina interpretacije. Stari poslovni model se, prema mišljenju Jonesa, i nakon mogućeg ekonomskog oporavka, neće vratiti, zbog čega će novinari morati potražiti nove izvore finansiranja – prije svega za pokrivanje važnih tema, tema bez kojih sebi ne možemo predstaviti informiranog državljanina i demokratsko društvo. Jonesovo razmišljanje je rašireno među brojnim teoretičarima medija i medijskim praktičarima. Novinari krizu medijske industrije i umiranje novina doživljavaju na isti način kao i nekadašnji industrijski radnici koji su u 70-im i 80-im godinama prošlog stoljeća izgubili posao: rudari, radnici na traci i brojni drugi koje je pogodila kriza masovne proizvodnje, globalizacija i automatizacija. Novinari i vlasnici medija konačno su pronašli isti cilj: spasiti medijsku fabriku. Vlasnici je spašavaju tako što otpuštaju zaposlene, kupuju druge medije, centraliziraju redakcije i pokušavaju

² U našem tekstu koristimo različite pojmove kada razmatramo odnose u komunikacijskom procesu. Pojam medijski potrošači odnosi se na publiku u komercijalnom komunikacijskom sistemu, pojam medijski korisnici na korisnike usluga različitih informacijskih platformi i tehnologija, a javni mediji bi morali, po definiciji, svoju publiku promatrati kao građane.

utjecati na zakonodavca da zaštiti njihov položaj na tržištu i ograniči djelovanje internetskih konkurenata. Novinari se nadaju da će nakon krize možda dobiti boljeg vlasnika (obično govore o "strateškom vlasniku") ili, pak, razmišljaju o preuzimanju medija u kojem rade ili formiranju svoje medijske fabrike. A ni jedni ni drugi uglavnom ne razmišljaju o tome kako vratiti publiku, kako građanima objasniti zašto su mediji i novinarstvo važni.

John H. McManus je u knjizi *Market Driven Journalism – Let The Citizens Beware?* (1994) objasnio tržišne mehanizme pomoću kojih su oglašivači oblikovali medijske sadržaje i usmjeravanjem priliva oglašivačkog novca utjecali na uspjeh ili propast određenog medijskog preduzeća. Za nove korporativne medijske vlasnike novinarski rad je bio važan dok im je pomagao prodavati oglase i stvarati profit. Zahtjevi vlasnika za sve većim profitom medija pratili su ukidanje skupih i tržišno nezanimljivih redakcija koje dioničarima nisu donosile prihode. Komercijalizaciju novinarstva pratili su i drugi politički i ekonomski trendovi: liberalizacija medijskog tržišta i deregulacija, koncentracija medijskog vlasništva i smanjenje medijskog pluralizma. Ti trendovi su decenijama zabrinjavali samo kritičke medijske teoretičare, novinarska udruženja i aktiviste civilnog društva koji su upozoravali na posljedice koje narušavaju slobodu izražavanja. Krizu su počeli osjećati i medijski vlasnici u trenutku kada su tradicionalni oglašivači ustanovili da mediji nisu više najbolja platforma za posredovanje oglasnih poruka. Internetski oglasi, elektronske društvene mreže, pretraživači i novinarski agregatori su za bitno niže cijene oglasa oglašivačima nudili daleko bolji prodajni učinak. Google, Facebook, Amazon i drugi vlasnici komunikacijskih platformi svoje su korisnike poznavali daleko bolje nego mediji. Oni su pratili svaki njihov klik, svako otipkano geslo u tražilici, svaku kupovinu i svaki pročitani sadržaj. Internet je pokazao kako je snažna bila ovisnost medijskih preduzeća o samo jednom poslovnom modelu: prodaji oglasa. Neposredna transakcija sa medijskim potrošačima – kolporterska aktivnost, televizijska pretplata, prodaja digitalnih paketa – nije ostvarivala dovoljno prihoda brojnim medijskim organizacijama. Iako bi pretpostavili da su mediji dobili lekciju o tome kakve su posljedice "monokulturnog" modela, internetska preduzeća su krenula istim putem. Internetsku ekonomiju isto tako pokreće oglašavanje i novac ulagača koji u informacijskoj infrastrukturi vide mogućnost još većeg profita. Pritisci tržišta, o kojima piše McManus, na internetu su postali još izraženiji zbog optimizacije rada i kompjuterskih algoritama kojima se može marketinški iskoristiti svaki klik, novinarski prilog ili korisnički sadržaj: blog, tvit, videosnimak ili objava na društvenim mrežama. Dominacija oglašivačkog modela u medijskoj industriji je gotova, a novi održivi model još nije na vidiku. Novinari nisu suočeni samo sa gubitkom oglašavanja koje je finansiralo njihov rad, nego i s traženjem novih načina plaćanja novinarskog rada i traženjem novog (ili vraćanje ka starom) smisla za obavljanje novinarskog posla. Pokazalo se da kriza nije strukturna nego sistemska i da su njene posljedice katastrofalne za novinarstvo.

Medijsku fabriku tokom većeg dijela 20. stoljeća pratila je standardizacija novinarskog rada i medijskih sadržaja. Dok je gledao proizvodnju svog prvog auta na traci namijenjenog masovnoj potrošnji, Henry Ford je izjavio: "Model

T zahtijeva 7.882 operacija, ali samo 12% je takvih koje zahtijevaju snažne, spretne i fizički potpuno zdrave ljude. Za ostale operacije, kao što to možemo vidjeti, 670 njih mogu obaviti ljudi bez obje noge, 2.637 ljudi bez jedne noge, dvije operacije mogu raditi ljudi bez objiju ruku, 715 ljudi samo sa jednom rukom i deset operacija mogu obaviti slijepci” (Ford 1923, 109). Univerzalne fabrike masovne produkcije namijenjene odmasovljenoj potrošnji izoliranih pojedinaca temelje se na još većoj standardizaciji rada koju obavljaju algoritmi. Trenutak u kojem ustanovitelj univerzalne fabrike (naprimjer, Google) preuzme poslove tradicionalne tvornice vijesti predstavlja poseban historijski ciklus koji je opisao kanadski pravnik Tim Wu u knjizi *The Master Switch – The Rise and Fall of Information Empires* (2010).

Današnji informacijski monopolisti pokušavaju na sve moguće načine izbjeći prokletstvo starogrčkog boga Kronosa, upozorava Wu. Kronos se bojava proročanstva prema kojem će ga jedno od njegove djece zbaciti s prijestolja vrhovnog boga. Zato je odmah nakon njihovog rođenja pojeo svoju tek rođenu djecu, dok mu nije pobjegao sin Zeus, koji je ispunio proročanstvo. Na isti način su stari informacijski kronosi (mediji) koristili svu svoju moć i utjecaj da bi onemogućili nove poslovne zeuse koji bi ugrozili njihovu premoć (često uz pomoć države i regulatora). Telegrafski monopolisti su gušili razvoj telefonije. Telefonski imperij je pokušavao zaustaviti razvoj radija, a radijskim vlasnicima je za nekoliko decenija uspjelo podrediti razvoj televizije u radio sa slikama.

U takav ciklus su se u posljednjoj deceniji zaplele medijska i telekomunikacijska industrija, koje na sve načine pokušavaju ograničiti utjecaj internetske. Španski i njemački izdavači su Googlu zabranili da u uslugu Google News bez nadoknade uključi sadržaje novina i časopisa. Književni izdavači su zahtijevali da Google mora, zbog kršenja autorskih prava, zaustaviti projekt skeniranja knjiga Google Books, u kojem je bilo digitalizirano nekoliko miliona knjiga. Vlasnici telekomunikacijske infrastrukture – nacionalni telekomi, kablovski i drugi telekomunikacijski operateri – pokušavaju kršenjem principa internetske neutralnosti ograničiti internetska preduzeća (prije svega Netflix) koja na njihovoj infrastrukturi nude konkurentne internetske usluge: trgovinu, prijenos muzike i videa, skladištenje podataka u oblacima, telefoniju i kratke poruke. Ono što je bitno različito kod informacijskih monopolista je da imaju gotovo potpun nadzor nad tehnologijom i sadržajem, čime postaju najveći urednici i kuratori naše medijske potrošnje.

Kanadski politički ekonomist Vincent Mosco (2014) upozorava na to da savremena skladišta podataka mogu izgraditi i održavati samo najveća preduzeća i države, zbog čega je internetska industrija daleko više koncentrirana i centralizirana nego medijska. Kompleksni informacijski sistemi zahtijevaju daleko usklađeniji radni proces nego što je to bilo karakteristično za nekadašnje medijske fabrike. Umjesto živih ljudi, te kompleksne procese preuzimaju algoritmi i roboti, kojima ritam rada određuju sve brži kompjuterski procesori. Google je u jedinstvenom korisničkom računu objedinio podatke koje do sada nije mogla sakupiti niti država: traženje na internetu, sadržaj privatnih

elektronskih poruka, lokaciju, potrošačke navike i ukuse, lično društveno mreženje, spolnu orijentaciju i političko uvjerenje. Kada upravljamo ličnim profilom na Facebooku, kada biramo videosnimke na YouTubeu ili dodajemo slike na Instagram, sve vrijeme puštamo svoje tragove, koje vlasnici platformi sakupljaju i prodaju. U slučaju medijske industrije njihova publika je bila valuta koja se prodavala oglašivačima, a za vlasnike platformi valuta su postali naši lični podaci. Taj proces nije jednosmjernan. Korisnici usluga koje nude platforme počinju prilagođavati svoje ponašanje (npr., odabir informacija) ponudi koju oblikuju algoritmi, čije djelovanje nije transparentno. Današnji programeri znaju dobro analizirati i predvidjeti novi muzički hit, znaju prevoditi sa stranih jezika, napisati simfoniju ili sonet ili napisati algoritme koji sastavljaju solidne novinarske tekstove (Steiner 2012). Pri tome se ne smijemo ograničiti samo na analizu tehnoloških oruđa koja kroje našu medijsku potrošnju, nego moramo analizirati društvene i ekonomske trendove koji utječu na širenje njihovog korištenja: automatizacija, smanjivanje troškova rada, uvjerenje da samo efikasnijim korištenjem informacijskih oruđa zadržavamo visok ekonomski rast i rješavamo neke od najvećih problema čovječanstva (klimatske promjene, pretjerano crpanje prirodnih izvora, siromaštvo...), a bez radikalnog razmišljanja o održivosti sadašnjeg društvenog uređenja.

Erik Brynjolfsson i Andrew McAfee (2016) uvjereni su da će pametne mašine već u prvom valu automatizacije nadomjestiti brojne poslove koje danas obavlja gotovo polovina svih zaposlenih. Pomislite na samovozeće automobile. Zaposleni u tzv. kreativnoj industriji uvjereni su da su njihova radna mjesta sigurna. Algoritmi su najefikasniji upravo u poslovima gdje se obavljaju logički i strukturirani procesi analize podataka: računovodstvo, prevođenje, pisanje žanrovskih tekstova i muzike, medicinska dijagnostika. Algoritmi u novinarstvu proizvode standardizirane novinarske tekstove koji su već duže realnost i u nealgoritamskom novinarstvu. Najteže će biti zamijeniti radna mjesta u tzv. emotivnoj ekonomiji, koju sada većinom obavljaju žene, i to bez finansijske nadoknade ili za niske plaće, smatraju Brynjolfsson i McAfee (2016).

Obrazovni sistem koji se zasniva na produkciji tačno definiranih kadrova za tačno definirana radna mjesta morat će se promijeniti. Brynjolfsson i McAfee umjesto katastrofičnih ocjena stanja daju prijedloge kako tehnologije koristiti za blagostanje cijelog čovječanstva. Ne zaboravimo činjenicu koja se kao nit vodilja provlači kroz cijeli naš tekst: najveći dio kolača (novca) će dobiti vlasnici pametnih mašina – algoritama i elektronskih platformi, što posljedično znači povećavanje (a ne smanjenje) društvene nejednakosti i jačanje društvene i političke moći malobrojnih. U današnje vrijeme više nego bilo kada važi da onaj koji ima nadzor nad komunikacijskim kanalima ima nadzor nad time što putuje tim kanalima i nadzor nad time što korisnici tih kanala troše.

Informacijska i komunikacijska prava državljana, sloboda izražavanja, slobodni pristup informacijama i zaštita privatnosti zahtijevaju aktivnu ulogu države. Bez tih prava teško je sebi predstaviti aktivnog državljanina i aktivizam

usmjeren u pozitivne društvene promjene. Politička i ekonomska historija moderne države pokazuju da porast elektronskog nadzora nije moguće razumjeti samo kao problem tehnologije. Na kraju krajeva, tehnološki nadzor je moguće ograničiti korištenjem protivtehnologija koje štite naša informacijska prava. Ali za to trebamo znanje koje nam niti jedan institucionalni obrazovni sistem ne nudi.

Tehnološki preduzetnici koji su u posljednje dvije decenije postali i medijski vlasnici ili ustanovili nova medijska preduzeća se u svojim javnim nastupima predstavljaju kao čuvari informacijskih prava svojih potrošača (ne građana!). Pomislimo na Marka Zuckerberga, osnivača Facebooka, koji se u posljednje vrijeme mora javno opravdavati zbog zloupotreba usluga koje nudi njegova korporacija. U svim njegovim tekstovima je ključna riječ zajednica (*community*). Facebook je omogućio nastajanje najveće komunikacijske ljudske zajednice u historiji. Facebook omogućava milijardi ljudi da tvori komunikacijsku zajednicu. Postavljena je teza da je nemoguće, zbog malog broja onih koji zloupotrebljavaju usluge Facebooka, kazniti milijardu drugih kojima je njegova tehnologija najvažniji informacijsko-komunikacijski kanal. Tvrdnja da država ne smije posezati u slobodu izražavanja blizu je konceptu regulacije mekanog dodira (*soft touch regulation*), a takav pristup su od 90-ih godina prošlog stoljeća zagovarali vlasnici televizijskih programa. Svi oni vjeruju da su komunikacijske platforme pozitivna alternativa ideološko opterećenim masovnim medijima koji služe interesima nacionalne politike. Kojim interesima služe platforme, nije teško zamisliti. Interesima svojih vlasnika koje niko – ni nacionalna država ni nadnacionalna zajednica, kao npr. EU – ne može nadzirati. I upravo zbog toga je medijska i informacijska pismenost ključna. Moramo znati kako informacijske i komunikacijske platforme djeluju, moramo znati kako djeluje algoritam i moramo znati ko kontrolira komunikacije. Biti medijski i informacijski pismen nije samo odgovornost svakog od nas, nego je to prije svega odgovornost javne politike.

4. Kult informacije

Pojam informacije je posljednjih dvadeset godina postao neizbježan kako u akademskom tako i u političkom govoru o medijima i komuniciranju. Tako smo govorili o informacijskom društvu (njegov dolazak su najavljivali svi), o informacijskoj ekonomiji, o vrijednosti informacija i o informacijskoj privatnosti. Ono što je bitno za našu analizu

je da se pojam informacija koristi kao oznaka za sve: od matematičke formule, vremenske prognoze, stanja na cestama do novinarskog teksta. Pojam je u društvene nauke došao iz kibernetike i odnosio se ne samo na ljudsku komunikaciju, nego i na komunikaciju ljudi sa mašinama i komunikaciju mašine sa mašinama. Norbert Wiener je svojim radom nadahnuo prve teorije komuniciranja, čiji je osnovni cilj bio ustanoviti kako komunikacija pomaže sistemu da djeluje. "Informacijom se naziva sadržaj onoga što razmenjujemo sa spoljnim svetom, dok mu se prilagođavamo i dok utičemo na njega svojim prilagođavanjem" (Wiener 1973, 32). Wienera su zanimali komplicirani fiziološki kontrolni mehanizmi koji u tijelu održavaju osjetljivo stanje homeostaze. Ti fiziološki mehanizmi su za njega bili nekakvi informacijski sistemi koji su djelovali po sistemu povratne sprege. Kibernetika je u 60-im i 70-im godinama prošlog stoljeća postala izuzetno zanimljiva za studente informatike, znanstvenike koji su razvijali umjetnu inteligenciju i pionire kibernetičke kulture koji su u "informacijskoj mašini" vidjeli revolucionarnu mogućnost da preko povratnih sprega uspostavimo homeostatsku ravnotežu u društvu. Međutim, Wiener nije bio samo matematičar i pokretač "kibernetičkog menadžmenta". Bio je i prvi koji je upozoravao na moguće probleme koje ono donosi društvu te je bio protiv bilo kakvog kulta informacije, koji se kao virus počeo širiti svijetom. Zabrinjavala ga je mogućnost da umjetnu inteligenciju i automatizaciju preuzmu "nehomeostatski" faktori koji su u prošlosti preuzeli nadzor nad tehnološkim dostignućima industrijske revolucije: kapital, tržišna konkurencija, diktatura konkurencije i pohlepa. Oštro se protivio mišljenju da je slobodno tržište po svojoj prirodi homeostatsko i tvrdio da iz sukoba privatnih interesa nikako ne može nastati čudesno uravnotežen svijet. Kapitalizam je uspoređivao sa društvenom igrom monopol, u kojoj na kraju igre uvijek pobijedi samo jedan igrač, dok su svi ostali gubitnici. Prilikom nastajanja ili razbijanja "društvene homeostaze", prema Wieneru, veliku ulogu imaju masovni mediji, za koje vrijede sva pravila nehomeostatskoga kapitalizma.

Kapitalistički informacijski sistemi nisu neutralni, kaže Wiener u posljednjem poglavlju knjige *Cybernetics* (1965). On objašnjava da novine ne možemo prodati bez određene doze religije, pseudoznanosti i pornografije. Na radijske programe utječu istraživanja slušanosti, analize potrošnje i istraživanja javnog mnijenja, pomoću kojih vlasnik medija želi doznati u kolikoj je mjeri publika njegovog medija prijemčiva na laži i manipulacije pomoću kojih se prodaje određeni proizvod ili usluga. Zato u medijima ne možemo jednostavno ustanoviti koja je informacija prava iako je istinita, jer je veliki broj drugih (isto tako važnih informacija) izostao ili bio namjerno prešućen. Želimo li razumjeti to ko razbija homeostazu u društvu, moramo se najprije upitati ko ima kontrolu nad sredstvima kojima društvo komunicira. Upravo ti komunikacijski sistemi su podvrgnuti određenim ograničenjima koja sprečavaju homeostazu. Prvo ograničenje se odnosi na težnju sistema prema stvaranju profita: neprofitne medije ili medije koji ne stvaraju dovoljno

profita zamjenjuju profitabilniji. Drugo ograničenje se odnosi na vlasništvo komunikacijskih sredstava u određenom društvu. Vlasnici sredstava su malena grupa onih koji u svojim rukama drže bogatstvo i žele da se takav sistem nikada ne promijeni. Treće ograničenje se odnosi na želju vlasnika komunikacijskih sredstava prema političkoj moći. Sve dok su mediji prepušteni igri moći i novca, teško je očekivati da će djelovati u javnom interesu. Kao što vidimo, Wienerov pogled na "informacijsko društvo" bio je daleko od današnjeg depolitiziranog pogleda na informacijske tehnologije. Zato je i razumljivo da su iz javnog diskursa nestala sva njegova upozorenja o rušilačkoj moći informacijskih tehnologija.

Tehnološki determinizam ("informacijsko društvo će donijeti koristi za sve") nikada nije imao svoje uporište niti u teoriji niti u praksi. Službena doktrina nove informacijske ekonomije (digitalne ekonomije, kreativnih industrija) zasniva se prije svega na tome da tehnologija omogućí globalnu mobilnost kapitala i usluga (ne i ljudi), bez ograničenja nacionalnih država, bez regulacije i bez poreza. Historija nam nudi dragocjenu poruku da današnje nedemokratsko korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija nije jedino moguće. Wiener je to dobro znao. U knjizi *Kibernetika i društvo* je zapisao: "Teško nama ako mašinama prepustimo da odlučuju o našim postupcima, ako prethodno nismo proučili zakone njihovog delovanja i uverili se da će postupati prema principima koji su nam prihvatljivi. (...) Čovek koji ovoga nije svestan, a prebacuje problem odgovornosti na mašinu, ne vodeći računa o tome da li je ona u stanju da uči ili nije, samo baca svoju odgovornost u vetar, da bi je video kako se vraća s olujom" (Wiener 1973, 238).

Radnici su morali organiziranom borbom prisiliti političare da o njihovim pravima ne razmišljaju samo u okviru povećavanja efikasnosti proizvodnje, nego da moraju uvažiti i nedopustivost iskorištavanja, pravo na poštenu nadoknadu za rad i sigurne uvjete rada. Pripadnici društvenih kategorija koje su birokratski standardi i normativi katalogizirali među "nenormalne", svoja politička i ljudska prava su morali izboriti tokom decenija ili stoljeća borbi za ravnopravnost. Zagađenje okoline je dugo bio neizbježan pratilac industrijalizacije, dok ga nisu počele problematizirati organizirane grupe zaštitnika okoliša, koje su zagovarale stav da je zaštita prirode stvar svih, našega zajedničkog životnog prostora, a ne privatni interes vlasnika fabrika. Isto vrijedi i za medijsku pismenost. Zahtijevati pravo na vjerodostojne medije koji služe javnosti i omogućavaju svima pristup informacijama od javnog značaja osnovno je komunikacijsko pravo za čije poštovanje se mora brinuti država prihvatanjem toga da je sloboda izražavanja pravo svih, a ne samo onih koji komunikacijska sredstva imaju u vlasništvu.

5. Medijska i informacijska pismenost - odgovornost države

Medijsku i informacijsku pismenost smo za potrebe našeg istraživanja definirali kao “kognitivne, tehničke i socijalne vještine i sposobnosti građana za pristupanje, kritičko ocjenjivanje, korištenje i doprinošenje informacija i medijskog sadržaja putem tradicionalnih i digitalnih informacijskih i medijskih platformi i tehnologija, uz razumijevanje kako te platforme i tehnologije djeluju, kako da prilikom njihovog korištenja upravljaju vlastitim pravima i poštuju prava drugih, kako da prepoznaju i izbjegnu štetne sadržaje i usluge, da svrsishodno koriste informacije, medijske sadržaje i platforme da bi zadovoljili svoje komunikacijske potrebe i interese kao pojedinci i kao pripadnici svojih zajednica, te da bi prakticirali aktivno i odgovorno učešće u tradicionalnoj i digitalnoj javnoj sferi i u demokratskim procesima”. Definicija pokušava sintetizirati sve, prema našem mišljenju, ključne elemente koji na cjelovit način pokrivaju ciljeve medijskog obrazovanja ljudi. Istraživači iz pet država uključenih u analizu (Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Makedonija i Srbija) su na različite načine i fokusiranjem na različite teme analizirali stanje medijske pismenosti – od ključnih aktera, civilnodruštvenih inicijativa, uloge javnih medija, do odnosa đaka i nastavnika u kontekstu učinkovitosti važećih obrazovnih modela medijske pismenosti. Očito je da niti u jednoj državi ne postoji sistematska i dugoročna politika na tom području, a često podsticaj za uvođenje tih sadržaja u obrazovni sistem ili provođenje istraživačkih projekata dolazi od međunarodnih institucija i donatora. Uprkos deklarativnoj podršci medijskom opismenjavanju, ne postoji jasna vizija o tome zašto je to potrebno, a još manje kako provjeravati da li konkretni pokušaji opismenjavanja stvarno djeluju. U većini slučajeva se odgovornost za medijsko opismenjavanje građana pripisuje obrazovnom sistemu, civilnom društvu i regulatorima medija, a rijetki su primjeri da se u cjelokupni proces aktivno uključe i sami mediji.

Medijska i informacijska pismenost je, s obzirom na stanje medija i razvoj novih oblika komuniciranja na platformama, jedan od ključnih elemenata medijske politike. Evropski dokumenti i politike na tom području prepuštaju nacionalnim državama da same razviju učinkovite modele medijskog opismenjavanja. U nekim državama važnu ulogu igraju javni mediji, u drugim je to domen nezavisnih regulatora, a većina država je te sadržaje uključila u institucionalno obra-

zovanje đaka i studenata. Međutim, medijska i informacijska pismenost mora postati sistem opismenjavanja svih građana, mora postati dio opće pismenosti, kojoj je cilj pismeni građanin.

U vrijeme kada je medijski prostor postao nepregledna mreža različitih izvora informacija, za svakog od nas je najvažniji razviti sposobnost odabira onih koje su vjerodostojne, istinite i koje nam pomažu da razumijemo probleme koji utječu na naše razumijevanje svijeta. U toj kakofoniji sadržaja mediji su postali samo jedan od izvora informacija i za mnoge čak ne najvažniji. Već duže politika institucija Evropske unije na medijskom području umjesto ozbiljnih reformi i sistemskih mjera koje bi vratile povjerenje ljudi u medije i institucije nudi medijsku pismenost kao mjeru koja ublažava probleme uzrokovane neodgovornim djelovanjem medija i komunikacijskih platformi. Ako ljudi žele znati koji je medij vrijedan njihovog povjerenja (a koji to nije), moraju postati medijski pismeni. Umjesto da se od medija zahtijeva da poštuju profesionalna pravila novinarstva i kažnjavaju neprofesionalnost, način na koji koristi profesionalno zasnovane medijske sadržaje postala je odgovornost medijskog potrošača, koji na samu medijsku politiku i djelovanje medija nema gotovo nikakvog utjecaja. Problem je u tome da ne znamo niti kako se određuje ko je medijski pismen, a ko nepismen (ako se smatra da si nepismen, onda je to tvoj problem), niti znamo da li programi medijske pismenosti koji se trenutno provode stvarno obrazuju pismene pojedince. U slučaju opće pismenosti tačno znamo ko je pismen, ko nepismen a ko spada u polje onih koje obično imenujemo funkcionalno nepismenim. Za pismene ljude pretpostavljamo da čitaju i pišu, da imaju sposobnost kritičkog razumijevanja teksta i da razumiju ono što su pročitali. Iza toga stoji cjelokupni obrazovni sistem, koji ima na raspolaganju brojne mehanizme provjeravanja stanja pismenosti pojedinca. Naravno da postoje loši obrazovni sistemi, loše škole, loši učitelji, loši programi i učenici koji nemaju naviku učenja. Ali sistem u cjelini ima mogućnost to popraviti. U slučaju medijske pismenosti niko ne preuzima odgovornost za to da je većina populacije medijski i informacijski nepismena. Medijska industrija koja proizvodi sadržaje i koja je dio problema ne preuzima nikakvu odgovornost. Potpuno je pogrešno razmišljanje da moramo poznavati tehnologiju da bismo bili pismeni. Ne trebamo znati kako se knjiga štampa da uživamo u čitanju. O sadržaju knjiga brinu urednici, izdavačke kuće, recenzenti, javne biblioteke. Zamislite da njih nema. Ko bi nam pomagao da izaberemo dobru knjigu? Anonimni pisci koji pišu recenzije u knjižarama na internetu? Algoritmi koji određuju redoslijed informacija na tražilicama? Medijski nepismeni nemaju nikakvih jasnih kriterija na temelju kojih mogu odvojiti istinite informacije od lažnih na internetu. Ne samo to. Medijski nepismeni mogu informacije koje sami odaberu (i koje su, naprimjer, lažne) širiti dalje po mrežama. Misliti da je moguće taj problem riješiti tako da medijski opismenimo što veći broj ljudi je naivno. Cjelokupni medijski sistem mora postati "pismen". Koncept medijske politike kao javne politike nije ideološki neutralan. Medijska pismenost ne može biti podrška sistemu. U osnovi, medijska pismenost ljude uči kritički razumjeti kako djeluje medijska industrija, odnosno kako djeluju

komunikacijske platforme. Zato ćemo, pozivajući se na autore i autorice koji govore o kritičkoj medijskoj pedagogiji, pokazati u kojem se smjeru mora razvijati cjelokupni sistem opismenjanja.

Na temelju teoretskog pristupa koji je razvila Iris Marion Young u raspravi o multikulturalizmu, možemo uvidjeti koji je mogući smjer razvoja kritičke (radikalne) medijske i informacijske pismenosti. Prema I. M. Young, to što nazivamo participativnom demokratijom postalo je paradoksalna demokratija jer su u njoj utišani glasovi deprivilegiranih grupa, a društvena moć je omogućena samo privilegiranim. Young postavlja zahtjev za širim razumijevanjem politike i za prevazilaženjem sistema u kojem se svaka javna politika depolitizira. Procesi demokratskog prihvatanja odluka su važan element i uvjet društvene pravednosti (Young 2005, 17). Priznavanje razlika i podsticanje različitih društvenih grupa ka autonomnom organiziranju i punoj saradnji u javnom životu mora biti temelj demokratske politike (Young 2005, 222). Young govori o heterogenoj javnosti, koja podstiče samoorganiziranje društvenih grupa i njihovo uključivanje i zastupljenost prilikom odlučivanja i po cijenu toga da u javnoj raspravi dolazi do konflikta. Heterogena javnost je javnost u kojoj učesnici raspravljaju o problemima i prihvataju odluke prema principima pravednosti. Svaka javna politika mora uvažavati i pozicije onih koji su sistematski isključeni iz javne rasprave (Young 2005, 231). Model heterogene javnosti je potpuna suprotnost monolitnoj javnosti, koja je neodvojiva od djelovanja medija. Mediji informiraju i formiraju svoje publike. Određuju ko govori i o kome se govori i definiraju koji je prihvatljiv pogled na svijet, a koji nije. Mediji su važan i često pogrešno i krivo shvaćen izvor kritičke pedagogije. Uče nas kako se ponašati, kako (i o čemu) razmišljati, šta osjećati, čemu vjerovati, čega se plašiti i šta željeti – odnosno uče nas i o tome šta sve ne smijemo raditi. Mediji su oblik neformalnog "obrazovnog sistema" (društveni kurikulum), koji nas uče tome kako biti muškarac ili žena, kako se obući, kakvu sliku o sebi predstavljati u javnosti, kako trošiti, kako se odazivati na pripadnike drugih i drugačijih društvenih grupa, kako biti popularan i uspješan te kako izbjeći neuspjeh, kako se prilagoditi društvenim normama i vrijednostima, praksama i zahtjevima institucija. Medijski spektakli pokazuju ko ima moć u društvu i ko te moći nema. Pokazuju kome je dozvoljeno da koristi silu i nasilje a kome ne. Mediji legitimiraju poziciju onih koji imaju moć i ogoljuju nemoć onih koji tu moć nemaju (Kellner 2003, 11).

Kritička pedagogija (kao i kritička medijska pedagogija) od pedagoga zahtijeva da razvijaju koncepte kritičkog državljanstva, da razvijaju novi rječnik, da su svjesni svoje vlastite kulturne i političke lokacije (Giroux 1996, 77). Da li su mediji pri tome "saveznici" ili "protivnici" ključno je pitanje koje postavlja kritička medijska pedagogija, prije svega u radovima Douglasa Kellnera (1995, 2003). Polazimo od pretpostavke da refleksija medijske moći ne može biti samo pravo (ili dužnost) građana, nego mora biti prije svega dužnost medija samih. Na isti način mora i sama medijska pedagogija reflektirati svoju vlastitu poziciju moći u dijelu koji nazivamo "medijsko učenje".

Stjecanje znanja i vještina medijske pismenosti je zato, prema Kellneru, važan izvor savladavanja preobilja informacijskog okruženja. Naučiti se čitati i pisati, kritički razmišljati i oduprijeti se društveno-kulturnim manipulacijama medija pomaže ljudima da postanu suvereni u potrošnji medijske kulture (Kellner 2003, 9–10). Međutim, stjecanje moći u sferi medijske potrošnje ni na koji način ne utječe na odnos snaga unutar medijskog sistema. Biti svjestan medijskih manipulacija i ograničenosti medijske ponude ne mijenja ustaljene odnose moći u polju komuniciranja. “Kritički” medijski potrošač je i nadalje samo potrošač a ne producent medijskih sadržaja. Njegova moć, bez obzira na to kako velika bila, ne može se mjeriti sa moći samog medija. A u slučaju društvenih mreža sposobnost kritičkog odabira vjerodostojnih sadržaja i odgovornost u javnoj komunikaciji ključan je dio pismenosti.

Kritička medijska i informacijska pismenost mora senzibilizirati ljude da otkriju načine na koje su odnosi moći i dominacije ukodirani u medijske tekstove i dominantne medijske prakse. Još jedanput upozoravamo da spoznaja i prepoznavanje načina medijske reprodukcije odnosa moći i dominacije sami po sebi ne dovode i do njihovog prevazilaženja i mijenjanja. Medijska i informacijska pismenost nije samo prepoznavanje postojanja različitih oblika medijskih praksi ili manipulacija, nego je oruđe za njihovo aktivno mijenjanje i stvaranje takvog polja javne komunikacije u kojem se poštuju i razvijaju principi pluralizma, integriteta, vjerodostojnosti i poštivanja javnog interesa.

Ako parafraziramo Kellnera, koji govori o kulturnim studijama, možemo reći da medijska i informacijska pismenost nije nekakav akademski modni hir, nego može (i mora) postati način borbe za bolje društvo (Kellner 2003, 19). Medijska i informacijska pismenost mora objašnjavati medije iz više različitih perspektiva: a) iz perspektive produkcije i političke ekonomije, b) iz perspektive analize medijskih tekstova, c) iz perspektive recepcije i korištenja medijskih tekstova, pri čemu se pojam medijskog teksta odnosi na sve tipove medijskih produkata (Kellner 2003, 12). I David Buckingham u knjizi *Media Education* (2003, 54–69) predstavlja mogući pristup korištenju kritičke medijske pedagogije, koji uključuje četiri nivoa analize: nivo medijske produkcije, nivo korištenja određenog tipa medijskog “jezika”, nivo medijske reprezentacije i nivo analize publike. Kao što vidimo, te dimenzije su uključene i u našu definiciju medijske i informacijske pismenosti. Kritička medijska pedagogija nije samo medijsko opismenjavanje učenika i studenata koje ih uči kako čitati, analizirati i dekodirati medijske tekstove, kako koristiti informacijsko-komunikacijske tehnologije kao oruđa za izražavanje i produkciju vlastitih tekstova, nego je kritička medijska pedagogija sve to i još više. To “više” se odnosi na učenje kako formirati kritički odnos prema medijskim produktima i njihovim interpretacijama te kako koristiti medije kao sredstvo izražavanja i društvenog aktivizma (Kellner 2003, 551). Kritička medijska pedagogija i aktivizam zahtijevaju novu ulogu i funkciju intelektualaca, upozorava Kellner, posebno sada kada informacijske i komunikacijske tehnologije stvaraju nove prostore političkih sukoba i intervencija.

Demokratska medijska politika teži ka tome da se informacijsko-komunikacijske tehnologije razvijaju u službi ljudi, za ciljeve informiranja i obrazovanja pojedinaca, a ne ka tome da bude (primarno) politika šticeanja interesa medijskih vlasnika. Budućnost demokratije u mnogo čemu ovisi o tome ko će imati kontrolu nad medijima i komunikacijskim platformama, kakve će biti mogućnosti pristupa javnosti do njih, kako će se uspostaviti odgovornost i vjerodostojnost medija, njihovog finansiranja i regulacije u javnom interesu. Zato je od ključnog značaja ne samo aktivizam građana (iako je on itekako važan), nego aktivna politika države koja bi morala osnovne principe slobode izražavanja "vratiti" ljudima. Upravo stoga pojam medijske i informacijske pismenosti u sebi sadrži svojevrsno preplitanje aktivističkog i analitičkog pristupa. Pokušaji jasnog definiranja medijske i informacijske pismenosti kao analitičkog oruđa za razumijevanje djelovanja medijske industrije u velikoj su mjeri usmjereni na oblikovanje aktivističkog odnosa pojedinaca prema medijskoj potrošnji. Naravno da je koncept "otvoren" i da je o njemu moguće govoriti prije svega na deskriptivnom nivou – kroz poređenja različitih (uglavnom već postojećih) praksi. Naše istraživanje je prije svega služilo mapiranju polja analize. Pokazali smo da je u svakoj od država moguće pronaći određene dobre prakse, dobre pokušaje da se ideja pretvori u konkretnu javnu politiku. I upravo to je važno za daljnji rad. Razdobljene pokušaje, većinom angažiranih pojedinaca i civilnodruštvenog sektora je potrebno promijeniti u koherentnu javnu politiku koja će imati jasne ciljeve, jasne aktere i jasne pokazatelje uspješnosti djelovanja.

Najgore što se može desiti je da medijska i informacijska pismenost postane nekakav "trojanski konj" liberalne politike, koja prava ljudi relativizira na mogućnost odabira različitih identitetnih oblika medijske potrošnje. Kritičko razumijevanje i medijski pismen odnos prema medijima i medijskim sadržajima je u takvom relativizmu tek jedna od mogućnosti koje izaberemo kao građani. A šta je druga mogućnost odabira? Medijska nepismenost i osuđenost na nekritičko prihvatanje medijskih manipulacija? Smije li to biti stvar izbora? Radi se o politici koja nedopustivo ne preuzima odgovornost za nešto što bi trebalo biti osnovno pravo građana, koje mora biti osigurano i konzumirano. Današnja situacija radikalne zatvorenosti u informacijske mjehure (*filter bubbles*) nije daleko od toga. Uz argument o slobodi izražavanja danas se štite različiti oblici nedopustivog diskriminiranja pojedinaca i grupa koje nemaju komunikacijske moći (npr. izbjeglice). Kao odgovor na poplavu dezinformacija i manipulacija nudi se koncept pismenog medijskog potrošača, koji se sam mora snaći i pravilno razabrati vjerodostojne informacije od laži. Veliki dio informacija ljudi pronalaze na platformama koje sadašnje zakonodavstvo uopće ne definira kao medije. Lični podaci su postali valuta kojom trguju velika telekomunikacijska preduzeća u zamjenu za pristup platformi u njihovom vlasništvu. Medijski pluralizam je sveden na neograničenu mogućnost odabira istog. Medijske monokulture imaju drastične posljedice na društvenim mrežama. Zatvaranje u informacijske mjehure stvara komunikacijski prostor u kojem ljudi koji isto misle komuniciraju međusobno i dodatno se radikaliziraju. Došli smo do trenutka kada se kao učesnici u komunikaciji ne možemo složiti niti oko toga šta su činjenice. Relativizacija istine, relativizacija prava građana i, na kraju

krajeva, relativizacija demokratije mogu imati strašne posljedice na budućnost svih nas. Medijska i informacijska pismenost nije čudesna formula koja može riješiti sve nagomilane probleme. Ali je svakako prvi korak ka tome da priznamo da imamo problem i da ga je potrebno riješiti. Pristajanje na potpuni kulturni relativizam, kao što kaže Edward O. Wilson, onemogućava traženje odgovora na pitanje šta je to što ljudsko društvo drži zajedno. Ako su temeljni etički standardi određenog društva kulturno uvjetovani i ako su kulture beskrajno različite i ravnopravne, na temelju čega onda možemo odbaciti teokratske režime, ropstvo, mučenje ili dječiji rad? (Wilson 1999, 201) Znanost nije samo jedan od pogleda na svijet, niti samo jedna od intelektualnih supkultura između mnogih koje nam stoje na raspolaganju, kaže Wilson.

Ideja da je moguće ostvariti racionalnu javnu raspravu u uvjetima nejednakosti komunikacijske moći je, naravno, akademski izazov i teško ju je ostvariti kao medijsku/komunikacijsku praksu. Komunicirati znači truditi se oko postizanja saglasnosti u vezi sa osnovnim pitanjima koja društvo povezuje (*communis*) i u vezi sa njihovim interpretacijama. To znači neprestano pregovaranje i poštivanje argumenata sagovornika. Većina današnje komunikacije ne zasniva se na tome. Medijska komunikacija temelji se na formiranju što veće publike i prodaji te publike na tržištu oglašivača. Za medije je svaka publika jednako važna ako donosi novac. Mediji ne predstavljaju prostor otvorene javne komunikacije (ideja na kojoj se zasniva liberalna ideja javne sfere), nego monolitni tržišni prostor u kojem se informacija, medijska produkcija i potrošnja temelje na zakonitostima tržišta. Do sada je ideja kritičke medijske pedagogije ostala na "pola puta". Naime, medije nije moguće promijeniti na strani potrošnje, nego na strani produkcije. I u tome vidimo najvažniji kritički i emancipatorni potencijal medijske i informacijske pismenosti – postići sposobnost građana da postave radikalni zahtjev da mediji i komunikacijske platforme djeluju u javnom interesu (Sen 2006; Nussbaum 2006).

6. O ovom regionalnom istraživanju

Regionalno istraživanje, namijenjeno mapiranju i boljem razumijevanju stanja i razvoja medijske i informacijske pismenosti u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji i Srbiji, trajalo je od aprila do oktobra 2018. godine. Na kontekst našeg istraživanja utjecalo je učestalo referiranje na medijsku i informacijsku pismenost u mnogim aktuelnim doku-

mentima evropskih institucija i organizacija, gdje se medijska i informacijska pismenost nudi kao odgovor na različite i nagomilane probleme i propuste u medijskoj politici i medijskim praksama, kako na nivou država tako i na nivou Evrope.³ Na pojmovni okvir, kao i na agendu i dinamiku aktivnosti i strateškog pristupa temi medijske i informacijske pismenosti u našoj regiji najveći utjecaj imaju međunarodni akteri – UNESCO, UNICEF, Evropska unija, Vijeće Evrope, Organizacija za sigurnost i saradnju i drugi. Oni saraduju sa vladama i nevladinim organizacijama te potiču prijenos znanja, a često djeluju i kao donatori finansijskih sredstava za djelovanje na ovom području. Pregovori i pripreme za članstvo u Evropskoj uniji postavljaju politički okvir i utječu na bavljenje pitanjem medijske pismenosti u državama naše regije kroz prijenos Direktive Evropske unije o audiovizuelnim medijskim uslugama i zahtjeve u vezi sa medijskom pismenošću koji se pojavljuju u tom propisu i drugim dokumentima Evropske unije te se potom prenose u nacionalno zakonodavstvo. Međunarodni akteri mobiliziraju domaće u regiji i nude značajnu podršku, naročito aktivnostima za zaštitu djece na internetu.

Naše istraživanje je nastalo u periodu kada se dosadašnji koncept medijske pismenosti raširio i sve češće obuhvata i informacijsku pismenost, a nekada mu se dodaju i pojmovi digitalna pismenost, podatkovna pismenost itd. Zato je prvi korak u našem istraživanju bilo usaglašavanje definicije medijske i informacijske pismenosti koju smo primjenjivali u nastavku istraživanja i koja je bila osnova za druge korake u istraživanju. Slijedio je pregled relevantne literature, dosadašnjih analiza i zakonskih i strateških dokumenata koji se odnose na medijsku i informacijsku pismenost u svakoj od pet država. Glavni elementi tog prvog dijela istraživanja bili su mapiranje glavnih aktera i glavnih inicijativa, projekata i akcija koje potiču medijsku i informacijsku pismenost u pet država obuhvaćenih istraživanjem.

Radi preglednosti i usklađenog raspoređivanja aktera uspostavili smo 11 kategorija. Obuhvatili smo državne organe i institucije koji vode politiku i reguliraju područje promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti; institucije i aktere u sistemu formalnog obrazovanja; institucije i organizacije koje se bave edukacijom edukatora na području medijske i informacijske pismenosti; organizacije civilnog društva; web-stranice, platforme i portale namijenjene promociji medijske i informacijske pismenosti; aktere u medijskoj industriji (u privatnim, javnim i neprofitnim medijima, tradicionalnim i digitalnim); aktere u filmskoj industriji i industriji igara; aktere u industriji informacijsko-komunikacijske tehnologije; istraživačke i akademske institucije i zajednice; mreže većeg broja aktera, uspostavljene za promociju medijske i informacijske pismenosti, te biblioteke.

³ Takvo referiranje na medijsku i informacijsku pismenost prisutno je, naprimjer, u izvještaju grupe stručnjaka koju je imenovala Evropska komisija radi izrade analize i prijedloga mjera medijske politike za suprotstavljanje "lažnim vijestima i dezinformacijama na internetu". Izvještaj *Višedimenzionalni pristup problemu dezinformacija* (European Commission 2018) objavljen je u martu 2018. godine. Istovremeno je Odbor ministara Vijeća Evrope prihvatio *Preporuke državama članicama u vezi sa medijskim pluralizmom i transparentnošću* (Council of Europe 2018), u kojem navodi i niz mjera na području medijske pismenosti i obrazovanja koje države trebaju poduzeti da bi uspostavile medijski pluralizam i transparentnost.

Glavne projekte, inicijative i akcije na području promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti također smo razvrstali u više kategorija. Oslonili smo se na metodološki pristup uspostavljen tokom mapiranja akcija za promociju medijske i informacijske pismenosti u 28 država članica Evropske unije, koji je 2016. godine proveo Evropski opservatorij za audiovizuelne medije u okviru Vijeća Evrope. Djelomično smo ga prilagodili i uspostavili pet kategorija vještina i sposobnosti kojima doprinosi ili ih potiče akcija ili projekt koji evidentiramo. Radi se o sljedećih pet vještina: vještini traženja i korištenja informacija, medijskog sadržaja i usluga preko tradicionalnih i digitalnih medijskih i informacijskih platformi i tehnologija; vještini kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija u različitim formatima i na način koji je promišljen; vještini kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumijevanja medija i informacija; osviještenosti i angažiranosti u vezi sa zaštitom prava, sloboda i jednakosti te sposobnosti učešća i interakcije. Detaljno smo bilježili podatke o najvažnijim akcijama i inicijativama za promociju i razvoj medijske i informacijske pismenosti – o tome koju vještinu potiče, u okviru kojeg sektora (kategorije aktera) se provodi i koja institucija ili organizacija je nosilac te akcije, koja je ciljna grupa, u kom periodu, kako se finansira i zašto smo tu akciju uvrstili među najvažnije.

Mapirali smo 58 najvažnijih akcija i inicijativa za promociju i razvoj medijske i informacijske pismenosti u pet država: 9 u Albaniji, 14 u Bosni i Hercegovini, 7 u Crnoj Gori, 12 u Makedoniji, 11 u Srbiji i 5 na nivou regije, tj. akcije koje se provode u više država ili uključuju aktere iz više država naše regije.

Ustanovili smo da je u tim glavnim projektima, inicijativama i akcijama na području promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti najaktivniji sektor civilnog društva – najveći broj aktera koji vode te akcije i učestvuju u njima je iz tog sektora. Slijede organi vlasti/državni organi i institucije formalnog obrazovnog sistema, akteri iz akademske i istraživačke zajednice te web-stranice, platforme i portali, namijenjeni različitim elementima medijske i informacijske pismenosti. Manje su aktivni akteri iz medijske i filmske industrije te industrije informacijsko- komunikacijske tehnologije, a također i biblioteke. Nacionalna biblioteka se pojavljuje kao važan akter u Crnoj Gori, u manjoj mjeri u Albaniji te u Srbiji, gdje se školske biblioteke uključuju u projekte civilnog društva i razmatraju inicijative o transformaciji u školske infoteke i aktere medijskog obrazovanja.

Većina od 58 inicijativa, projekata i akcija koje smo izdvojili bila je namijenjena đacima i studentima, prije svega đacima srednjih škola. Najveći broj tih inicijativa i akcija poticao je vještinu traženja i korištenja informacija, medijskog sadržaja i usluga, zatim vještinu kritičkog mišljenja, vrednovanja i razumijevanja medija i informacija te sposobnost učešća i interakcije. Manje su zastupljene akcije i inicijative koje potiču vještine kreiranja, produkcije i objavljivanja medijskih sadržaja i informacija.

U svakoj smo državi posebno izdvojili, rangirali i još detaljnije zabilježili pet najvažnijih akcija i inicijativa na području promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti – koje su glavne aktivnosti, kolika je veličina budžeta, koji su (očekivani) rezultati itd.

Tabela 1. Najvažnije inicijative na području promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti u pet država, prema ocjeni istraživača

	1	2
Albanija	Elementi MIP-a u školskom kurikulumu	Aktivnosti regulatora – Agencije za audiovizuelne medije – javne rasprave, rad sa univerzitetima
Bosna i Hercegovina	Projekt “Jačanje medijske pismenosti u Republici Srpskoj” u organizaciji Ministarstva saobraćaja i veza RS-a	Rad na razvoju strategije MIP-a u okviru Ministarstva za civilne poslove BiH
Crna Gora	Aktivnosti regulatora – Agencije za elektronske medije – kampanja i istraživanje	Aktivnost Nacionalne biblioteke na izradi studije, edukaciji predavača i prijevodu publikacije o MIP-u
Makedonija	Mreža za medijsku pismenost koja povezuje skoro 40 aktera, pod okriljem regulatora – Agencije za audio i audiovizuelne medijske usluge	Makedox – putujuće kino, omladinski lokalni filmski klubovi, priručnici i radionice o dokumentarnom filmu za učitelje i učenike
Srbija	Projekt “Digitalni pogon” (Creative Drive) sa seminarima za učitelje i bibliotekare, ljetnim kampovima, festivalom u organizaciji Novosadske novinarske škole	Škola medijske pismenosti za učenike srednjih škola i studente u organizaciji Centra za marginu

3	4	5
Istraživanja, rasprave i zagovaračke akcije Albanskog medijskog instituta o MIP-u	Inicijativa za sigurniji internet	Web-stranica Faktoje za provjeravanje činjenica
Projekt "Izgradnja povjerenja u medije u državama jugoistočne Evrope i Turskoj" pod vodstvom Instituta za društvena istraživanja	Web-stranica Raskrinkavanje za provjeravanje činjenica i kritičku analizu medijskih sadržaja	Aktivnosti regulatora – Regulatorne agencije za komunikacije – studije, rasprave, kampanje, smjernice
Nastavak aktivnosti Nacionalne biblioteke – rad na nacrtu nacionalne strategije za MIP i radionicama za učitelje i bibliotekare	Uvođenje izbornog predmeta Medijska pismenost u formalno obrazovanje	Edukacija učitelja za izborni predmet Medijska pismenost
Vistinomer – web-stranica za provjeravanje činjenica	Medium – prilog dnevnog lista <i>Nova Makedonija</i> , koji pripremaju učenici srednjih škola, web-stranica Medium, medijski kamp i medijski laboratoriji u školama	Kampanja "Dr. Dragan – ekspert manipulator" u organizaciji Makedonskog instituta za medije sa video i audiospotovima kako prepoznati medijske manipulacije, propagandu i dezinformacije
Uvođenje izbornog programa Jezik, mediji i kultura u gimnazije (od 2018/2019)	Aktivnosti Ministarstva kulture i informiranja na koordinaciji glavnih aktera sa ciljem strateškog pristupa i zakonskih rješenja na osnovi dobrih praksi za promociju MIP-a	Program Delegacije EU za podršku medijskim reformama, u okviru kojeg je i podrška radu Ministarstva kulture i informiranja na akcijskom planu za promociju MIP-a i radu javnih RTV-servisa na produkciji medijskih sadržaja za mlade

Akcije koje smo evidentirali na regionalnom nivou uglavnom su kratkoročnoga karaktera i zavisne od finansijskih poticaja međunarodnih aktera kao što su UNESCO i Evropska komisija. Jedna od takvih inicijativa je Koalicija korisnika informacija i medija u jugoistočnoj Evropi (CIMUSE), koja je u trogodišnjem periodu od 2016. do 2018. poticala javnu raspravu i konsultacije o strategijama razvoja medijske i informacijske pismenosti u državama regije i poticala građane da kritički prate medije i podnose žalbe u slučaju spornih praksi. Projekt je provodila regionalna mreža medijskih centara i instituta SEENPM. Na regionalnom nivou se u novijem periodu povezuju akteri koji znanje na području digitalnih medija i tehnologija prepliću sa nastojanjima za jačanje demokratije, građanske svijesti i participacije. Jedna od takvih trajnijih inicijativa je godišnja konferencija POINT u Sarajevu, koja je 2018. godine održana sedmi put. U drugom dijelu našeg regionalnog istraživanja provedena su manja tematska empirijska istraživanja o različitim segmentima u svakoj državi koje je bilo potrebno dodatno osvijetliti za bolje razumijevanje stanja i poticanje strateškog i praktičnog djelovanja na razvoju medijske i informacijske pismenosti. U Crnoj Gori i Srbiji su se istraživači posvetili obrazovnom sistemu te proučili odnos učenika i nastavnika prema uvođenju i izvođenju nastave izbornog predmeta o medijskoj pismenosti u gimnazijama. U Bosni i Hercegovini je tematsko istraživanje bilo usmjereno u analizu djelovanja civilnog sektora na razvoju medijske i informacijske pismenosti. U Makedoniji je fokus bio na zakonskoj obavezi javnog RTV-servisa da producira i emitira programske sadržaje o medijskoj pismenosti, stanju u praksi i usporedbi sa djelovanjem dva javna RTV-servisa u drugim evropskim državama (Velikoj Britaniji i Belgiji). U Albaniji je provedena analiza djelovanja različitih organa i institucija javnog sektora na promociji i razvoju medijske pismenosti.

7. Strateški rad i aktivnosti državnih organa

Medijska i informacijska pismenost nije izričito, rasprostranjeno i ustaljeno ugrađena kao cilj u strateške dokumente, javne politike i zakonodavstvo u državama regije koje smo analizirali. Ipak, neki aspekti medijske i informacijske pismenosti spominju se u strateškim dokumentima i zakonodavstvu o medijima, informacijskom društvu i razvoju

obrazovanja. U Makedoniji i Albaniji se u strateškim dokumentima i javnim politikama na području obrazovanja i informacijskog društva kao cilj naglašeno ističe razvoj digitalne informacijske infrastrukture i tehničkih vještina za korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija u obrazovnom procesu i za pristupanje informacijama i uslugama javne uprave i komercijalnog sektora. U Srbiji se, pak, medijska i informacijska pismenost i direktno spominje u strategijama javnog informiranja i obrazovanja, a u Makedoniji je u Zakonu o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama 2013. godine uvedena obaveza regulatora (Agencije za audio i audiovizuelne medijske usluge) da promovira medijsku pismenost te javnog emitera MRT-a da emitira programske sadržaje koji potiču medijsku pismenost. No, ni strateški ciljevi ni zakonske obaveze nisu u cjelini ispunjeni.

Primjetni su aktuelni pozitivni pomaci i neposredni poticaji državnim organima u gotovo svim državama koje smo analizirali da pristupe donošenju nacionalne strategije razvoja medijske i informacijske pismenosti. U te aktivnosti uključuju se i povezuju državni organi i javne institucije iz više sektora (npr., kultura i mediji, informacijsko društvo, obrazovanje), a također i akteri iz civilnog društva, biblioteka, akademije i drugih segmenata. U Bosni i Hercegovini je razvoj strategije preuzelo Ministarstvo za civilne poslove pod utjecajem regionalnog projekta "Izgradnja povjerenja u medije" i sistematskog rada Instituta za društvena istraživanja. U Crnoj Gori je nacrt Strategije za razvoj medijske i informacijske pismenosti pripremila Nacionalna biblioteka, a očekuje se angažman i Ministarstva kulture. U Srbiji Ministarstvo kulture, kroz nacionalne konsultacije i radnu grupu, koordinira i potiče strateški pristup i predlaganje zakonskih rješenja na osnovu dobrih praksi promocije i razvoja medijske i informacijske pismenosti. Radi se o inicijativama i akcijama koje mogu rezultirati donošenjem državnih strategija o razvoju medijske i informacijske pismenosti, prihvatanju zakonskih rješenja i mjera, a mogu i usahnuti usljed nedostatka političke podrške i angažmana vodećih struktura u državnim organima. Entuzijazam pojedinih državnih službenika koji nekad i bez posebnih fondova povezuju javne institucije u aktivnostima promocije medijske pismenosti, kao što je to slučaj s projektom nastalim na inicijativu službenika Ministarstva saobraćaja i veza u Republici Srpskoj u Bosni i Hercegovini, važan je dokaz postojanja svijesti o nužnosti angažiranja i pomaka koje je moguće postići, ali je za sistematski i dugoročan rad potrebno da takav pojedinačni i osamljeni angažman postane državna politika, ugrađena u zakone i institucije.

Naše istraživanje je pokazalo da regulatori elektronskih medija, odnosno audiovizuelnih medijskih usluga, kao što su to regulacijske agencije u Makedoniji, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori, a djelomično i u Albaniji, mogu preuzeti važnu ulogu ne samo u analizama i poticanju medijske i informacijske pismenosti građana, nego i u koordinaciji različitih aktera radi cjelovitog i usklađenog djelovanja na ovom području. To je pokazao primjer regulatora u Makedoniji koji se

u toj državi, ali i u cijeloj regiji ističe kao primjer šta može uraditi regulator na području promocije medijske i informacijske pismenosti ako mu to zakon propiše i ako mu je omogućeno da slobodno i stručno radi na tom području. Pored djelovanja na podizanju svijesti i analizama stanja medijske pismenosti, tamošnja agencija za audio i audiovizuelne medije je pokrenula i koordinira mrežu skoro 40 aktera – institucija i organizacija koje djeluju na području medijske i informacijske pismenosti u Makedoniji.

Poticaj državama da razviju koordiniranu politiku medijske pismenosti i operacionalizaciju kroz akcijske planove, uz osiguravanje finansijskih i drugih sredstava, sadržan je u Preporukama Vijeća Evrope o medijskom pluralizmu, koje je Odbor ministara Vijeća Evrope prihvatio u martu 2018. godine. Kao jedan od glavnih strateških pristupa državama se preporučuje formiranje i koordinacija mreže aktera koji se bave pitanjima medijske pismenosti i razmjenjuju dobre prakse. Vijeće Evrope ujedno preporučuje uvođenje nastave medijske pismenosti u obrazovnom sistemu na svim nivoima i kao dio cjeloživotnog učenja, te organizaciju redovne obuke za učitelje i razvoj adekvatnih nastavnih sredstava (Council of Europe 2018).

8. Obrazovni sistem

Obrazovni sistem je ne samo u dokumentima međunarodnih organizacija, nego i u preporukama koje proizlaze iz akademskih istraživanja i analiza organizacija civilnog društva u regiji prepoznat kao jedan od najvažnijih stubova strateškog pristupa s potencijalom sveobuhvatnog, dugoročnog i masovnog razvoja medijske i informacijske pismenosti u državama naše regije. Važnost takvog pristupa dodatno povećava doprinos medijske i informacijske pismenosti jačanju demokratskih mehanizama i aktivnoga građanstva.

Organizacije civilnog društva u više država regije su tu stratešku ulogu i potencijal obrazovnog sistema prepoznale početkom ove decenije (2010. i 2011. godine), kada su, npr., Makedonski institut za medije i Albanski institut za medije u svojim državama ostvarili saradnju sa državnim organima, nadležnim za obrazovni sistem, i poticali ih na uvođenje predmeta ili sadržaja medijske pismenosti u škole, i to razvijajući kurikulume te organizirajući obuku za uči-

telje (u Makedoniji je tako obučeno oko 1.000 učitelja), pripremajući udžbenike itd. Obje inicijative su propale usljed promjena i nestabilnosti u strukturi i političkoj podršci takvim naporima u državnim organima.

Skoro poslije deset godina u tim državama u školama nema predmeta medijske pismenosti, tek su neki aspekti medijske i informacijske pismenosti raspršeno prisutni u više drugih školskih predmeta (materinji jezik, građanski odgoj itd.). Istovremeno su u obrazovni sistem integrirani predmeti koji stavljaju naglasak na tehničke vještine korištenja informacijskih i komunikacijskih tehnologija, ali i na tom području nedovoljna opremljenost škola digitalnim tehnologijama i obučenos učitelja za njihovu primjenu onemogućava sveobuhvatnu ulogu škola u razvoju digitalne pismenosti učenika.

Sa druge strane, u Crnoj Gori je, kroz saradnju civilnog društva, međunarodnih organizacija i državnih institucija u okviru tadašnje reforme obrazovanja i nastojanja da se obrazovni sistem decentralizira i unaprijedi, 2008. godine uveden predmet Medijska pismenost kao jednogodišnji izborni predmet u drugom ili trećem razredu gimnazije. No, i s takvim ograničenim dometom, taj predmet, koji je decidirano namijenjen medijskoj pismenosti, u školskim sistemima u regiji prisutan je samo u Crnoj Gori. Izuzetak je još Slovenija, koja već više od dvije decenije učenicima posljednja tri razreda osnovne škole nudi mogućnost pohađanja nastave izbornog predmeta Medijski odgoj.

Novi iskorak ka integraciji predmeta, namijenjenog medijskoj pismenosti, u obrazovni sistem učinjen je u Srbiji, gdje je od 2018/2019. školske godine u gimnazije uveden izborni predmet Jezik, mediji i kultura.

Empirijska istraživanja koja smo u Srbiji i Crnoj Gori proveli u okviru našeg projekta kroz intervju, fokusne grupe i ankete sa učenicima i prosvjetnim radnicima pokazala su da samo uvođenje školskog predmeta nije dovoljno za uspjeh takve školske reforme. Bez adekvatnih priprema i obučavanja učitelja, koje mora biti kvalitetno i kontinuirano, te bez kvalitetnih udžbenika, dostupnosti tehničke opreme i didaktičkih sredstava nije moguće postići ciljeve uvođenja predmeta. U Crnoj Gori se broj učenika koji pohađaju izborni predmet Medijska pismenost tokom deset godina prepolovio. Od 20 gimnazija u toj državi, njih 11 je do sada realiziralo taj predmet, no u školskoj 2016/2017. godini nastava je izvođena u 6 škola i pohađalo ju je 164 učenika, a u 2017/2018. godini samo još u 4 škole i uz učešće 60 učenika. Izostala je dosljednost i nadgradnja početnih osnova, sistematski pristup obuci i izboru nastavnika, osiguravanje tehničke podrške i opreme, izrada udžbenika umjesto početnih nastavnih materijala i moguće uvođenje gostovanja vanjskog stručnog kadra u nastavi. Također je premalo urađeno na promociji samog predmeta u školama i u javnosti; za to nisu pokazale interes niti državne institucije niti mediji.

U Srbiji je naše istraživanje pokazalo zabrinutost nastavnika zbog nedovoljnih informacija i pripreme za uvođenje novog izbornog programa Jezik, mediji i kultura u gimnazije. Istovremeno su istakli da su upravo prosvjetni radnici zbog

neinformiranosti i nezainteresiranosti često prepreka uspjehu školskih reformi. No, uvođenje nastavnih sadržaja i metoda koji bi unaprijedili medijsku i informacijsku pismenost i nastavnika i učenika smatraju neophodnim da bi se povećala funkcionalnost obrazovanja, ali i prebrodio komunikacijski jaz između nastavnika i učenika.

Učenici koji su učestvovali u našem istraživanju od nastavnika i škole očekuju kvalitetnu komunikaciju, veće korištenje digitalnih tehnologija te otvorenost i sposobnost nastavnika da s njima kritički analiziraju informacije i medijske sadržaje. Seminare i radionice za obuku nastavnika za izvođenje nastave i nastavnih sadržaja koji imaju elemente medijske i informacijske pismenosti u državama u regiji već niz godina provode različite institucije i organizacije. U velikom dijelu to su organizacije civilnog društva, koje takve aktivnosti provode entuzijastično, u okviru kratkoročnih i sporadičnih projekata koje finansiraju strani donatori. U našem istraživanju su nastavnici u Crnoj Gori i Srbiji pohvalili takve seminare i potvrdili da se interes za obuku među nastavnicima povećava kad saznaju da se radi o kvalitetnim seminarima. No, ne postoji sistematičan i dugoročan pristup obuci, niti mjerila kvaliteta. U Crnoj Gori je državna institucija Zavod za školstvo tek 2015. godine počela akreditirati različite seminare za obuku nastavnika za područje medijske pismenosti i uvrstila ih u službeni katalog programa stručnog usavršavanja nastavnika. U toj državi je deset godina poslije uvođenja predmeta Medijska pismenost u srednjoškolsko obrazovanje takav predmet u akademskoj 2018/2019. godini uveden i u univerzitetsko obrazovanje, u studijski program za studente medijskih studija i novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Podgorici. Tim se sistematski pristup razvoju medijske pismenosti prenosi na buduće novinare. Takav pomak napravljen je i na Univerzitetu u Istočnom Sarajevu i Banjoj Luci, gdje je predmet Medijska pismenost uveden na katedrama za novinarstvo od akademske 2016/2017. godine. Studije o suprotstavljanju dezinformacijama navode upravo novinare, pored učitelja, kao aktere koji moraju dodatno razviti svijest, znanje i vještine medijske i informacijske pismenosti i koji imaju potencijal da s unaprijeđenim znanjem utječu na svijest i znanja velikog broja građana i tako multipliciraju učinak vlastite medijske i informacijske pismenosti (European Commission 2018, 25).

U Bosni i Hercegovini su vještine koje čine medijsku i informacijsku pismenost tek djelomično ugrađene u nastavu različitih predmeta u osnovnim i srednjim školama. Kao i u drugim državama s takvim pristupom, u školskom sistemu zanemareni su aspekti medijske pismenosti koji razvijaju vještine kritičkog mišljenja, razumijevanja i analiziranja te produkcije medijskog sadržaja. Obeshrabrujuće prepreke inicijativama za sistematičnu integraciju koncepta medijske i informacijske pismenosti u školske kurikulume i obrazovni sistem u Bosni i Hercegovini predstavlja kompleksan administrativni sistem i rascjepkane nadležnosti između četrnaest ministarstava, ali i nedostatak sredstava i zainteresiranosti onih koji donose odluke. Ipak, entuzijazmom pojedinaca, kao i u drugim segmentima promocije

medijske i informacijske pismenosti, i u obrazovnom sistemu dolazi do malih i izdvojenih pomaka, kao što je uvođenje predmeta Medijska pismenost u program studija razredne nastave na Filozofskom fakultetu u Tuzli.

Ostaje pitanje zašto je u nekim državama regije, kada se zaobiđu prepreke i postigne saglasnost o uvođenju školskog predmeta koji razvija medijsku i informacijsku pismenost, to izborni predmet, ograničen samo na gimnazije. Nešto što se konačno prepozna kao sastavni dio školskog kurikulumu i što se prema svim istraživanjima i strateškim dokumentima relevantnih domaćih i međunarodnih organizacija smatra preduvjetom za kritičko i aktivno učešće u demokratičnim i društvenim procesima prepušta se izboru učenika i konkurenciji drugih izbornih predmeta te ograničava samo na škole koje pohađaju učenici s ambicijom nastavka obrazovanja na univerzitetskom nivou. Podaci o nivou funkcionalne i čitalačke pismenosti učenika (rezultati PISA testiranja) u većini država u regiji nisu ohrabrujući pa se to navodi kao prepreka širokom uvođenju predmeta Medijska pismenost u sve nivoe obrazovanja i sve vrste škola. Istovremeno, jedna od metodologija mjerenja medijske pismenosti uzima upravo loše rezultate PISA testa u državama u regiji, pored loših pokazatelja stanja slobode medija, kao dokaz niskog nivoa medijske pismenosti, najniže u Evropi (Lessenski 2018).

9. Civilno društvo

Organizacije civilnog društva su pioniri angažiranja na promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti u državama regije. One su bile aktivne na širenju svijesti i sposobnosti građana, naročito mladih ljudi, da kritički razmatraju i uključe se u rad medija i digitalnih platformi, i onda kada koncept medijske i informacijske pismenosti nije bio tako razrađen kao danas. Često su bile prve koje su u svojim državama promovirale sam koncept, povezivale se sa stranim stručnjacima i međunarodnim organizacijama u prijenosu znanja i poticanju državnih institucija i organa da naprave systemske iskorake na promociji medijske i informacijske pismenosti. Takav direktan angažman traje više od deset godina. Najčešće se radi o aktivnostima obuke i neformalnog obrazovanja mladih ljudi i njihovih edukatora (uključujući seminare i radionice na lokalnom nivou), organizaciji stručnih skupova, kampanja podizanja svijesti, kritičke analize i istraživanja, publiciranja itd.

Katalog svih organizacija i akcija koje sa ciljem razvoja medijske i informacijske pismenosti provode organizacije civilnog društva u regiji bio bi obiman; već naše mapiranje vodećih aktera i inicijativa ukazuje na to. No, brojnost akcija i aktera nije donijela veće pomake, akteri djeluju raspršeno, njihove akcije su mahom kratkog roka i u cjelini su ovisni o donacijama stranih donatora. Najčešći donatori su Evropska unija i fondovi američke vlade, kao što su USAID i NED. Usprkos projektnom finansiranju, neke organizacije civilnog društva uspijevaju održati kontinuitet aktivnosti koje doprinose medijskoj pismenosti. Međunarodni donatori, kroz svoje politike i mehanizme finansiranja te tematske prioritete, imaju velik utjecaj na rad i razvoj civilnog društva u regiji, pa tako i na ovom području. Pored svijesti i ideja unutar civilnog društva, upravo je agenda stranih donatora tokom posljednjih deset godina doprinijela dinamičnosti, brojnosti i dominantnosti angažmana civilnog društva na promociji medijske i informacijske pismenosti.

Civilni sektor u državama regije često kompenzira pasivnost državnih organa i sporo pokretanje sistemskih rješenja i mjera za razvoj medijske i informacijske pismenosti. Organizacije civilnog društva povezuju se sa akademskim institucijama i istraživačima, vrše temeljne analize i daju preporuke. U civilnom sektoru je akumulirano znanje i iskustvo, uključujući područje neformalnog obrazovanja, koje bi bilo nužno iskoristiti kao komplementarno aktivnostima javnog sektora. Utjecaj na pokretanje javnog sektora, donošenje državnih strategija i sistemskih rješenja prije će postići međunarodni akteri, naročito Evropska unija, no, neizostavna je saradnja civilnog sektora u tim procesima.

Problemi širenja dezinformacija, manipulacija i propagande sa ciljem osujećivanja demokratskih mehanizama i potencijala u javnom komuniciranju i djelovanju građana, te poticanja polarizacije i radikalizacije doprinijeli su angažiranju organizacija civilnog društva u regiji na suprotstavljanju i demontiranju takvih praksi, sadržaja i platformi. U gotovo svakoj od država koje smo obuhvatili istraživanjem postoje web-stranice i timovi koji raskrinkavaju dezinformacije, provjeravaju činjenice i objavljuju analize sa ciljem podizanja svijesti te medijske i informacijske pismenosti građana. U Albaniji je to *Faktoje*, u Makedoniji *Vistinomer*, u Srbiji *Istinomer* i *Tragač*, u Bosni i Hercegovini *Raskrinkavanje*. Organizacije civilnog društva, npr. Makedonski institut za medije i Share fondacija u Srbiji, koriste i videospotove i dokumentarne emisije za kampanje na internetu i na televiziji kako bi što veći broj građana upozorili i podučili načinu kako prepoznati i suprotstaviti se dezinformacijama i manipulacijama u medijima i na digitalnim informacijskim i komunikacijskim platformama.

Dobre prakse se pokazuju i u aktivnostima u koje se uključuju organizacije civilnog društva, akademije, državne institucije i međunarodne organizacije sa ciljem zaštite djece na internetu.

Istovremeno sa razgranatim aktivnostima civilnog društva na promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti, u tom sektoru ima niz problema oko postizanja kontinuiteta, fokusa i stabilnog kvaliteta aktivnosti te koordinacije među organizacijama sa ciljem izbjegavanja dupliranja aktivnosti. Nedostaju informacije i analize gdje je angažman najpotrebniji i koliko su aktivnosti efikasne. Premalo je znanja za poduzimanje razrađenih i ciljanih zagovorničkih akcija kojima bi se utjecalo na one koje imaju moć i donose odluke u institucijama i državnim organima. Jedan od zagovorničkih projekata organizacija civilnog društva koje promoviraju medijsku i informacijsku pismenost moglo bi biti utjecanje na državne organe da se umjesto dosadašnjeg nepreglednog i koruptivnog finansiranja medija javnim sredstvima uvede transparentan državni mehanizam za finansiranje medijskog pluralizma, koji bi uključivao i redovno finansiranje projekata civilnog društva na razvoju medijske i informacijske pismenosti.

10. Mediji, filmska industrija i industrija informacijsko-komunikacijske tehnologije

Mediji nisu posebno aktivan akter u promociji medijske i informacijske pismenosti u državama regije. I kada pokazuju interes za ovo područje, to je najčešće preko medijskih udruženja i samoregulacijskih tijela. Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini (u koje su uključeni i štampani i *online* mediji) je primjer dugogodišnje dobre prakse angažiranja na uključivanju građana u žalbene postupke uz podizanje svijesti o etičkim standardima u medijima i pravima građana kroz promociju samoregulacijskog mehanizma, posebne radijske emisije, skupove i transparentan rad. Sličnu emancipacijsku ulogu obavljaju Savjet za štampu u Srbiji i Savjet za etiku medija u Makedoniji. Dobar rad samoregulacijskih organa dragocjen je proces objašnjavanja građanima kako rade mediji i šta je u njihovom radu etički sporno te objašnjavanja medijima kako njihov rad razumiju građani i šta smatraju spornim. Taj stalni dijalog, objašnjavanje i

vođenje rasprave je važan element u spektru aktivnosti i aktera koji doprinose medijskoj pismenosti građana, ali i samih članova medijske zajednice.

Druge dobre prakse, zabilježene u medijskoj industriji u državama regije, jesu aktivnosti Medijske koalicije i Medijske asocijacije u Srbiji na kampanjama i edukativnim projektima, namijenjenim boljem razumijevanju medija i razvijanju vještina medijske pismenosti među građanima a posebno među učenicima osnovnih škola.

U Makedoniji je nekoliko primjera odlične višegodišnje saradnje između civilnog društva, akademskih institucija i medija. Škola za novinarstvo i odnose s javnostima, kao važan akter neformalnog obrazovanja, epicentar je takvog povezivanja i organiziranja. Tako, naprimjer, od 2014. organiziraju Dan za medije, kada učenici srednjih škola posjećuju medije i stječu uvid u to kako teče produkcija medijskih sadržaja i izdanja. U saradnji sa Školom za novinarstvo i odnose s javnostima dnevni list *Nova Makedonija*, redovno od 2011. godine, objavljuje dodatak *Medium* s člancima učenika srednjih škola.

Sa druge strane, javne radiotelevizije u državama regije ne rade gotovo ništa na promociji medijske i informacijske pismenosti iako bi rad na opunomoćenju i edukaciji građana morao biti sastavni dio njihovog poslanstva. U Makedoniji, zakon od 2013. godine obavezuje javnog emitera MRT da producira takve sadržaje, ali se, uz saradnju sa civilnim društvom, vrlo sporo čine pomaci i uvode posebni sadržaji. U Albaniji je javna televizija RTSH u jutarnjem programu uvela sedmičnu emisiju u kojoj profesor medijskih studija govori o radu medija i informacijskih tehnologija te doprinosi razvoju vještina medijske i informacijske pismenosti građana.

U sektoru filmske industrije zapažena je tek aktivnost MakeDoxa u Makedoniji, gdje od 2010. djeluje putujuće kino, koje dokumentarne filmove dovodi u ruralne krajeve, istovremeno radeći na edukaciji i nudeći kurikulum, priručnik i obuku nastavnika srednjih škola o uključivanju vještina produkcije i analize dokumentarnih filmova u škole. Jedna od njihovih glavnih aktivnosti je upravo Festival kreativnih dokumentarnih filmova MakeDox, a 2013. i 2015. godine, u saradnji sa srodnim organizacijama iz drugih država, organizirali su i regionalnu školu dokumentarnog filma za mlade iz regije.

Poduzeća iz sektora industrije informacijsko-komunikacijske tehnologije u državama regije već niz godina organiziraju radionice programiranja i drugih vještina za đake i studente. Pri tome ih vode i komercijalni interesi populariziranja njihovih proizvoda i tehnologija. No, sistemski oblik angažiranja je zapažen u Mostaru, gdje je tamošnje telekomunikacijsko poduzeće HT Mostar 2018. godine sklopilo ugovor o dugoročnoj saradnji sa Sveučilištem u Mostaru, obavezujući se na to da će uvesti nove tehnologije u studentski proces, sarađivati u istraživačkim projektima, osigurati studentima mogućnost studentskih posjeta i stipendija itd.

11. Istraživanja o medijskoj i informacijskoj pismenosti

Medijska i informacijska pismenost je tema mnogih istraživanja i studija u državama regije. Neke od tih studija su sveobuhvatne i evidentiraju te analiziraju sve relevantne segmente medijske i informacijske pismenosti u državi i daju preporuke za javne politike, druge se bave pitanjem uvođenja posebnih predmeta i sadržaja u škole ili istražuju pokazatelje medijske pismenosti djece i roditelja ili građana općenito. Angažirani su istraživači u organizacijama civilnog društva i na univerzitetima. I regulatori elektronskih medija (npr. u Makedoniji i Crnoj Gori) provode istraživanja medijske pismenosti. Na regionalnom nivou je naša mreža medijskih instituta i centara u jugoistočnoj Evropi SEENPM već poduzimala istraživanja manjeg obima o pitanjima medijske pismenosti (Londo i dr. 2017). Tema je prisutna i u diplomskim, magistarskim i doktorskim radovima studenata u državama regije. Istraživačke aktivnosti se ponekad i dupliraju ili se nalazi i zaključci ponavljaju. I istraživački segment aktivnosti je često ovisan o projektima i donacijama stranih donatora te su i idejni okviri i fokusi uspostavljeni pod tim utjecajem. Zajedničko skoro svim istraživanjima je pozivanje na prioritetno donošenje nacionalnih strategija i akcijskih planova za razvoj medijske i informacijske pismenosti u državama regije.

Usprkos brojnosti analiza, ne postoji sasvim usaglašeno definiranje i razumijevanje koncepta medijske i informacijske pismenosti, što je problem s kojim se susreću istraživači i izvan naše regije. Bio bi potreban detaljan pregled istraživačke agende u svakoj državi, evidentiranje koja područja ostaju nedovoljno istražena, stvaranje uvjeta za kvalitetna longitudinalna istraživanja, stalni fondovi u okviru budžeta regulatora, nacionalnih agencija za znanstvena istraživanja te posebne postavke u fondovima za medijski pluralizam kako bi se osigurao redovan istraživački rad i uključenost istraživača u međunarodne znanstvene i stručne rasprave. I Evropska komisija bi mogla doprinijeti tom segmentu te u tematske i strateške skupove, stručne komisije i istraživanja o pitanjima medijske i informacijske pismenosti koja organizira uključiti istraživače i stručnjake iz država naše regije.

12. Zaključak

Govoriti danas o krizi medija i krizi novinarstva znači govoriti prije svega o gubitku povjerenja građana u njihovo djelovanje. Kriza nije nastala preko noći kao prirodna katastrofa koju niko nije mogao predvidjeti. Kriza je bila utkana u medijsko djelovanje praktično od njegovog početka. Što su se mediji više udaljavali od svoje publike i približavali političkim i ekonomskim centrima moći, njihovo je djelovanje sve više gubilo na integritetu i vjerodostojnosti. Isto se dogodilo i u politici. Politička eksproprijacija i duhovno podređivanje je temeljna karakteristika današnjeg vremena, kaže Mastnak. Depolitizacija građana nije kraj politike nego njihov politički poraz. To je pobjeda politike bez ljudi i protiv ljudi. Demokratija je od političke reprezentacije građana postala igrokaz koji izvode građani, a da nisu reprezentirani (Mastnak 2015, 148–149). Mediji u tom igrokazu igraju važnu ulogu.

Želimo li razumjeti u kakvom medijskom sistemu živimo, moramo misliti. Moramo znati kritički vrednovati ne samo medijske sadržaje koji su nam na raspolaganju, nego misliti o alternativama medijskom sistemu koji proizvodi posljedice o kojima govori Mastnak. Poplava dezinformacija, negiranje činjenica i znanstvenog djelovanja, govor mržnje, rasprodaja privatnosti, gubitak ozbiljne političke debate o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, populizam, koji nudi brza rješenja za kompleksne probleme i nepovjerenje u političke institucije rezultat su uništavanja demokratije koje traje već dugo. Magazin *Time* je za ličnosti 2018. godine proglasio ‘zaštitnike demokratije’ – novinare i novinarku koji su svojim beskompromisnim radom djelovali u javnom interesu. Jedan od njih – Jamal Khashoggi iz Saudijske Arabije – ubijen je tako da njegovo tijelo vjerovatno nikada neće biti nađeno. Dvojica Reutersovih novinara – Wa Lone i Kyaw Soe Oo – koji su izvještavali o genocidu nad narodom Rohingya su u zatvoru i prijete im dugogodišnje kazne. Američko uredništvo *Capital Gazette* bilo je meta ubistva iz mržnje osobe koja se nije slagala sa njihovim izvještavanjem. Nagrađivana filipinska novinarka Maria Ressa, koja se bori protiv izvansudskih ubistava, pod konstantnim je pritiskom vlasti zbog navodne utaje poreza. Zaštitnici su bez zaštite. Više nego ikada trebamo novinarstvo u javnom interesu, novinare koji će svoj integritet i interes javnosti postaviti ispred privatnih i partikularnih interesa bilo koje grupacije i kritičku javnost koja će znati podržati njihov rad i postati aktivni zaštitnik medija u javnom interesu. Građani koji kritički misle su najsnažniji zaštitnici demokratije.

Medijska i informacijska pismenost nije čarobna palica koja će riješiti sve nagomilane probleme u medijskoj sferi. Ali je prvi korak na dugom putu preobrazbe sistema u kojem informacijsko-komunikacijske potrebe građana moraju postati imperativ aktivne državne politike u javnom interesu. Definirati prioritete, napraviti široka savezništva za reformu medijskog sistema (na nacionalnom i nadnacionalnom nivou) i aktivno braniti pravo na vjerodostojnu informaciju je politički okvir promjena. Naznake tih koraka pokazalo je naše prijašnje istraživanje o medijskom integritetu, a one su jasno predstavljene i u ovom istraživanju o razvoju medijske i informacijske pismenosti u pet država regije i preporukama naših istraživača.

Usprkos relativnoj brojnosti aktivnosti i aktera koji tematiziraju i promoviraju medijsku i informacijsku pismenost u državama regije i usprkos nekim pozitivnim pomacima u državnim organima ka donošenju nacionalne strategije za razvoj medijske i informacijske pismenosti u više država u regiji, radi se o sporadičnim koracima sa neizvjesnim ishodom. I uspješniji i manje uspješni koraci ka strateškom pristupu i uviđanju njegove hitnosti jasno pokazuju da je nužna koordinacija i zajednički angažman državnih resora za obrazovanje, medije i informacijsko društvo, ali i uključivanje svih relevantnih aktera, ponajprije civilnog društva i javnih medija u osmišljavanje javnih politika i u razgranato, a koordinirano provođenje aktivnosti.

Primjeri angažiranja agencija za regulaciju elektronskih medija pokazuju da ti državni organi imaju potencijal za ključnu ulogu u promociji medijske i informacijske pismenosti ukoliko im se takva uloga dodijeli i omogućiti te ako je ti organi ozbiljno i stručno preuzmu.

Stručni i nezavisni regulatori mogu, u skladu s preporukama međunarodnih organizacija, preuzeti i ulogu koordinatora mreža i koalicija svih relevantnih aktera na promociji i razvoju medijske i informacijske pismenosti. Puno je dokaza o izuzetnoj koristi od povezivanja u mreže i kolaborativnih aktivnosti, naročito kada se strateški rad i zajedničke akcije provode uz saradnju državnih organa, civilnog društva, ali i drugih aktera, uključujući medije. Medije i novinare treba dodatno potaći na preuzimanje aktivnije uloge u promociji medijske i informacijske pismenosti, naročito javne medije i neprofitne medije te novinarska udruženja. Odsutnost medija i novinara u regiji iz strateškog poduzimanja mjera i aktivnosti za postizanje veće medijske i informacijske pismenosti građana je njihov historijski promašaj. Usko usmjeravanje pažnje i energije novinara i medija u vlastite strategije preživljavanja i u osujećivanje napada na njihov opstanak i dignitet je moguće razumjeti, no njihovo izostajanje iz aktivnosti namijenjenih medijskoj pismenosti građana znači da su slijepi za historijski trenutak i da ne prepoznaju priliku da na taj način ponovo uspostave vezu sa građanima i ulože u njihovo opunomoćenje kao aktivnih i kritički usmjerenih građana, zaštitnika demokratije.

Unutar medijske zajednice javne medije treba obavezati, na osnovu zakonskih odredbi, na snažnu i centralnu ulogu u promociji medijske i informacijske pismenosti građana. To mogu poduzimati kroz vlastite programske sadržaje, ali i kroz cjelokupni ustroj i djelovanje javnog medija, uz otvaranje medija za posjete građana, praksu đaka i studenata, za žalbe i javne rasprave, za transparentnost poslovanja i ukazivanje građanima da je to medij odgovoran njima, za saradnju sa školama itd.

Istovremeno je neophodno osmisliti mehanizme stalne edukacije i usavršavanja novinara i drugih radnika u medijima za unapređivanje njihove vlastite medijske i informacijske pismenosti usljed izazova novih tehnologija i kompleksnih struktura za organizirano širenje dezinformacija koje ugrožavaju opstanak i kritičku ulogu medija i novinara.

Sistem formalnog obrazovanja je posvuda kompleksan i sporo se odaziva na reforme, no on ima nužno potrebne potencijale za masivno opunomoćenje i emancipaciju građana ukoliko se uvede i kvalitetno provodi nastava medijske i informacijske pismenosti. Učitelji su u tom procesu najvažniji, oni mogu iznijeti veliki dio posla medijskog opismenjanja učenika. Zato učitelje treba uključiti u strateško planiranje reformi, ne treba štedjeti pri ulaganju u formalno i neformalno obrazovanje učitelja, ali istovremeno treba uspostaviti visoke standarde kvaliteta te obuke.

Savremenici smo doba u kojem je politička i ekonomska nejednakost dobila takve dimenzije da 26 bogatih pojedinaca (među njima su vlasnici najvažnijih komunikacijskih platformi koji određuju naš komunikacijski svijet) ima toliku finansijsku moć kao četiri milijarde najsiromašnijih građana svijeta (Oxfam 2019). Vaidhyathan vidi svijet naših komunikacija kao svijet monopola, privilegija, ovisnosti i manipulacija: "Amazon Echo, Google Home i Oculus Rift su trenutno tek produkti za udovoljavanje sujeti najbogatijih među nama. Model je jasan: za operativni sistem naših života bitna su naša tijela, naša svijest i naše odluke. Pažnja je stvar opcije. Moć je koncentrirana i manipulacija konstantna. To je svijet bez strpljenja za autonomiju i bez prostora za demokratiju. Riječ je o jednom lijenom i opojnom svijetu" (Vaidhyathan 2018, 105).

Profitna i neprofitna zajednica producenata i poznavalaca digitalnih medija i tehnologija mora biti saveznik u politika- ma i praksama razvoja medijske i informacijske pismenosti i jačanju svijesti i vještina građana. Njihova odgovornost i angažman od velike su važnosti. Važne su i velike i male ideje i akcije, trebamo angažman i globalnih i lokalnih aktera, i organizacija i pojedinaca koji poznaju i razumiju digitalni svijet i mogu doprinijeti da se njegove dobrobiti iskoriste za emancipaciju građana i za napredak, a ne za uništenje znanja, civilizacijskih dostignuća i demokratije.

Bibliografija

- Briggs, Asa, i Peter Burke. *A Social History of the Media – from Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- Brown, Wendy. *Undoing the Demos . Neoliberalism’s Stealth Revolution*. New York: Zone Books, 2015.
- Brynjolfsson, Erik, i Andrew McAfee. *The Second Machine Age. Work, Progress and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton and Company, 2016.
- Buckingham, David. *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press, 2003.
- Council of Europe. *Recommendation CM/Rec(2018) of the Committee of Ministers to Member States on Media Pluralism and Transparency of Media Ownership*. Strasbourg: Council of Europe, 2018. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13 (Datum pristupa 28. 1. 2018).
- European Audiovisual Observatory. *Mapping of Media Literacy Practices and Actions in EU-28*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016.
- European Commission. *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (Datum pristupa 28. 1. 2018).
- Ford, Henry. *My Life and Work*. New York: Doubleday, 1923.
- Giroux, Henry A. *Living Dangerously – Multiculturalism and the Politics of Difference*. New York: Peter Lang, 1996.
- Hrvatina, Sandra, i Brankica Petković. "Regional Overview". U *Media Integrity Matters*, uredila Brankica Petković, 9–49. Ljubljana: Peace Institute, 2014.

- Hrvatín, Sandra, i Brankica Petković. "Regional Overview". U *Media Ownership and Its Impact on Media Pluralism and Independence*, uredila Brankica Petković, 9–38. Ljubljana: Peace institute, 2004.
- Jones, Alex. *Losing the News. The Future of the News that Feeds Democracy*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- Kellner, Douglas. "Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture". U *Gender, Race and Class in Media. A Text-Reader (2nd edition)*, uredili Dines Gail i Jean M. Humez, 9–21. London: Sage Publications, 2003.
- Kellner, Douglas. *Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge, 1995.
- Lessenski, Marin. *Common Sense Wanted: Resilience to 'Post-truth' and Its Predictors in the New Media Literacy Index 2018*. Sofia: Open Society Institute Sofia, 2018.
- Lippmann, Walter. *Javno mnenje*. Ljubljana: FDV, Zbirka Javnost, 1999.
- Londo, Ilda et al. *Media Literacy and Education Needs of Journalists and the Public in Albania, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Montenegro, Serbia: Regional Report*. Bucharest: Center for Independent Journalism, 2017.
- Mastnak, Tomaž. *Liberalizem, fašizem, neoliberalizem*. Ljubljana: Založba/ *cf, 2015.
- McLaren, Peter. *Revolutionary Multiculturalism – Pedagogies of Dissent for the New Millenium*. Colorado: Westview, 1997.
- McManus, John H. *Market Driven Journalism – Let the Citizens Beware?* London: Sage, 1994.
- Mosco, Vincent. *To the Cloud. Big Data in a Turbulent World*. London: Routledge, 2014.
- Nussbaum, Martha C. *Frontiers of Justice. Disability, Nationality, Species Membership*. Harvard: Belknap, 2006.
- Oxfam. *Public Good or Private Wealth?* Oxford: Oxfam International, 2019.
- Petković, Brankica, Saša Panić i Sandra B. Hrvatín. *Comparing Models and Demanding Reforms of Public Service Media*. Ljubljana: Peace Institute, 2016.

- Sen, Amartya. *Identity and Violence. The Illusion of Destiny*. New York: W. W. Norton, 2006.
- Steiner, Christopher. *Automate This: How Algorithms Came to Rule Our World*. New York: Portfolio/Penguin, 2012.
- Taylor, Charles. "The Politics of Recognition". U *Multiculturalism. Examining the Politics of Recognition*, uredila Amy Gutmann, 25–73. Princeton: Princeton University Press, 1992.
- Tilly, Charles, ur. *Citizenship, Identity and Social History*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- Vaidhyanathan, Siva. *Antisocial Media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- Verne, Jules. *Paris in the 20th Century. The Lost Novel*. Toronto: Ballantine Books, 1863/1996.
- Wiener, Norbert. *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, Ma: The M.I.T. Press, 1965.
- Wiener, Norbert. *Kibernetika i društvo*. Beograd: Nolit, 1973.
- Wilson, Edward O. *Consilience. The Unity of Knowledge*. New York: Vintage Books, 1999.
- Wu, Tim. *The Master Switch – The Rise and Fall of Information Empires*. New York: Alfred A. Knopf, 2010.
- Young, Iris Marion. *Pravednost i politika razlike*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2005.
- Živković, Milan F. *Who Will Pay for Journalism?* Ljubljana: Peace Institute, 2016.

O autoricama

Sanela Hodžić magistrirala je iz oblasti rodnih studija u Centru za interdisciplinarnе studije Univerziteta u Sarajevu, a diplomirala je psihologiju. Radi kao koordinatorica istraživanja u Fondaciji za razvoj medija i civilnog društva “Mediacentar” u Sarajevu.

Brankica Petković magistrirala je sociologiju kulture na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Ljubljani. Istraživačica je i menadžerica projekata u Mirovnom institutu, institutu za savremene društvene i političke studije u Ljubljani.

Sandra Bašić Hrvatinić doktorirala je na Fakultetu društvenih nauka Univerziteta u Ljubljani. Angažirana je kao profesorica na Univerzitetu “Primorska”, te kao viša istraživačica Naučno-istraživačkog centra u Kopru, Slovenija.



Finansirala
Evropska unija