



Analiza je napravljena u okviru projekta „Partnerstvo za razvoj medija Jugoistočne Evrope“,
podržanog od Evropske komisije

Komparativna analiza ambijenta vezanog za medijsku pismenost i obrazovanja novinara u BiH

DVIJE STRANE MEDIJSKE MEDALJE

Radenko Udovičić

Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini još uvijek je sporedna stvar čiji se razvoj ne smatra prioritetnim. Takvo stanje je čak i u naučnim i novinarskim krugovima, koji bi operacionalno ili tematski trebali itekako da budu za to zainteresovani. Do ovoga trenutka ne postoji ni jedan državni dokument koji direktno tretira ovo pitanje, ne postoji ni jedan segment sistemskog prisustva medijske pismenosti u bilo kojem nivou obrazovanja (iako bi to trebalo uskoro da se promijeni), kao ni bilo kakvi medijski sadržaji koji edukativno ili problemski tretiraju medijsku pismenost. Pojam medijske pismenosti u BiH su donijeli stranci, međunarodni donatori, koji su projektno razvili interes za ovo pitanje. Ova analiza stoga objašnjava tretiranje medijske pismenosti u zemlji i to u kontekstu obje strane. I onih koji koriste i razumijevaju medije (i intelektualno-politička percepcija i tehnička znanja za korištenje medija) i onih koji proizvode informacije. Za proizvođače je nesumnjivo važno fakultetsko obrazovanje i razna specijalistička znanja na kursovima i konferencijama i, dakako, praksa. I to postoji. Ali ono što je prazan prostor, i osnovni motiv ovog istraživanja, je upravo edukacija u cilju medijske pismenosti. Dakle, običnih građana, a ne medijskih radnika.

Pojam medijske pismenosti se javno prvi put pojavio u BiH 2005. godine kada je Media centar iz Sarajeva izdao zbornik pod uredništvom hrvatske autorice Nade Zgrabljic Rotar - „Medijska pismenost i civilno društvo“. Autor ovog teksta, koji je bio na promociji, već tada je među publikom uvidio nerazumijevanje. Dio prisutnih je mislio da se radi o pismenosti novinara. Dakle, njihovoj sposobnosti da lingvistički i gramatički vladaju tekstovima. No, od tog trenutka počinje proces edukacije specijalističke javnosti kao i pozicioniranje medijske pismenosti u,

uglavnom stručnoj, javnosti. Nosioци su isključivo bile nevladine medijske i međunarodne organizacije. Zahvaljujući njima, kod dijela institucija obrazovnog sistema pokazan je interes za razvoj i uvođenje sadržaja na temu medijske pismenosti.

Ako medijsku pismenost posmatramo kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i komuniciranja poruka posredstvom medija koji treba da **ojača kapacitet građana da aktivno (su)djeluju u savremenom društvu** kojem dominiraju mediji¹, stavljanjem u bosanskohercegovački kontekst, dolazimo do tumačenja da je riječ o osposobljavanju da građani ne budu zavedeni, da se odbrane od aveti neprofesionalnog djelovanja medija. U duboko podijeljenom društvu kao što je Bosna i Hercegovina, to je veoma teško. Pripadnost građana svom etničkom i vjerskom korpusu, vjernost političkim i kulturološkim stavovima, često u medijima traži potvrdu stavova, a ne otvaranje novih vidika. I to mediji često zloupotrebljavaju. Interaktivni odnos u profesionalnoj komunikaciji između medija i publike, u kojem jedni proizvode profesionalne odnosno vjerodostojne sadržaje, a drugi ih razumiju i koriste ih kako bi unaprijedili i svoju poziciju i ukupan društveni kapital, je ideal interakcije medijskih proizvođača i potrošača.

Etnički isparcelisana zemlja

Bosna i Hercegovina zemlja je u kojoj praktično postoje tri odvojena društva definisana etničkom brojčanom dominacijom jednog od tri konstitutivna naroda. Dvadeset godina nakon rata ne smanjuje se etnička distanca kako na individualnom tako i na institucionalnom planu u BiH. Šta više, nakon prvobitnog post-ratnog približavanja ponovo pratimo proces koji ide u suprotnom smjeru. Ako se taj proces nastavi, distanca može narasti do te mjere da postane stalni rizik za održivost mira i stabilnosti u BiH. Mnogobrojni pokušaji stvaranja umjetne kohezije nisu dali rezultate, a često su imali suprotan efekt koji je vodio upravo ka smanjenju spremnosti na dijalog i kompromis. Takve je efekte polučila temeljna premisa najvećeg broja tih pokušaja - da spomenuta odvojena društva u suštini ne postoje ili da ne bi smjela postojati, te bi ih stoga trebalo ukinuti, a do tada eventualno ignorisati njihovo postojanje. No dijalog i kompromis upravo među autentičnim predstavnicima tih društava nemaju alternativu.

Posebno je tragična situacija sa stupanjem na društvenu scenu novih generacija, koje su izrasle, i stekle vrijednosne sudove odrastajući u post-ratnoj BiH. Za razliku od prethodnih generacija koje nose iskustvo prethodnog suživota kao i ratnog stradanja i razdvajanja, ovo je generacija koja u velikoj mjeri i ne poznaje drugačije. Jasno je da dolazi vrijeme kada će društvenim tokovima upravo upravljati nova generacija, odrasla u velikoj mjeri u izolaciji od drugačijega. Nažalost, čak 60 posto mladih u BiH nikada, osim eventualno u tranzitu, nije bila na teritorijama gdje živi većinska etnička grupa kojoj oni ne pripadaju². Praktično, mladi ne poznaju ni elementarno svoju zemlju, izuzev iz medijskih izvještaja koji su uglavnom bazirani na principu negativne selekcije informacija o onome drugom i drugačijem. Stepem njihove spremnosti da komuniciraju međusobno, te da dijele postojeće zajedničke odgovornosti, u velikoj mjeri je proporcionalan sa stepenom dugoročne stabilnosti i mira u BiH. S druge strane, mlada generacija je nezadovoljna jer nema mogućnost uticaja na društvene tokove. Jedno istraživanje Media plan instituta iz 2014. godine je pokazalo da čak 16 posto mladih želi po svaku cijenu da napusti BiH, a 40 posto ne bi imalo ništa protiv da zauvijek odu iz BiH, ukoliko bi bili sigurni da će u inostranstvu pronaći dobar posao. Razlozi takvih stavova su loša ekonomska situacija

¹ Čičkušić, V (Medijska pismenost u digitalnom dobu – 2015: 23), urednica Ibrahimbegović-Tihak.

² Potrebe mladih, istraživanje Media plan instituta, (2013)

u BiH, ali i nepostojanje zajedničkih akcija u kojima bi mladi predlagali rješenja za poboljšanje i svog položaja, ali i cjelokupnog društvenog ambijenta.

Ova situacija, osim na političkom diskursu, odražava se i na sve druge segmente života u BiH, posebno na medijsku scenu i obrazovni sistem, što su najvažniji elementi ovog izvještaja.

Suprostavljene mediji

Bosna i Hercegovina, srazmjerno broju stanovnika³, ima veliki broj medija. Glavni razlog je političke prirode jer u situaciji duboke etničke i političke podijeljenosti, svaka zajednica je razvijala „svoje“ medije bilo iz razloga da bi njima vladala, ili iz želje publike da konzumira ono „što joj godi uhu“.

Prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije (RAK), 2016. godine u BiH emituje 187 elektronskih medija, od toga 139 radiostanica i 48 TV stanica. Zahvaljujući oštrim tehničkim, programskim i finansijskim kriterijima za dobijanje dozvola za emitovanje i opštem sređivanju stanja u frekvencijskom spektru, suzbijena je početna anarhija u elektronskoj ponudi. Broj elektronskih medija je relativno ujednačen zadnjih deset godina.⁴ Međutim, Bosna i Hercegovina je jedina zemlja u Evropi koja još nije prešla na digitalno televizijsko emitovanje. Iako je rok, koje je odredilo Vijeće ministara BiH (državna vlada) za to bio kraj 2012. godine, iz proceduralnih⁵, ali i političkih⁶ razloga, došlo je do velikih kašnjenja.

Elektronski mediji u BiH su u sistemu regulacije od strane Regulatorne agencije za komunikacije (RAK). Riječ je o tijelu koje upravlja svim elektronskim komunikacijama u BiH – telekom operateri, internet provajderi te radio i TV stanice. RAK u svojoj nadležnosti ima i regulaciju sadržaja programa RTV stanica u smislu kršenja profesionalnih standarda i narušavanja autorskih prava. Zbog ovakvih prekršaja moguće je čak i oduzeti dozvolu za rad medijima. No najčešće sankcije su upozorenja i novčane kazne. Međutim, sadržaj na internetu nije regulisan. RAK reguliše samo tehničke aspekte interneta dok se ne miješa u sadržaj.

Po podacima Vijeća za štampu BiH u 2016. godini je izlazi 5 dnevnih novina i 184 druga izdanja, magazina i časopisa u različitim vremenskim intervalima. Generalne servise vijesti imaju tri domaće i jedna strana novinska agencija, turska Anadolija koja emituje i na bosanskom jeziku. Od 2000. godine internet je u stalnoj ekspanziji te je pokrenut veći broj informativnih *online* portala. Oni sve više postaju izvor ekskluzivnih informacija, mjesto javne debate, ali su podložni i reinkarniranju govora mržnje i prostačke komunikacije, što je fenomen koji inače generalno zahvata ovaj najdemokratskiji medij.

³ Popis u BiH je rađen 2013. godine, ali rezultati su objavljeni sa trogodišnjim zakašnjenjem zbog političkih i metodoloških neslaganja dva entitetska statistička zavoda. Po tom popisu u BiH živi 3,6 miliona stanovnika. Prije rata je bilo 4,4 miliona. 100 000 ljudi je poginulo u ratu, a 700 hiljada od 1,4 miliona onih koji su protjerani ili otišli u inostranstvo, se nikada nije vratilo u BiH.

⁴ U 1996. godini u BiH je emitovao 121 elektronski medij (92 radio i 29 TV stanica); u 2000. godini 281 radio i TV stanica (210 radiostanica i 71 TV stanica). Od tada nastupa trend smanjivanja. U 2005. godini broj elektronskih medija iznosi 183, i od tada je više-manje ujednačen.

⁵ Više puta su obarani tenderi za nabavku tehničke opreme za digitalizaciju predajnika što je uzrokovalo kašnjenja od dvije godine.

⁶ Zbog dubokih neslaganja oko vlasništva nad predajnicima između javnih servisa, iza čega su stajale i entitetske vlasti i razne političke opcije, eksperimentalni digitalni program je prolongiran za više od godinu dana.

Internet portali, društvene mreže i *web* stranice tradicionalnih javnih medija su dominantni način informisanja i u Bosni i Hercegovini. Po istraživanjima Media plan instituta i Medijskih inicijativa, polovina građana BiH internet smatra svojim dominantnim medijem, dok druga polovina ističe televiziju. No, i većina tih koji preferiraju televiziju, internet stavljaju na drugo mjesto. Ključni je problem, ako internet gledamo kao medij, da je proizvodnja i raspodjela informacija na njemu deprofesionalizovana. Internet nudi razne mogućnosti objavljivanja i izražavanja, ne samo novinarima i javnim djelatnicima već i onima koji to do sada nisu imali priliku činiti – običnim ljudima. Međutim, na značajnom broju web stranica, upravo zbog činjenice da nije jasno definisana regulacija sadržaja na internetu, forumi i komentari na tekstove su često poligon za iznošenje veoma oštrih nacionalističkih i homofobnih stavova. Dakle, nečega što u medijima u BiH, barem u izravnom obliku, više toliko nema.

Samoregulacija interneta, koju provodi Vijeće za štampu, nije efikasna i odnosi se prije svega na profesionalne informativne sajtove, a ne takozvanu privatnu sferu koja dominira u ovakvoj vrsti destruktivne komunikacije. Tužilaštva i policija ponekad djeluju po službenoj dužnosti, ali se to odnosi prije svega na pozive na činjene najtežih krivičnih djela, poput ubistava ili seksualnog iskorištavanja djece, ali ne na perfidne sadržaja sisanja mržnje ili najtežeg vrijeđanja, što ima uticaj na stavove javnog mnijenja. Dodatni problem je i činjenica da svaki sajt može emitovati iz bilo kojeg dijela svijeta, a biti dostupan globalno.

Najveća žrtva – Javni RTV sistem

Trenutno najveći medijski problem u BiH je situacija sa javnim RTV sistemom, koji se sastoji od tri javna servisa – RTV Republike Srpske, RTV Federacije BiH i RTV BiH (dva entitetska i jedan državni), koji se nalaze na rubu bankrota. U parlamentarnu proceduru je poslan prijedlog na kojem insistiraju političke institucije Hrvata u BiH koji predviđa potpunu transformaciju RTV BiH u tri kanala - na bosanskom srpskom i hrvatskom jeziku. Međutim, u argumentacijama koje se čuju o ovom prijedlogu mnogo je vidljivije da predlagači prije svega žele hrvatski kanal, koji bi izražavao tematske, političke, stranačke, kulturološke, pa i jezičke specifičnosti. Javni RTV sistem se sada nalazi pred svojim najvećim izazovom. Hrvatske političke stranke imaju koncepciju, što ne kriju, da ukoliko se ne prihvati ovakav, ili neki sličan prijedlog, neće dati prolaz ni jednom rješenju za ubiranje RTV takse ili budžetskog finansiranja. To će onda biti kraj ovakvog sistema. Medijski stručnjaci smatraju da bi to dodatno, i politički i organizacijski, zakomplikovalo ionako složen RTV sistem u BiH. Inače, zvanična hrvatska politika u BiH već godinama ističe da javni servisi ne odražavaju političke i kulturne interese Hrvata.

Građani BiH svakodnevno otkazuju priključke za fiksne telefone za koje je vezana RTV taksa, jer je to očigledno prevaziđena komunikaciona tehnologija. To je smanjilo u zadnje dvije godine prihode servisa za skoro polovinu. Odbor RTV sistema je poslao prijedlog Parlamentu BiH da se RTV taksa naplaćuje kao medijski porez pri čemu bi neplatišama bila ograničena mnoga prava, poput vađenja pasoša i drugih dokumenata. Paralelno sa tim, bošnjačke stranke SDA i SBB su predložile da pored telekom operatera, taksu počnu naplaćivati i kablovski operateri. Međutim, jasno je da oko ovakvih prijedloga neće biti političkog kompromisa u parlamentu. Zahtjev hrvatskih stranaka za hrvatskim kanalom javnog servisa je suštinski samo jedna varijanta ostvarivanja treće federalne jedinice u BiH, što je višegodišnja hrvatska želja. No, za razliku od ovog zahtjeva koji je politički, odnosno parlamentarno, potpuno neostvariv, u slučaju javnog servisa postoje realne osnove bilo ostvarenja svoje želje, ili uništenja, barem ovakvog sistema kakav je sada. Rekonstrukcija po hrvatskim željama se ne može napraviti bez

saglasnosti Bošnjaka i Srba u Domu naroda. Ali se isto tako ne može nastaviti finansiranje bez saglasnosti Hrvata.

Predstavnički dom Parlamentarne skupštine BiH u julu nije usvojio Prijedlog zakona o izmjenama Zakona o Javnom radiotelevizijskom sistemu BiH, koji je predviđao naplatu RTV takse putem računa za električnu energiju koji su podnijeli predstavnici dvije vladajuće bošnjačke partije SDA i SBB. Bilo je predviđeno da se sredstva prikupljena od RTV takse dijele tako da BHRT-u pripadne 40 posto, a RTRS-u i FTV-u po 30 posto. Prema dosadašnjem modelu raspodjele RTV takse, BHRT-u pripada 50 posto, a entitetskim emiterima po 25 odsto prikupljenih sredstava. Međutim, polanici najjače srpske partije SNSD nisu podržali ovo rješenje jer su tražili da se ubrani prihodi od takse između tri emitera izjednače, jer smatraju da državna televizija nije značajnija od entitetskih. I poslanici hrvatskih političkih partija nisu podržali prijedlog jer se zalažu za totalnu rekonstrukciju RTV sistema, a ne parcijalna rješenja.

Međutim, nisu hrvatski i srpski predstavnici samo krivi za ovu situaciju. I bez hrvatskog kanala su napravljeni milionski dugovi na BHRT. Sa druge strane, samouvjerenost i politička opijenost pojedinih struktura na oba emitera u Sarajevu, koji su odbijali svaku vrstu razgovora sa ljudima u hrvatskim krajevima, kao i sa njihovim političkim predstavnicima, mogla bi sada doći glave. Neki su mislili da je javni servis trajna kategorija i da se ovako nešto neće desiti i da će međunarodna zajednica pripomoći. Kako sada stvari stoje, neće. Većina građana je nezadovoljan TV programom, iako je Federalna televizija, kada je u pitanju terestrijalno emitovanje, još uvijek najgledanija domaća televizija.

Doduše, bankrotirali su javni servisi u Poljskoj i Mađarskoj. Nedavno i u Grčkoj. Ali to su jake nacionalne države koje su ponovo uzdige javne emitere na racionalnijim osnovama. U BiH, sve što propadne, a trebalo bi da bude na državnom nivou, nikada se neće dići.

Po mnogim medijskim analitičarima i poznavacima medija, dvije najkvalitetnije TV stanice u BiH su N1, afilijent CNN-a i Al Jazeera, koje, naravno, emituju na domaćim jezicima⁷. Obje televizije imaju velika novčana sredstva od svojih vlasnika, što je omogućilo angažovanje kvalitetnih novinara, razvijanje regionalne koncepcije i u konačnici je dobijen kvalitetan informativni i dokumentarni program.

U ovakvoj haotičnoj medijskoj situaciji jasno je koliko je nužno insistirati na sistemskoj i alternativnoj edukaciji kako studenata novinarstva i novinara na jačanju profesionalnih kvaliteta, tako i građana da mogu bolje procijeniti ogroman broj informacija kojima su svakodnevno putem različitih medijskih kanala zasuti.

U pet gradova fakultetska edukacija novinara i komunikologa

Prije rata u Bosni i Hercegovini je postojala samo jedna katedra za novinarstvo, u Sarajevu na Fakultetu političkih nauka, koja je osnovana 1971. godine. Do tada, većina novinara koja je imala visokoškolsko obrazovanje, dolazila je sa društvenih fakultetu, najviše sa prava i filozofije.

⁷ Srpski, hrvatski, bosanski i crnogorski jezik su ili identični ili veoma slični, odnosno svima potpuno razumljivi.

Nakon rata dolazi do ekspanzije odsjeka na fakultetima koji obrazuju novinare. Najveći je Odsjek žurnalistike FPN u Sarajevu, koji upisuje svake godine 120 studentata, od čega je 40 onih koji se školuju uz rad. Katedra za žurnalistiku Filozofskog fakulteta u Istočnom Sarajevu upisuje godišnje 30 studenata, Katedra za novinarstvo i komunikologiju FPN u Banja Luci 50, Odsjek za žurnalistiku Filozofskog fakulteta u Tuzli 45. Mostar je jedini grad u BiH koji ima dva univerziteta, što je rezultat duboke podijeljenosti grada između Hrvata i Bošnjaka koji su tamo većinski narodi. Tako Odsjek za novinarstvo Filozofskog fakulteta u Mostaru upisuje 40, a Odsjek komunikologije Fakulteta humanističkih nauka u Mostaru 70 studenata.

Gore nabrojani fakulteti su javni. Postoje i dva privatna fakulteta – Komunikološki fakultet u Banja Luci, koji upisuje 100 studenata na odjel komunikologije te Katedra za informatiku i komunikologiju Fakulteta društvenih znanosti u Međugorju, koja ima malu grupu do 10 studenata.

Ovoliki broj žurnalističkih fakulteta odnosno odsjeka novinarstva nije rezultat stvarnih potreba medija i komunikacijskih institucija, već je posljedica atomizacije države na entitete i kantone, ali još više je posljedica etničke isparcelisanosti države. Može se reći da svaka vlast odnosno etnička politička struktura školuje za sebe „svoje“ novinare. To je dodatno utvrđeno činjenicom da je BiH izrazito složena država sa dva entiteta. Svaki od entiteta ima svoje ministarstvo obrazovanja. Dalje, entitet Federacija BiH se sastoji od 10 kantona gdje svaki ima svoje ministarstvo obrazovanja sa ogromnim nadležnostima. Takođe, i administrativna jedinica Brčko, koja je distrikt, ima svoje Odjeljenje za obrazovanje u okviru lokalne vlade. To onemogućava vođenje konzistentne i racionalne politike obrazovanja usklađenog sa tržištem rada.

Dakle, svake godine u BiH se upiše ukupno 465 budućih novinara odnosno onih koji trebaju da postanu profesionalni komunikatori. Godišnje diplomira, kako na kojem fakultetu, od 30 do 70 posto apsolvencata što je ukupna brojka oko 200 studenata. Po procjenama Media plan instituta, još toliko studenata sa drugih fakulteta se odluči da se isproba u novinarskim i PR vodama, tako da je na tržištu formalno svake godine 400 onih koji traže, ili koji bi mogli obavljati posao profesionalnih komunikatora. Ovaj izraz koristimo jer su programi fakulteta, čak i ako nose naziv samo žurnalistika, ustvari komunikološki smjerovi gdje se izačavaju razni fenomeni javnosti i javnog mnijenja, sociološki i marketinški aspekti, istraživački postupci kao i novinarske vještine, što je po mnogima najslabiji segment visokoškolske edukacije novinara.

Kakvi su novinari potrebni medijskoj zajednici u BiH

Ne postoje formalni uslovi da bi neko u BiH postao novinar. Redakcije u načelu traže novinare koji vladaju praktičnim znanjima i imaju opšte obrazovanje. Fakultet je važan, ali ne eliminatoran u dobijanju posla. Međutim, trend zadnjih desetak godina je da je, ipak, za stalni posao potrebna visokoškolska edukacija. U oglasima za posao je uglavnom naglašeno da se treba imati fakultet društvenih nauka, otvorenost i sposobnost usvajanja znanja. Ovo je naravno za mlade novinare dok se oni iskusni dovode uglavnom direktnim razgovorima. Javni entiteski servis RTV FBiH u sistematizaciji ima pravilo da urednik ne može biti bez završenog fakulteta, dok novinar može, ukoliko pokaže visoka profesionalna znanja.

Ne postoji podatak koliko novinara ima završen fakultet. Borka Rudić, predsjednica udruženja BH novinari nam je rekla da prema grubim podacima udruženja to je negdje oko 70 posto. U

svakom slučaju evidentan je rast fakultetsko obrazovanih novinara. Primjera radi, dnevna novina Glas Srpske iz Banja Luke, po istraživanju Media plan instituta, je 2001. godine imala samo 23 posto fakultetski obrazovanih novinara⁸ dok danas ima 90 posto. Slično je i na drugim jačim medijima.

Međutim, mnogi urednici kažu da činjenica da novinar početnik ima završen fakultet im previše ne znači. Novinari uglavnom na fakultetima ne dobijaju praktična znanja pa redakcije moraju da ih opsoobljavaju i „uče zanatu“. Mnoge redakcije stoga primaju i tekuće i završene studente na neplaćenu praksu ili probni rad gdje ih na neki način obučavaju u cilju da izaberu najbolje. Amir Zukić, glavni urednik produkcijski najjače TV stanice u BiH – N1, je izrazito kritičan prema današnjim svršenim studentima.

„Čini mi se kako godine prolaze da je stanje u tom smislu sve gore i gore. Nažalost, kako koja generacija dolazi tako su sve lošiji, ne samo u smislu novinarskog znanja, alata neophodnih da bi se bavili ovim poslom, nego jednog opšteg znanja, pismenosti“, kazao nam je Zukić. Naveo je da je na zadnji konkurs se prijavilo 400 kandidata od čega je, po kriterijima CNN-a i N1 samo 20 zadovoljilo standarde koje su im omogućili da uđu u drugi krug, gdje je odabrano šest.

No ono što je po Zukiću izuzetno porazno je da ogromna većina budućih novinara ne izražava istinsku želju i strast za ovim poslom. „Ne vidim ja tu samo fakultet kao problem obrazovanja, već generalno odsustvo njihove volje i želje da rade na sebi u bilo kom smislu, osim u smislu da budu lijepi, da budu šarmantni i da izađu na televiziju u što kraćem vremenu, ne bi li postali popularni“, rekao je.

Draško Ignjatić, glavni urednik javnog servisa TV Republike Srpske smatra da je apsolutno nemoguće da student koji završi fakultet bude osposobljen za novinara. Nužno je, kako kaže, da redakcija koja ga primi obučava za praktična novinarska znanja.

„Fakulteti se trude da prate trendove, ali je stanje u visokom školstvu komplikovano i opterećeno mnogobrojnim problemima. Rijetki su primjeri da nakon završetka fakulteta mogu odmah, punim kapacitetom da se uključe u posao. A to je uglavnom ako su tokom studiranja bili na praksi. Jasno je da teoretsko znanje ne može bez praktične kvalitetne obuke koja bi potpuno osposobila mlade novinare za vrhunski angažman u najboljim redakcijama“, ustvrdio je Ignjatić.

Ignjatić nam je rekao, da po njegovom iskustvu, trenutno najkvalitetniji kadar stiže sa banjalučke Akademije umjetnosti dramskog odsjeka gdje pohađaju smjerove montaže, kamere, režije i produkcije te da su odlične novinare nekada dobili iz Visoke škole novinarstva Media plan, gdje je postojala snažna praktična nastava.

Inače, većina urednika preferira takozvane multifunkcionalne novinare koji znaju snimati kamerom, pa čak i montirati. Urednik dokumentarnog programa javnog servisa RTV BIH, i nekadašnji direktor te radio-televizije, Milan Trivić nam je rekao da je ono preferirao takozvane video novinare gdje u jednoj osobi ima i novinara i kamermana, što je inače trend u mnogim stranim televizijama. Kako je rekao, takvi novinari su uglavnom dolazili iz Visoke škole novinarstva Media plan. Svjestan je da je na fakultetima teško obezbijediti takvu vrstu obuke te je sugerisao da medijske organizacije uz pomoć stranih donatora pokrenu takve kurseve jer će stvoriti novinare koji će biti mnogo više konkurentni. I Amir Zukić je mišljenja da su video

⁸ <http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=182>

novinari izuzetno poželjni, i to ne samo zbog njihove multifunkcionalnosti, već i činjenicom da su naučili dodatnu stvar, pokazuju svoj elan i želju za sticanjem znanja, što je za novinarstvo neophodno.

Problemi u praktičnoj edukaciji

Profesori na fakultetima, s druge strane odbijaju da njihovi svršeni studenti nemaju dovoljno, prije svega opštih i teoretskih znanja, ali prihvataju činjenica da fakulteti nisu osposobljeni za praktičnu nastavu. Vuk Vučetić sa katedre za novinarstvo u Istočnom Sarajevu kaže da fakulteti novinarstva pružaju jedan širi uvid u znanja koja se ne odnose samo na novinarstvo, kao što su znanja iz sociologije, ekonomije i filozofije, što je takođe neophodno za novinarstvo, odnosno razumijevanje i selekcionisanje događaja. „Na katedri gdje radim dosta pažnje posvećujemo predmetima vještina, odnosno stručnim predmetima. Simuliramo tu atmosferu redakcije, iako to fakulteti ne mogu do kraja da izvedu. Naš glavni zaostatak za svijetom ili Evropom je što naši fakulteti još nisu opremljeni prostorijom za montažu ili studijom. Nemamo kamere za snimanje i slično. Ali ako je to jedini zaostak, to se može ispraviti kada se dođe do novca“, rekao je Vučetić.

Šefica Odjela za kvalitet Fakulteta političkih nauka u Sarajevu i nekadašnja šefica Odsjeka za novinarstvo Lejla Turčilo kaže da edukacija budućih novinara mora biti kombinacija teorijske i praktične nastave, a predavači takođe moraju dolaziti i iz akademskog kruga i iz prakse. „Insistiranje na novinarstvu kao zanatu kojem ne trebaju profesionalci iz akademske zajednice jednako je pogubno po profesiju kao i insistiranje na teorijskom znanju bez prakse“, kazala je Turčilo. Naglasila je da fakultet ima obaveznu praksu za studente u trajanju od mjesec dana i studenti tokom prakse borave na jednom mediju. Takođe, na predmetima Printano novinarstvo, Radio i TV novinarstvo i Online i digitalna komunikacija imaju organizovane susrete sa novinarima i posjete medijskim kućama. „To jeste dijelom efikasno, ali je nedostatno. Najidealniji model bio bi obezbjeđivanje tehničkih i kadrovskih uvjeta na fakultetu, u smislu radio i TV studija, gdje bi studenti imali praktičnu edukaciju“, rekla je Turčilo koja smatra da sa prilično velikim brojem studenata u generaciji teško je organizovati saradnju s medijima na način da svaki student dobije odgovarajući *intership* baš u mediju koji želi. „Kvalitet praktične obuke koji studenti dobiju ovisi o individualnim naporima novinara-mentora kojima su studenti dodijeljeni, što svakako nije lak zadatak ni za novinare u redakcijama, koji pored dnevnog posla kojeg obavljaju dobiju i studente koje trebaju podučavati. No, za medijske kuće ovo je i dijelom dobar način da iz reda studenata koji dođu na praksu regrutuju neke buduće novinare“, kazala je sarajevska profesorica.

Ljubomir Zuber, šef odjeka žurnalistike Filozofskog fakulteta u Istočnom Sarajevu kaže da je po planu i programu studija novinarstva od prošle godine, odnos teorijskih i predmeta iz struke pola-pola, što je po njegovom mišljenju optimalno. Student mora da dio predviđenih časova provede u konkretnom mediju u kojem se angažuje sa kolegama koji su već tamo zaposleni. Preostali fond časova su vježbe na fakultetu koje su takođe praktične. Nastavu, kako je rekao, izvode profesori i asistenti sa novinarskim iskustvom od najmanje tri i najviše 20 godina radnog iskustva u medijima. Međutim, Zuber kao ograničavajući faktor navodi zakonski okvir i interna pravila da se za izbor u nastavno-naučna zvanja na stručnim predmetima ne boduje, odnosno

uzima u obzir, radno iskustvo u medijima, već se ocjenjuje naučno-istraživački rad. „To se treba promijeniti ali samo za predmete koji se odnose na vještine“, rekao je Zuber.

Profesori na fakultetu su složni da razmišljanje samih studenata, ali i redakcija koje očekuju novinare, da je fakultet jedina odskočna daska prema profesiji, pogrešno. „Mislim da je za jednog novinara potreban uglavnom koktel privatnog entuzijazma, motiva koji svaki pojedinac koji hoće da se bavi sa ovim poslom mora da ima. Tek onda fakultet ga usmjerava da uspije u tome“, rekao je Vučetić.

Zakonski okvir koji tretira Visoko obrazovanje u BiH⁹, kako su istakli profesori, ne sputava u razvoju nastavnih planova i programa. Kako nam je rekla Lejla Turčilo, omogućava inovacije nastavnih planova prema potrebama i studenata i tržišta. „Od uvođenja bolonjskog sistema mi smo izvršili tri korekcije nastavnih planova. No, ono što je problem jeste nedostatak kadrova za kvalitetnu primjenu nastavnih planova, jer politika zapošljavanja mladih ljudi na fakultet, a posebno stručnjaka iz prakse, nije podržana finansijskim sredstvima iz budžeta. Dakle, u teoriji je moguće mijenjati, inovirati, usklađivati nastavne planove sa potrebama tržišta, sa dobrim evropskim praksama itd, ali je pitanje kako taj program izvesti sa postojećim prostornim, kadrovskim, tehnološkim i drugim kapacitetima“, rekla je Turčilo.

Ljubomir Zuber nam je rekao da je Katedra za novinarstvo samostalno kreirala plan i program oslanjajući se na iskustva iz regiona i dosadašnja iskustva u radu sa studentima. „Zakonski uslov za postupak licenciranja jeste da se moraju priložiti najmanje 3 podudarna plana i programa studija iz regiona. Zakonski okvir je prilično širok, on ostavlja mogućnost visokoškolskoj instituciji da kreira planove. Nije preciziran broj predmeta, ali jeste broj časova koji se kreće od 20 do 25 sedmično. Povećali smo broj časova na stručnim predmetima, ali opšte predmete smo takođe zadržali sa manjim fondom časova, uvažavajući interdisciplinarnost studija i potrebu da se novinari ne obrazuju samo 'u radionici' već da to ipak bude nivo akademskog studija“, naveo je Zuber.

Saradnja fakulteta i centara za obuku

Nemogućnost fakulteta da zbog velikog broja studenata i finansijskih i kadrovskih problema organizuju praktičnu nastavu se nadopunjavala saradnjom sa medijskim organizacijama koje su se bavile praktičnom obukom studenata i novinara. To su prije svega organizacije iz Sarajeva – Media centar, Media plan institut, Medijske inicijative, Vijeće za štampu i BH novinari, koje su povremeno davale dodatna znanja studentima novinarstva. Međutim, pravi angažman na Odsjeku žurnalistike u Sarajevu je prije desetak godina imao samo američki Internews, koji je

⁹ Visoko obrazovanje u BiH je regulisano na više nivoa. Najviši dokument je Okvirni zakon o visokom obrazovanju u BiH. Republika Srpska ima Zakon o visokom obrazovanju RS (http://www.vub.edu.ba/dokumenti/dok_menu/1.pdf i izmjene <http://www.narodnaskupstinars.net/?q=la/akti/usvojeni-zakoni/zakon-o-izmjenama-zakona-o-visokom-obrazovanju-0>, dok u Federaciji BiH, koja se sastoji od deset kantona, imamo deset kantonalnih Zakona u visokom obrazovanju (http://fmon.gov.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=159:zakoni-o-visokom-obrazovanju&catid=38:sektor-za-visoko-obrazovanje&Itemid=147). Pored toga imamo i Zakon o visokom obrazovanju u Brčko Distriktu. Na državnom nivou je i Agencija za licenciranje, ali se ona bavi samo uslovima za dobijanje dozvola za rad fakulteta, a ne i procjenom kvaliteta programa.

zahvaljujući stranim donacijama, instalirao vlastitu montažu i kamere te angažovao eksterne predavače koji su obučavali studente.

Osnivač Media plan instituta Zoran Udovičić kaže da se nikada nije mogao postići dogovor sa fakultetom za kontinuiranu edukaciju, čak i kada su bila obezbijedena sredstva za to od strane francuske vlade. „Mi smo imali deset godina školu novinarstva sa jednogodišnjim ciklusom koju je završilo gotovo 200 studenata. Program je bio zasnovan na najmodernijim metodama i tehnikama napravljen u saradnji sa prestižnim francuskim novinarskim školama. Mi smo sarajevskom fakultetu ponudili da kao partner za praktičnu nastavu unesemo svoj program. Dio profesora je smatrao da praksa nije previše potrebna, jer se 'zanat' prije svega uči u medijima. A dio se plašio da će biti ugrožen njihov ekskluzivitet u obrazovanju“, rekao je Udovičić. Bojana Šutvić, koordinatorica u Medijskim inicijativama nam je rekla da je često problem u obezbjeđivanju donacija za fakultete bio što su oni očekivali da kompletnu edukaciju dobiju na dlanu, a da su strani donatori insitrali na određenom vlastitom učešću fakulteta.

S druge strane Ines Bamburač, direktorica Media centra smatra da ne postoji sistemsko neslaganje između centara za obuku i fakulteta, već da je prije svega problem u nedostaku novca sa kojim bi se oblikavao dopunjavajući edukacioni sistem. „Mi imamo dosta otvorena vrata na svim fakultetima žurnalistike i nemamo neko negativno iskustvo u tom smislu. Čak smo na sarajevskom fakultetu u jednom momentu postali neka vrsta izbornog predmeta za koji se dobija kredit po bolonjskom sistemu. Neki relativno mali kredit je bio u pitanju, ali jesu naše obuke ušle u neki, ajde da kažem zvanični sistem“, rekla je Bamburač.

Generalno, fakulteti su, barem po riječima naših sagovornika, otvoreni za saradnju sa medijskim i nevladinim organizacijama. Lejla Turčilo, koja je, kada je došla na funkciju šefice odsjeka, potpuno otvorila fakultet za različite vrste saradnje, rekla je da je iznimno važno da fakulteti saraduju s medijskim organizacijama. „One su komplementarne akademskoj zajednici, odnosno trebaju dopunjavati one nedostatke koji eventualno postoje u formalnom obrazovanju i pružati dodatnu edukaciju budućim novinarima. Kombinacija formalnog i neformalnog učenja evropski je trend i obaveza, koju bi morale slijediti i naše obrazovne institucije“.

I Semina Hadžović Ajvaz, voditeljica Odsjeka komunikologije na Fakultetu humanističkih nauka u Mostaru kaže da su studenti sa njenog odsjeka česti gosti novinarskih radionica i konferencija. „Oni koji idu na takve događaje dobijaju dodatna znanja i često su to na kraju najbolji studenti koji se vrlo lako mogu uklopiti u različite profesionalne obaveze nakon dipolomiranja“, rekla je Hadžović Ajvaz.

Međutim, često i u medijskoj i privatnoj komunikaciji se može čuti od pojedinih univerzitetskih profesora zamjerka da profesionalni pristup i izbor tema na kojima insistira nevladin sektor nije komplementaran programima praktične nastave na fakultetima te je stoga normalna selekcija prema nekim kursevima i idejama. Ljubomir Zuber smatram da je integracija formalnog i neformalnog obrazovanja veoma korisna, ali, kako je rekao, ona se mora raditi umjereno. „Često nismo u mogućnosti odgovoriti na pozive za učešće u neformalnom obrazovanju jer su rokovi veoma kratki, a i teme su neadekvatne i suviše uske. Mnogo se insistira na LGBT populaciji i slično. Takođe, smatram, da je cilj pojedinih seminara takve vrste više indoktrinacija nego edukacija od koje bi budućni novinari mogli da imaju koristi. Takvi programi trebalo bi da se kreiraju u saradnji sa fakultetima od kojih se očekuje da to podrže, kada je riječ

o izboru tema i predavača da bi dobili puni smisao. To što je neko trenutno predsjednik nekog novinarskog udruženja ne mora da znači da je on ili ona adekvatan predavač o bilo kojoj temi“, rekao je Zuber.

Medijska pismenost u BiH

Jedna od najobuhvatnijih definicija medijske pismenosti je ona koju je navela medijska teoretičarka Sonia Livingston: Medijska pismenost obuhvata tehničku kompetenciju kao sposobnost pristupa medijima, kritičku kao sposobnost razumijevanja i analize medijskih sadržaja, njihovog tumačenja i kritičkog vrednovanja, te praktičnu kao sposobnost stvaranja medijskih poruka i upotrebe medija u svakodnevnom životu¹⁰.

Dakle, pojednostavljeno medijska pismenost, kada su u pitanju građani, a ne medijski profesionalci, se sastoji od dva kognitivna elementa - razumijevanje medijskih sadržaja i znanja da ih proizvedemo i upotrebimo u svakodnevnom životu te tehničkog elementa, a to je da znamo koristiti medije - upaliti televizor, kompjuter kao i pronaći određenu stanicu ili sajt.

Medijska i informacijska pismenost su discipline koje se na više nivoa preklapaju. Stoga ne iznenađuju tendencije da se u novije vrijeme sve više medijskoj i informacijskoj pismenosti pristupa integrisano na nivou javnih politika, ali i na nivou akademske istraživačke zajednice, kao i na nivou obrazovne prakse¹¹. Uostalom, i Studija napravljena od organizacije EAVI, Kriteriji za medijsku pismenost¹² identifikuje sljedećih pet osnovnih faktora okruženja koji imaju utjecaj na medijsku pismenost: medijski odgoj, medijska politika, medijska industrija, civilno društvo i dostupnost medija i informacija. Saradnja ovih faktora je nužna kako bi se napravio progres na ovom polju. Separatni postupci mogu dati samo kratkoročne rezultate.

Ozbiljna istraživanja koliko su građani BiH kognitivno i tehnički pismeni, ne postoje. Kada posmatramo taj tehnički element upotrebe medija, evidentno je da BiH živi kao medijsko društvo. Po podacima Zavoda za statistiku FBiH i RS iz 2009 godine, čak 92 posto domaćinstava u BiH ima televizor. Po podacima Regulatorne agencije za komunikacije za 2015. godinu, broj internet korisnika u BiH je 72,41 posto. Tome treba dodati još nekoliko procenata korisnika koji nemaju nikakav pristup internetu na poslu ili kući, ali imaju smartfone i koriste internet na javnom Wifi, odnosno kafanama i drugim mjestima koja imaju besplatan bežični pristup internetu.

No, kada je u pitanju taj kognitivni segment razumijevanja i baratanja porukama, postoji velika nepoznanica za široko građanstvo. Kako nam je rekla Vanja Ibrahimbegović Tihak, urednica knjige „Medijska pismenost u digitalnom dobu“ i bivša direktorica Programa za medijsku pismenost Internews-a, opšti je stav da je medijska pismenost građana BiH niska. Smatra da je nužno provesti jedno sveobuhvatno istraživanje koje bi predočilo sve segmente medijske pismenosti u BiH. „Sama činjenica da imamo vrlo pasivne građane i građanke ukazuje na nizak stepen medijske pismenosti. Jer ako ćemo definisati medijsku pismenost kao mogućnost

¹⁰ Livingstone, S, *What is Media Literacy*, (2004), Intermedia 32

http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_%28LSERO%29.pdf

¹¹ Ibrahimbegović-Tihak, V, *Medijska pismenost u digitalnom dobu* (2015), Internews, Sarajevo

¹² Study on the Assessment Criteria of Media Literacy (2010:7) <http://www.eavi.eu/joomla/what-we-do/researchpublications/70-study-on-assessment-levels-of-ml-in-europe>

kritičkog promišljanja o medijskim sadržajima i akcije koje slijede nakon toga, onda je to nisko. Naime u SAD postoje teorije koje medijsku pismenost izjednačavaju sa građanskim aktivizmom. Dakle, po tome trebamo imati medijski pismene/aktivne građane i građanke koji preuzimaju odgovornost i odlučuju o sebi unutar demokratskog društva“, rekla je Ibrahimbegović Tihak.

No, u jednom naučnom istraživanju 2011. godine o stavovima korisnika medija u BiH¹³ dobile su se indicije da građani nisu masa koja nekritički prihvata informacije. Npr, na pitanje „Mislite li da se kroz medije u BiH razračunavaju razne političke grupe?“, bilo je više od 90% onih koji su odgovorili potvrdno, što pokazuje da građani primjećuju duboku ispolitizovanost medija, odnosno političke antagonizme koji se kroz njih provlače. Zatraženo je i mišljenje: Da li možete prepoznati kada mediji neobjektivno i nekritički potenciraju nečije političke i ekonomske interese? Vrlo visok procenat od 94% je rekao *da*. *Ne znam* je odgovorilo 5% ljudi a *ne* samo 1%. Ovo pokazuje da građani smatraju da se „ne mogu preveslati“, kako je rekao jedan od ispitanika. No, ipak, ovakve odgovore uzimamo malo sa zadržskom, jer medijska kultura često ne korespondira sa medijskom pismošću. Jedino značajnije odstupanje u procentima je bilo kod kategorije formalnog obrazovanja, gdje su oni sa osnovnom školom najmanje sigurni da mogu u medijima primijetiti medijsko i ekonomsko manipulisanje.

Amir Zukić, glavni urednik N1, smatra da je medijska pismenost u BiH niska, ali da su ostvareni pomaci. „Moram reći da sam prijatno iznenađen kad vidim rezultate N1, u smislu da ljudi ipak prate jednu news televiziju, s obzirom da su najgledanije emisije u BiH reality programi, kuhanje, pjevanje i te stvari. Tako da je fascinantno da jedna news televizija može uopće u jednom takvom društvu pronaći publiku za sebe. Mi nažalost nemamo javnost kakvu na primjer ima Velika Britanija, pa onda BBC može sve postulate javnog servisa u jednoj takvoj zemlji da provodi zato što ima obrazovano stanovništvo. Kod nas imamo prosječno ili ispod prosječno obrazovano stanovništvo, u poređenju sa ostalim evropskim zemljama“, rekao je Zukić.

Univerzitetski profesori su rezolutnog mišljenja da je medijska pismenost na izrazito niskom nivou. „Prije svega, građani imaju preferencije kod izbora medija koje prate, a koji je zasnovan uglavnom na etničkim i teritorijalnim principima, a potom imaju i nizak nivo svijesti o kriterijima provjere vjerodostojnosti medija i kvaliteta informacija koje dobivaju. To praktično znači da je manipulacija prisutna i moguća, a da je građani često nisu ni svjesni“, rekla je Lejla Turčilo. Ljubomir Zuber smatra da građani i nemaju previše potrebe da to bude drugačije. „Njima, uglavnom odgovara da im mediji pričaju ono što oni žele da čuju i na osnovu toga oni samo učvršćuju već formirane stavove“, rekao je Zuber.

Ines Bamburač iz Media centra smatra da je rezultat medijske nepismenosti prihvatanje mržnje i sukobljavanja koju generišu neki mediji. „Mislim da prostor sa ovako teškom prošlosti, gdje su mediji igrali gotovo pa ključnu ulogu u širenju i mržnje i etničke netrpeljivosti, plaća cijenu medijske nepismenosti. Mediji su bili, a i sada su djelimično u službi politika etnonacionalnih podjela. Mislim da je to urodilo plodom i mislim da još uvijek itekako može da urodi plodom bilo kakva politička dobro osmišljena manipulacija, upravo zato što imamo građane koji u stvari nisu imali priliku nikada da kritički promišljaju medije u okviru svog redovnog obrazovanja“, rekla je Bamburač.

¹³ Udovičić, R, *VJERODOSTOJNOST MEDIJA, teorijske i praktične dileme* (2012), Sarajevo, Media plan institut

Nužnost obrazovanja za medijsku pismenost

U osnovnim školama u BiH ne postoji predmet medijska pismenost, ali je, barem formalno, u nekim predmetima predviđeno da se razgovara o temama takozvanog medijskog odgoja. Po istraživanju autorice Lee Tajić, najviše predviđenih medijskih tema u Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa za osnovne škole u Federaciji BiH je u predmetu bosanski/srpski/hrvatski jezik¹⁴. Tu je predviđeno da se o medijima razgovara kroz nastavnu kategoriju medijske kulture. U to je smješteno pozorište i film u nižim razredima, a u višim kritičko razmatranje filma, radio i TV emisije i reportaža kao žanr. Internet se izučava u predmetu informatika. Kada je srednja škola u pitanju, u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava predviđene su teme sloboda izražava i uloga medija u demokratiji, po dva sata. U razgovoru o unapređenju nastavnih programa u školama u emisiji državnog javnog servisa BHT 2015. godine, direktorica jedne sarajevske gimnazije je rekla da za neka znanja i informacije kadar nije dovoljno obučen te da su nužni gostujuć predavači, za koje nema novaca u budžetu. Nekada se angažuju predavači „gratis”, uglavnom po privatnim linijama, i u takvom slučaju škole se obraćaju ministarstvu obrazovanja za dozvolu, mada je moguće da tako nešto odobri i sama direktorica ili direktor škole.

Organizacija „Step by step” je izvela istraživanju 2014. godine sa zaposlenim edukatorima u osnovnim školama iz 19 gradova BiH. Dio pitanja se odnosio na medijske kompetencije osoblja, korištenje medija i kompjutera u nastavi kao doprinos edukaciji o medijskoj pismenosti. Anketirani nastavnici i nastavnice gotovo da nemaju dilema o neophodnosti medijskog odgoja i to od najranijeg uzrasta. Njih 98 % smatra da se medijski odgoj treba podučavati u osnovnoj školi. Pritom 93 % ispitanih smatra da to treba početi u nižim razredima osnovne škole¹⁵. Preovladava stav među anketiranim da im je profesionalno usavršavanje u ovoj oblasti neophodno. 91 posto smatra da bi im dodatni trening u oblasti medijske pismenosti značajno pomogao.

Kada je u pitanju korištenje medija od strane potencijalnih edukatora za medijsku pismenost, što je, dakako, preduslov svega, njihove medijske navike su u skladu sa trendovima većine građana. 73 posto gleda televiziju svaki dan. S druge strane 49 posto ispitanika je odgovorilo je da je u protekla tri mjeseca koristilo internet svaki dan. 41,6 posto je odgovorilo da pristupa internetu preko pametnog telefona¹⁶.

Anketa pokazuje da su najčešće korišteni mediji u datoj školskoj godini bili TV i novine. U oba slučaja, mediji su korišteni na manje od pet, a više od jednog časa. Ovo je veoma mali omjer kada se uzme podatak da je čak 87 posto ispitanih odgovorili pozitivno na pitanje „Da li je u njihovom radu moguće koristiti medije”¹⁷.

Međutim, jasno je, pogotovo u urbanim sredinama, da djeca uglavnom ne trebaju razvijanje tehničkih kompetencija. U knjizi „Pismenost za 21. stoljeće: Obrazovanje iz medijske pismenosti”, Elibashet Thoman i Tessaa Jolls tvrde da raniji pristup obrazovanju koji je bio aktuelan posljednja dva stoljeća, u kojem je osoba koja podučava izvor informacija i znanja za

¹⁴ Tajić, L, *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini* (2013), Internews, Sarajevo

¹⁵ Ibrahimbegović-Tihak, V, *Medijska pismenost u digitalnom dobu* (2015), Internews, Sarajevo

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid

svoje učenike, uz korištenje udžbenika kao sredstva, danas više ne postoji. Danas su djeca putem interneta izložena poplavama informacija različitog tipa, korisnim, beskorisnim i čak onim štetnim po njih¹⁸. Stoga, ovi autori predlažu da težište edukacije bude zasnovano na zadatku da djeca izgrade kritički odnos prema informacijama sa kojima su zatrpani.

U prilog tome i informacija da je autor ovog rada 2012. godine bio gost predavač na temu medija u jednoj osnovnoj školi u Sarajevu. Riječ je bila o djeci od 12 godina, 6. razred osnovne škole. 90 posto je reklo da korsiti internet i „da njemu znaju skoro sve pronaći“. 80 posto je izjavilo da ima u kući kompjuter, a čak 70 posto da ima Facebook profil te da su prilikom registracije krivotvorili podatke o svojoj starosti. Iako je riječ o školi u urbanoj sredini, impozatna je obučenost mladih generacija koje tehničkim segmentom vladaju u potpunosti. Dakle, sve im je dostupno te je iznimno važna edukacije o medijskoj pismenosti koja daje temelj za razumijevanje i stvaranje medijskih poruka.

Pogledi na obrazovni proces

Svi intervjuisani u našem istraživanju smatraju da je nužno uvesti bilo kompletne predmete, bilo tematske cjeline u postojeće nastavne predmete, koji bi razvijali medijsko obrazovanje ili medijsku pismenost u osnovnoj ili srednjoj školi. Ines Bamburač, direktorica Media centra smatra da je najbolja opcija da medijska pismenost postane redovni predmet. „Ovo nije za fakultativnu nastavu. To je jako bitno za obrazovanje djece. Bitno je kao i ostali društveni predmeti. Jednostavno ne može se odrastati u ovakvom svijetu u kakvom mi odrastamo, u informacionom društvu gdje suštinski 50 posto poslova kojima će se ta djeca sutra baviti zasnivaju se na informaciji“, smatra Bamburač. Ipak, rekla je da nema dovoljno inicijativa koje na tome insistiraju te da bi organizacije koje se bave tom tematikom trebale izvršiti pritisak na ministarstva obrazovanja, a ne škole.

Vanja Ibrahimgević Tihak, voditeljica nekadašnjeg Internewsovog programa za medijsku pismenost, smatra da u ovom trenutku ne postoji volja, a ni kreativna ni politička snaga da se uvede potpuno novi predmet medijska pismenost. Ali smatra da u okviru postojećih predmeta ima prostora i za ovu oblast. „Trebamo se ugledati na Hrvatsku gdje u novoj obrazovnoj strategiji postoji *cross curriculum issues* za digitalnu pismenost. Dakle, da se ta oblast provlači kroz različite predmete. Kada npr. iz nekog predmeta djeci zadate da pronađu o nečemu nešto na internetu, onda oni vrednuju izvore, upoređujući paze na njihov kredibilitet. Takođe, može se i u predmetima jezika, istorije, ljudskih prava govoriti o medijima i ulozi medija“, rekla je Ibrahimgević-Tihak.

Azra Maslo, službenica za programske žalbe Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) je kazala da je stav RAK-a da bi odgojno-obrazovne ustanove trebale posvetiti više pažnje ovom pitanju, bilo u obliku posebnog predmeta ili u okviru postojećih predmeta i dodatnih vannastavnih aktivnosti. Smatra da bi u ovaj proces bi trebali biti uključeni i roditelji koji bi u saradnji sa školama imali ulogu edukacije djece u kućama. „Međutim, isto tako je od izuzetne važnosti raditi i na reformi cjelokupnog obrazovnog sistema koji bi od puke reprodukcije naučenog gradiva trebao napredovati ka razvijanju analitičkog i kritičkog razmišljanja općenito“, rekale je Azra Maslo.

¹⁸ Ibid

Semina Hadžović Ajvaz, voditeljica Odsjeka komunikologije u Mostru smatra da se uvrštavanjem predmeta medijska pismenost u nastavne programe osnovnog obrazovanja ne bi se mnogo postiglo i da je treba uvrstiti predmet u srednje škole kada su djeca zrelija i obrazovanija. „Smatram da učenici u tom životnom dobu nisu još uvijek dovoljno zreli da prepoznaju manipulativne sadržaje jer su nedovoljno informirani i ne prate političke i društvene događaje u državi. Završni razred srednje škole je idealan period za početak izučavanje medijske pismenosti. Na pragu punoljetstva svaki građanin bi trebao biti barem djelomično osposobljen da kritički promatra medijske sadržaje i da zna razlikovati objektivne objave od neistina i manipulacija javnim mnijenjem“, rekla je Hadžović Ajvaz koja je stava da upravo u tom pravcu treba razviti metodologiju obrazovanja za medijsku pismenost.

Takođe je rekla da bi i fakulteti i medijske organizacije trebalo da povedu opsežnu akciju, i prema djeci i odraslima, putem različitih vrsta edukacija, debata i panel diskusija kako kritički promatrati objavljene sadržaje u bosanskohercegovačkim medijima. „Evidentno je da veliki broj medija radi u službi različitih političkih elita te da ne ispunjavaju primarnu funkciju informiranja javnosti, nego čine obmanjivanje javnosti. Građani trebaju naučiti kako da dekodiraju manipulativne sadržaje i imaju kritički pristup. Pogotovo, jer je u BiH došlo do hiperprodukcije online medija za koje se ne zna ni čiji su, niti ko plasira sadržaje na njima, jer tekstovi najčešće nemaju naznačenog urednika, vlasnika i potpisanog autora“, rekla je Hadžović Ajvaz.

Zoran Udovičić, osnivač Media plan instituta, je rekao da je vrlo osjetljivo, pogotovo u radu sa djecom, pitanje sadržaja, ako bi se pristupilo obrazovanju za razumijevanje medija. „Prvo, djeci treba objasniti šta je medij i kako funkcioniše. Da to nisu neki nestvarni ljudi koji 'žive' u televizoru, radiju ili na internetu. Onda, kada su u pitanju teme, postoji opasnost politizacije čak i u radu sa malom djecom. Dakle, učenje razumijevanja treba da bude na osnovu elementarnih moralnih vrijednosti“, rekao je Udovičić i iznio stav da je riječ o izuzetno složenom pitanju za rad sa djecom te da ne vidi nastavni kadar koji bi pomirio i stručne i pedagoške kriterije za to.

Kada je u pitanju visokoškolsko obrazovanje, imamo jedinstvenost u stavu da predmet medijska pismenost nije toliko neophodan za katedre komunikologije ili novinarstva, jer se na njima ovo pitanje provlači kroz većinu predmeta, već katedre drugih društvenih nauka. Na nekim odsjecima u BiH, kao što su filozofija, pedagogija i sociologija, postoje predmeti komunikologije ili mediji i društvo, te bi korisno bilo uvesti, ili zamijeniti neki od srodnih, predmetom medijska pismenost. Internews je jedini imao konkretnu, ali fakultetski ograničenu inicijativu na polju uvođenja novog predmeta i edukacije univerzitetskog kadra za ovu oblast. „Mi smo obilazili fakultete medija. Vidjeli smo da već u razumijevanju pojma medijska pismenost postoji veliki disparitet. Dakle, ponudili smo da edukatori na fakultetima uđu dublje u oblast“, rekla je Vanja Ibrahimbegović Tihak, voditeljica Internewsovog projekta medijske pismenosti. Kako je rekla, nakon prvog kruga edukacije iskristaliziralo se 7 do 8 ljudi koji su ostali u timu i sa kojima su kreirane Klinike medijske pismenosti. To su bile interaktivne radionice sa studentima različitih društvenih fakulteta gdje su se upoznali i raspravljali o svim aspektima ove problematike. Ibrahimbegović Tihak je rekla da je najkonkretniji rezultat projekta bio uvođenje fakultativnog predmeta Medijska pismenost na Katedri za žurnalistiku Filozovskog fakulteta u Istočnom Sarajevu i na Filozofskom fakultet na Kulturalnim studijama u Zenici. „Slažem se da je na druge fakultete jako važno uvesti predmet Medijsku pismenost,

ali je naš projekat bio ograničen na fakultete koji edukuju novinare tako da je zbog toga to ostalo u tim okvirima“, reklo je Ibrahimbegović Tihak.

Vuk Vučetić, koji je prošao obuku Internewsa, potvrdio je da je Medijska pismenost na žurnalistici u Istočnom Sarajevu izborni predmet na 4. godini. „Svaka katedra na našem fakultetu ima pravo da do 20 posto izmijeni program bez traženja odobrenja od fakulteta i univerziteta. Mi smo zamjenili jedan izborni predmet sa Medijskom pismnosti, jer smatramo da je u ovom trenutku korisniji za studente“, rekao je Vučetić. No, rekao je da to po prvi put kreće tek od jesenjeneg semestra generacije 2016/2017. „Mi smatramo da će biti velika zainteresovanost i naš plan je da taj izborni predmet postane izborni na nivou čitavog fakulteta. Kada bi studenti sa drugih smjerova imali priliku da biraju taj predmet, onda bi to imalo puni smisao“, rekao je Vučetić.

Ines Bamburač smatra da se medijska pismenost na fakultetima novinarstva odnosno komunikacija potrebna u smislu da ti fakulteti edukuju buduće profesore i nastavnike koji se na bilo koji način angažuju u toj oblasti kao predavači. Po njoj, to bi trebao da bude dugoročni proces, barem tri, četiri godine, dok fakulteti komunikacija ne izbace prvu generaciju osposobljenih osoba koje bi u osnovnim ili srednjim školama predavale medijsku pismenost.

Lejla Turčilo nam je rekla da na Fakultetu političkih nauka postoji predmet Medijska pismenost kao izborni, ali samo na doktorskom studiju. „Moj stav je da je taj predmet moguće najbolje implementirati na studiju Sociologije, Pedagogije i Bibliotekarstva, ali uz sudjelovanje i eksperata iz područja komunikologije. Razlog zašto mislim da je važno da bude smješten na ovim odsjecima jer taj što je medijsku pismenost potrebno uvesti u obrazovni sistem od najranije dobi, dakle od vrtića, pa bi u tom smislu univerzitet trebao obrazovati buduće nastavnike, pedagoge, bibliotekare koji bi učenicima u školama mogli predavati medijsku pismenost“, rekla je Turčilo. Smatra da na Odsjeku komunikologije tematika medijske pismenosti bi se trebala izučavati jedino u kontekstu u kojem bi komunikolozi dobivali i pedagoške predmete kako bi bili kasnije spremni predavati medijsku pismenost.

Zakonski okvir – bez tretiranja medijske pismenosti

Bosna i Hercegovina ima medijsku regulativu usklađenu sa međunarodnim standardima. Osnovni dokument koji garantuje pravo na slobodu izražavanja jeste Aneks 6. Opšteg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini (tzv. Dejtonski sporazum o miru) iz decembra 1995. godine. Ustav Bosne i Hercegovine je propisao da se automatski primjenjuje Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda uključujući i sve njene protokole. Iz ovih ustavnih rješenja u Bosni i Hercegovini izvedena je i pravna regulativa za medije. Etičke norme u novinarstvu su također dobro razvijene u okviru relevantnih dokumenata.

Postoji niz zakona kojima se uređuje rad elektronskih medija. **Zakon o komunikacijama BiH**¹⁹ postavlja opšti okvir različitih vrsta emitovanja u zemlji. Već u članu 1 se definiše da „komunikacije uključuju telekomunikacije, radio, emitiranje (uključujući kablovsku televiziju), i usluge i sredstva koja su s tim u vezi“. Riječ je o različitim vidovima komercijalnog i javnog komuniciranja tj. emitovanja kao i drugim komunikacijama koje su na usluzi građanima. Jasno se naglašava da se ovaj zakon ne odnosi se na telekomunikacionu opremu instaliranu i u

¹⁹ <http://rak.ba/hrv/index.php?uid=1272014085>

upotrebi isključivo za potrebe javne sigurnosti i odbrane. Radio i televizijske stanice nisu direktni predmet ovog zakona, ali obzirom da se u zakonu uspostavljaju tehnički principi vezani za emitovanje kao i pravila upravljanja i korištenja frekventim resursima, jasno je da se zakon itekako odnosi na RTV medije. Zakon uspostavlja Regulatornu agenciju za komunikacije, kao vrhovno regulatorno tijelo za sve vrste telekomunikacija i emitovanja.

Regulatorna agencija za komunikacije (RAK), kao nezavisno tijelo, dodjeljuje dozvole za rad elektronskih medija te provodi zakone i regulative u sektoru emitovanja. Printani mediji su obuhvaćeni sistemom samoregulacije koje provodi Vijeće za štampu BiH. **Kodeks za štampu BiH** usvojen je 1999. godine od strane svih tadašnjih udruženja novinara. Kodeks postavlja osnove sistema samouređivanja u štampi i smatra se moralno obavezujućim za novinare, urednike, vlasnike i izdavače novina i periodičnih izdanja. Kodeks je kasnije prilagođen i novinarskim sadržajima na web-u, ali dio web medija smatra da Vijeće za štampu nije institucija koja je za njih nadležna.

Uz **Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama** koji je važeći za emitere, rad medija određuje i **Zakon o zaštiti od klevete (2002)**, kao značajan pozitivan korak s obzirom da je njime dekriminalizovana kleveta. Međutim, veliki broj tužbi za klevetu smatra se neopravdanim pritiscima na novinare i medije. Drugi važan zakon je **Zakon o slobodi pristupa informacijama - ZOSPI (2002)**. ZOSPI je namijenjen svim građanima, jer im garantuje pravo pristupa informacijama u posjedu svih organa vlasti, javnih preduzeća i ustanova. Za medije je primjena ovog zakona važna u kontekstu istraživačkih priča. Zakon ih štiti od samovolje predstavnika vlasti koji izbjegavaju uvid javnosti u njihov rad. U praksi postoje ograničenja u primjeni ZOSP-a, ali sudska praksa pokazuje da žalbene procedure, iako dugotrajne, mogu dovesti do pozitivnog ishoda.

Javno radio-televizijsko emitovanje u BiH je regulisano kroz čak četiri zakona. Dva na državnom nivou - **Zakon o javnom RTV sistemu BiH**²⁰, **Zakon o javnom RTV servisu BiH** te kroz zakone koji konstituišu entetske javne servise - **Zakon o javnom RTV servisu FBiH** i **Zakon o Radio-televiziji RS**.

Ni u jednom dokumentu i zakonu se ne spominje medijska pismenost. Ne postoji ni jedna državna ni entetska politika koja ima eksplicitno definisanu zakonsku nadležnost za medijsku pismenost, pa čak i za obrazovanje potrebno za bilo koji vid profesionalnih komunikacija. Važeća politika sektora emitovanja u Bosni i Hercegovini usvojena je još 2006. godine i postavlja tek opšte ciljeve zaštite interesa javnosti, liberalizacije tržišta i poboljšanja kvalitete usluga. Za ova pitanja je nadležna Regulatorna agencija za komunikacije. U tom smislu postavljene su i indirektna nadležnosti odnosno aktivnosti koje na neki način trebaju da doprinesu jačanju medijske pismenosti.

Aktivnosti Regulatorne agencije za komunikacije (RAK)

Iako medijska pismenost nije u njenoj direktnoj zakonskoj nadležnosti, RAK poduzima određene aktivnosti u ovoj oblasti. Pored aktivnosti koje su u njenoj zakonskoj nadležnosti, a koje, iako nisu konkretno usmjerene na medijsku pismenost, doprinose njenoj promociji (npr. unapređenje profesionalnih standarda kroz donošenje pravila i kodeksa kojima se regulišu oblasti emitovanja i telekomunikacija; učešće javnosti u procesu donošenja regulative putem

²⁰https://www.parlament.ba/sadrzaj/zakonodavstvo/precisceni_tekstovi_zakona/default.aspx?id=58892&lang=Tag=bs-BA&pril=b

javnih konsultacija; mehanizmi ulaganja prigovora od strane građana...), RAK je preuzeo i zadaću unapređenja medijske pismenosti i podizanja svijesti o odgovornom i sigurnom korištenju svih medijskih usluga.

Kako piše Lea Tajić, službenica u RAK zadužena i za pitanja medijske pismenosti, široka lepeza regulatora u oblasti medijske pismenosti može se sažeti u četiri najznačajnije kategorije: edukacija i podizanje svijesti, istraživanje i izvještavanje, saradnja sa drugim akterima te klasifikacija sadržaja. Kada je riječ o ciljnim grupama, fokus je najčešće na djeci i maloljetnicima. Međutim, regulatori u Evropi, pa tako i u BiH, su svjesni da je medijska pismenost dio cjeloživotnog učešća i da je pogotovo u savremenom konvergetnom medijskom okruženju potrebna svim kategorijama društva²¹.

Konkretno aktivnosti na podizanju svijesti javnosti i promocije medijske pismenosti RAK je započeo 2009. godine. Kako nam je rekla Azra Maslo, službenica za žalbe u RAK, iako su postojale odredbe u pravilima Agencije vezano za zaštitu maloljetnika, nije postojao jedinstveni sistem klasifikacije, tj. označavanja televizijskog sadržaja kako bi se gledaocima pružila informacija o prikladnosti televizijskog programa za određeni uzrast. „Imali smo nejedinstvene i nekonsistentno korištene oznake. Prvi korak ka tom cilju Regulatorna agencija za komunikacije je poduzela u saradnji sa UNICEF i Save the Children Norway, organizujući konferenciju pod nazivom "Zaštita djece od neprimjerenih televizijskih sadržaja". Glavni cilj ove konferencije, na kojoj su učestvovali pedagozi, psiholozi, predstavnici TV stanica i drugih medija bio je podići svijest o važnosti roditeljskog usmjeravanja i pokrenuti raspravu o zaštiti djece u novom medijskom okruženju između različitih učesnika na području zaštite djece i obrazovanja. Nakon toga, Agencija je provela studiju koji su pripremili psiholozi o utjecaju televizijskih sadržaja na djecu. Ova studija daje kratak uvod o tome kako djeca gledaju i interpretiraju TV programe. Ona objašnjava različite faze u razvoju djece i njihovu sposobnost za interpretaciju audiovizuelnih sadržaja. Opći cilj je bio pružiti informacije svima onima koji su zainteresovani za ovu temu, uključujući i roditelje, TV-producente, medije i regulatore. „Krajem 2009. godine, urađene su i objavljene ‘Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja’ u saradnji s UNICEF-om BiH, čiji cilj je da pomogne emiterima da izvrše klasifikaciju i označe programske sadržaje”, rekla je Maslo.

Od 2011. godine, Agencija daje podršku obilježavanju Dana sigurnijeg interneta gdje se na različitim skupovima govori i o sposobnosti korisnika, bilo djece ili odraslih, da procijene neprimjerene ili kriminogene sadržaje. Kako je Maslo rekla, iako ne postoji nikakav formalni forum za promociju medijske pismenosti, postoji saradnja na nizu projekata sa Ministarstvom sigurnosti Bosne i Hercegovine na zaštiti djece na internetu i izradi Akcijskog plana za poboljšanje sistema za borbu protiv dječije pornografije i drugih oblika seksualnog zlostavljanja i iskorištavanja djece putem informacijske i komunikacijske tehnologije. Takođe, u martu 2016. godine, Agencija je održala regionalne savjetodavne sastanke na temu Pristupačnost informacijsko komunikacijskih tehnologija i RTV sadržaja namijenjenog osobama sa invaliditetom i specifičnim potrebama. Takođe, na web stranici Agencije može se naći sekcija pod nazivom „Medijska pismenost i zaštita djece i maloljetnika“ koja sadrži dokumente u vezi sa medijskom pismošću.

Kako je navela Lea Tajić, uključivanjem javnosti u sam proces donošenja regulative te javnom promocijom regulative, RAK može doprinijeti boljem poznavanju terminologije i koncepata koji se kriju iza određenih pojmova kao što su npr. govor mržnje, prikriveno oglašavanje,

²¹ *Medijska pismenost u digitalnom dobu* (2015), tekst Lea Tajić (str. 181), Internews, Sarajevo

plasman proizvoda, virtuelno oglašavanje i sl. I samim tim boljoj sposobnosti analize medijskih sadržaja²².

Najvažniji nalazi i preporuke

Bosna i Hercegovina je etnički duboku podijeljena zemlja koja još uvijek osjeća recidive rata između 1992 -1995. godine. Pripadnost građana svom etničkom i vjerskom korpusu, vjernost političkim i kulturološkim stavovima, često u medijima traži potvrdu stavova, a ne otvaranje novih vidika. I to mediji često zloupotrebljavaju. Bez normalizacije šireg društvenog okvira nije moguće očekivati ni veliki otklon medija od ovakve situacije.

Preporuka:

- Medijske organizacije u saradnji sa urednicima medija kao i drugim zainteresovanim stranama trebaju instirati na većoj zastupljenosti pozitivnih priča u sadržajima medija koje potenciraju društvene i ekonomske uspjehe i saradnju suprotstavljenih faktora u BiH.

Internet mediji postaju izvor ekskluzivnih informacija, mjesto javne debate, ali su podložni i reinkarniranju govora mržnje i prostačke komunikacije, što je fenomen koji inače generalno zahvata ovaj najdemokratskiji medij. Internet portali, društvene mreže i *web* stranice tradicionalnih javnih medija su postale dominantni način informisanja i u Bosni i Hercegovini.

Preporuke:

- Uredništva online medija trebaju uvesti administraciju na kometare čitalaca koja bi se odnosila samo eliminisanje jezika mržnje i izrazito vulgarne komunikacije.
- Medijske organizacije kroz projekte, ili Regulatorna agencija za komunikacije, kao državno tijelo, da ustanove sistem prijavljivanja sadržaja na internetu koji poziva na krivična djela ili generiše mržnju. Ovo se prije svega odnosi na neformalnu komunikaciju na internetu, uglavnom putem blogova, privatnih web stranica ili društvenih mreže.
- U starijim razredima osnovnih škola, u okviru predmeta jezika, kao obaveznu kategoriju, održati predavanja na temu kulture komuniciranja na društvenim mrežama.

Ne postoje formalni uslovi da bi neko u BiH postao novinar. Redakcije u načelu traže novinare koji vladaju praktičnim znanjima i imaju opšte obrazovanje. Fakultet je važan, ali ne eliminatoran u dobijanju posla. Inače, većina urednika preferira takozvane multifunkcionalne novinare koji znaju snimati kamerom, pa čak i montirati. Fakulteti sa odsjecima novinarstva i komunikologije ne pružaju dovoljno praktičnih metoda edukacije koje bi omogućila studentima da spremnije uđu u profesiju. Profesori na fakultetima prihvataju činjenicu da fakulteti nisu osposobljeni za praktičnu nastavu, ali odbijaju da njihovi svršeni studenti nemaju dovoljno, opštih i teoretskih znanja, što je bila jedna od zamjerki intervjuisanih.

²² Ibid

Preporuke:

- Univerzitetna zajednica iz sfere komunikacija mora insistirati na povećanju državnih budžeta i traganju za međunarodnim donacijama radi obezbjeđivanja tehničkih uslova na fakultetima, u smislu opremanja radio i TV studija, gdje bi studenti imali praktičnu edukaciju.
- Sistemski uspostaviti saradnju sa medijskim organizacijama koje se bave praktičnim obrazovanjem i uključiti studente u različite obuke i medijske edukacije koje su pokrivene donacijama.

Zakonski okvir koji tretira Visoko obrazovanje u BiH ne sputava u razvoju nastavnih planova i programa i omogućava njihove inovacije prema potrebama i studenata i tržišta. No, ono što je problem jeste nedostatak kadrova za kvalitetnu primjenu nastavnih planova, jer politika zapošljavanja mladih ljudi na fakultet, a posebno stručnjaka iz prakse, nije podržana finansijskim sredstvima iz budžeta. Dakle, u teoriji je moguće mijenjati, inovirati, usklađivati nastavne planove sa potrebama tržišta, sa dobrim evropskim praksama itd, ali je pitanje kako taj program izvesti sa postojećim prostornim, kadrovskim, tehnološkim i drugim kapacitetima. Profesori na fakultetima izražavaju spremnost da sarađuju s medijskim organizacijama. Kombinacija formalnog i neformalnog učenja evropski je trend i obaveza, istaknuto je, ali je i data zamjerka da organizacije za praktičnu obuku ponekad imaju predavače i teme koje nisu komplemetarne nastavnom programu.

Preporuke:

- Organizacije koje se bave obukom studenata i novinara bi trebale da projekte usaglašavaju ili kreiraju u saradnji sa fakultetima od kojih se očekuje da to podrže.
- Restruktuiranjem godišnjeg budžeta predviditi sredstva za gostujuće predavače iz novinarske prakse i podjelu studenata u manje grupe kako bi se efikasnije izvodila praksa.
- Obezbijediti podršku najjačih medija da jednom godišnje neki njihov novinar održi predavanje na fakultetu – „gratis“, kao medijski doprinos edukaciji novinara.
- Lobirati za izmjenu zakona o visokom obrazovanju gdje bi se omogućilo da izrazito stručne predmete predaju i ocijenjuju novinari sa velikim iskustvom.

Ozbiljna istraživanja koliko su građani BiH kognitivno i tehnički medijski pismeni, ne postoje. Činjenica da BiH ima pasivne građane i građanke ukazuje na nizak stepen medijske pismenosti. Svi sagovornici ističu da je medijska manipulacija prisutna, a da je građani često toga nisu ni svjesni. I građani često u medijima traže ono što odgovara njihovoj etničkoj i političkoj percepciji, tako da medije koriste da učvršćuju već formirane stavove. Ni u jednom dokumentu i zakonu se ne spominje medijska pismenost. Ne postoji ni jedna državna ni entiteska politika koja ima eksplicitno definisanu zakonsku nadležnost za medijsku pismenost, pa čak i za obrazovanje potrebno za bilo koji vid profesionalnih komunikacija. Važeća politika sektora emitovanja u Bosni i Hercegovini usvojena je još 2006. godine i postavlja tek opšte ciljeve zaštite interesa javnosti, liberalizacije tržišta i poboljšanja kvalitete usluga.

Preporuke:

- Izvršiti empirijsko istraživanje na naučnom uzorku za cijelu BiH na temu medijske pismenosti gdje bi se problematika ispitala kroz različite aspekte – medijski afiniteti, mogućnosti prepoznavanja manipulacije, tehnički aspekti korištenja medija i sposobnost za komunikaciju odnosno pravljenje medijskih poruka. Ovo istraživanje bi bila osnova za izradu strategije za medijsku pismenost u BiH i edukativnih programa u obrazovnom sistemu.
- Inicirati na državnom nivou stvaranje strategije za medijsku pismenost u BiH koju bi zajednički implementirali Ministarstvo prometa i komunikacija BiH i Regulatorna agencija za komunikacije. Strategija bi trebala dati smjernice za promotivne, edukativne, kulturne i političke aktivnosti koje trebaju da ojačaju interakciju između profesionalnog izvještavanja medija i stavova javnog mnijenja u cilju društvenog progressa.
- Regulatorna agencija za komunikacije, samostalno, ili u saradnji sa profesionalnim agencijama za analizu sadržaja, da pokrene periodične monitoringe izvještavanja medija u cilju detektovanja i eliminisanja govora mržnje, vrijeđanja ili izrazito neprofesionalnih političkih pristrasnosti.

Svi izvori u ovoj analizi se slažu da je neophodno u zvanične nivoe obrazovanja uvesti teme medijskoj odgoja i pismenosti. U osnovnim i srednjim školama elementi medijskog odgoja su formalno zastupljeni u nekim predmetima, ali se uglavnom ne izučavaju. Medijska pismenost kao izborni predmet treba se početi izučavati na dva fakulteta. No, kada je u pitanju visokoškolsko obrazovanje, imamo jedinstvenost u stavu da predmet medijska pismenost nije toliko neophodan za katedre komunikologije ili novinarstva, jer se na njima ovo pitanje provlači kroz većinu predmeta, već katedre drugih društvenih nauka.

Preporuke:

- U osnovne škole uvesti tzv. *cross curriculum issues* za digitalnu pismenost. Dakle, da se ta oblast provlači kroz različite predmete u smislu elementarnog upoznavanja sa radom i ulogom medija, osnovnim žanrovima kao i bazičnim oblicima manipulacije.
- U srednje škole uvesti predmet Medijska pismenost jer u današnjem informacionom društvu većina poslova, barem djelimično, se zasniva na informaciji. Važan segment ovog predmeta treba biti na zadatku da djeca izgrade kritički odnos prema informacijama sa kojima su zatrpani.
- Pokrenuti raspravu unutar katedri na fakultetima društvenih nauka da se predmet Medijska pismenost uvrsti u redovni nastavni program. Predmet bi se najbolje mogao implementirati na studiju Sociologije, Pedagogije i Bibliotekarstva, ali uz sudjelovanje i eksperata iz područja komunikologije, čime bi se osposobili budući edukatori koji bi mogli da medijski odgoj i pismenost predaju u školama.

Bibliografija

Books:

- Ibrahimbegović-Tihak, V, edit. *Medijska pismenost u digitalnom dobu* (Media Literacy in the Digital Age) (2015), Internews, Sarajevo
Tekstovi:
Čičkušić V,
Ibrahimbegović-Tihak V,
Tajić, L
- Livingstone, S, *What is Media Literacy*, (2004), Intermedia 32
[http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What is media literacy %28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/1027/1/What_is_media_literacy_%28LSERO%29.pdf)
- Tajić, L, *Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini* (Media Literacy in Bosnia and Herzegovina) (2013), Internews, Sarajevo
- Udovičić, R, *VJERODOSTOJNOST MEDIJA, teorijske i praktične dileme* (MEDIA CREDIBILITY – Theoretical and Practical Dilemmas) (2012), Sarajevo, Media Plan Institut

Istraživanja i studije:

- Potrebe mladih ljudi, Media Plan Institut, istraživanje (2013)
- INFORMATIVNI PREGLED EDUKACIJE NOVINARA U BOSNI I HERCEGOVINI (INFORMATION SUMMARY OF EDUCATION OF JOURNALISTS IN BOSNIA AND HERZEGOVINA)
<http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=182>
- Study on the Assessment Criteria of Media Literacy (2010:7)
<http://www.eavi.eu/joomla/what-we-do/researchpublications/70-study-on-assessment-levels-of-ml-in-europe>